



The Cu-Co Project

Cu-Co Amigos

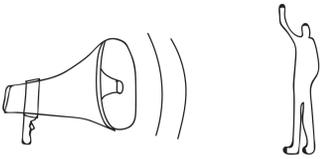
Ves un anuncio de Cu-Co Digital, te parece increíble

Et. 2



Escuchas un anuncio de Cu-Co Digital, te decides a participar

Et. 2



Te seleccionan como uno de los 50 afortunados que asistirá presencialmente. De verdad no lo puedes creer

Et. 2



X 50

Te conviertes en el valioso poseedor de uno de los Cu-Combos

Et. 2

Talla S Abierto para público general



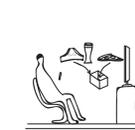
Talla M Cu-Combo + Experiencia en casa



Talla L Hecho a tu medida. Selecciona lo que quieres ver

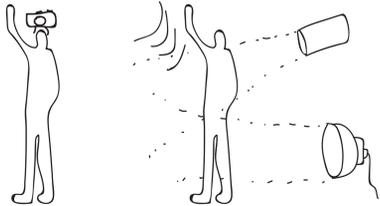


Talla XL Experiencia expandida en casa + Diálogo con artistas + contenido exclusivo + Cu-combo



El día del show, eres uno de los 50 afortunados, te dan una cámara para poder compartir tu emoción. Amas los colores y proyecciones

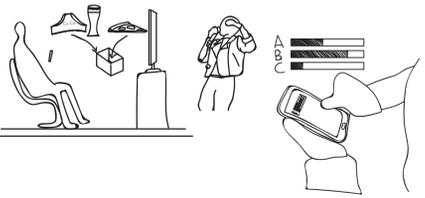
Et. 3



X 50

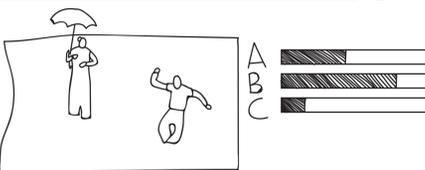
El día del show, tu compraste TU Cu-combo. Llegas a tu increíble combo y te preparas a tomar elecciones sobre el show

Et. 3



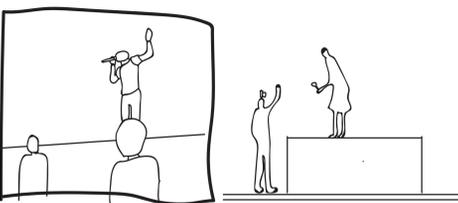
El día del show, mientras esperas en las pausas. Te das cuenta lo mucho que amas los juegos que te proponen en escena

Et. 3



Hace un mes fue el Show, tu disfrutaste el espectáculo físico. Hoy te diste cuenta que eras la cámara más sintonizada, ¿Listo para el siguiente Show?

Et. 4



Etapa 1

Duración: 1 Mes
Semana 0 a 4

Et. 1 Pre-producción

- Desarrollo del contenido y conceptualización de la marca.
- Definir la participación de los patrocinadores en los escenarios de el show único y los derechos de transmisión.
- Generación de agenda de trabajo.
- Sistema de selección digital para elección producto de la convocatoria.

Et. 1 Público

- Desarrollo de convocatoria, formulario o lenguaje gráfico. De fácil lectura
- Open call de ideas para co-crear contenido con propuestas culturales y artísticas.

Et. 1 Propuestas creativas (música, danza, teatro, etc)

- Consolidación de LineUp
- Preparación para co-crear con público.

Et. 1 Alianzas-patrocinios (Propuesta comercial)

- Aliados. hacen parte del proceso al cubrir alguna necesidad del evento. Pago en especie, sumar contrataciones
- Empresas de tecnología: Huawei, propuesta de contenido de calidad en subproductos, interacción ojo virtual, recolección de data de público virtual,
- Contacto con potenciales marcas patrocinadoras con propuesta comercial.
- Definición de necesidades
- Medios divulgación (Radio, TV, Prensa, Via pública, Digitales, plataformas musicales de streaming)
- Patrocinadores, pagan por pertenecer al evento. Beneficio de compra o de degustación de producto.

Et. 1 Logística y montaje (Físico - Digital)

- Socios, partners, Aliados (patrocinadores, mediáticos), instituciones estatales o de cooperación internacional.

Et. 2 Promoción y venta

- Plataforma de pago virtual que te disponga la pasarela de pago y la data del público asistente.
- Logística o estrategia para usuarios en casa
- Aliados de distribución o domicilios: Uber, apetito 24, Rappi, domicilios.com

Et. 3 Show

- Rueda de medios o comunicados de prensa.
- Definición de agenda para el show.
- Información sobre identidad de los artistas. Plataforma digital de difusión.
- Preparación del guión, el show, el repertorio, juegos escénicos.
- Alternativas al público. Pregrabadas.
- Definición del contenido del Show con sus variables.
- Asignación de tiempos de ensayo y preparación
- Espacio de tiempo para producción y grabación de contenidos a mostrar.

Et. 3 Experiencia en el evento

- Antesala del show. Experiencia que la gente muera de emoción por estar ahí.
- Cuarto lleno de pantallas, entrar a una nueva dimensión.
- Experiencia sensorial
- Experiencia tecnológica
- Precauciones de bioseguridad.
- Jugar con la estética médica.
- Elementos sorpresa.

Et. 3 Experiencia en casa

- Acceso a pre-show o backstage
- Animaciones, proyecciones, arte, etc.. en sala de espera.
- Kit CU-CO en casa (Talla M, L, XL): Bebida, comida, Kit audífonos, gafas, Juego cubo rubik, sonajero o cualquier tipo de merch que refuerce la marca de la caja feliz.

Et. 4 PostShow

- Medición del contenido alcance del evento. Cuánta gente se conectó, cuánta gente compró, cuánta gente volvería a comprar, menciones en difusión.
- Uso futuro del contenido desarrollado
- Posteventos para seguir vendiendo la marca, armar calendario y un teaser de lo que viene para el futuro.
- Derechos de comercialización y transmisión.
- Venta de la experiencia física. Potenciado por patrocinador

Etapa 2

Duración: 1.5 Meses
Semana 5 a 11

Etapa 3

Duración: 2 Meses
Semana 10 a 18

Etapa 4

Duración: 1 Mes
Semana 18 a 24