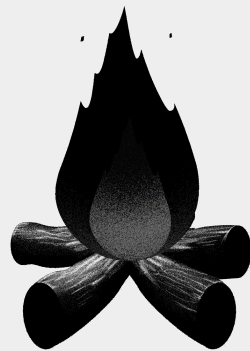
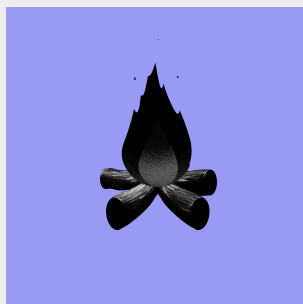


we  
are  
wild



agencia creativa multi-latina



-

¡hola!

-

# — contenido —

01

presentación de la agencia

02

entendimiento del reto/estrategia

03

creatividad posicionamiento

04

creatividad donas mundialistas

05

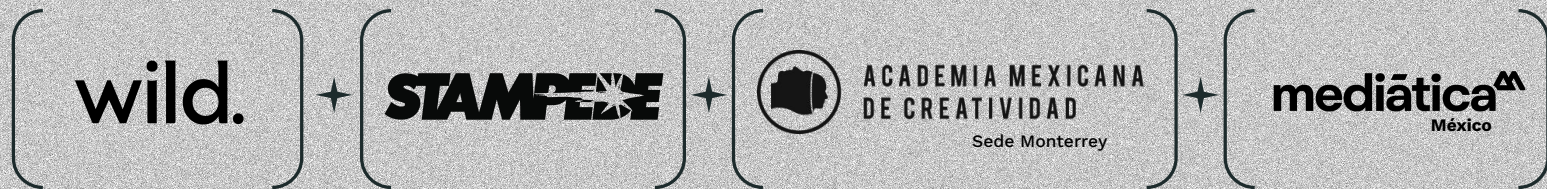
creatividad dia de la dona

06

ecosistema digital



# BravoBrands.®





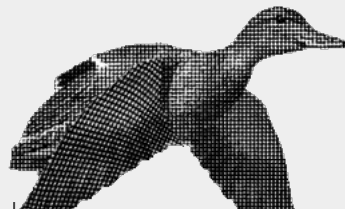
-  
bring the right people —  
together & make good coffee.  
-



BravoBrands.®



atravesamos  
fronteras para  
hacer trabajo  
relevante





# 100+

colaboradores  
fijos en 13 países  
americanos

Equipo multi-latino  
pensado para atender  
diversos mercados  
hispanos en Latam



# perfil de agencia





# Full-Service. One-Stop Shop.

Diseñamos, gestionamos y  
ejecutamos regionalmente.



01

Estrategia  
de marca

02

Creatividad  
Conceptual

03

Branding

04

Paid  
Media

05

Creación de  
contenidos

06

Ecosistema  
Integrado

---

# pizza hut by wild





latam —  
si es tuyo es tuyo







# zacapa by wild





# guatemala — cloud collab







# Harmon Hall by wild



harmon hall

PRESENTA

# Conquer Guide

APRENDE Y CONQUISTA EN INGLÉS

REGÍSTRATE







harmon hall



¡CONQUISTA EL SPRING BREAK,  
INSCRÍBETE HOY EN HARMON HALL!

# dunkin' by wild





-

# nuestro brand heart

-





---

posicionamiento



---

dona mundialista



---

Día de la Dona



Agencia creativa multi-latina

-  
nuestras  
herramientas  
de investigación  
-







---

posicionamiento

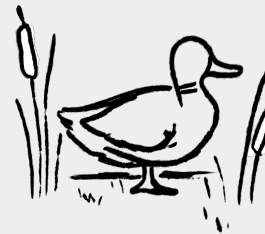


brand  
migration

Fig. 1



Fig. 2



A. **brand position.** “una marca más” que vende donas y café.

awareness + expandir presencia

B. **brand ambition.** “el gusto diario más fácil, accesible y antojable.”

consolidar presencia + frecuencia



—  
nuestro punto de partida  
—

### **una ambición local:**

"el gusto diario más fácil, accesible y antojable.

nos dice con qué frecuencia queremos ser elegidos

### **una ambición global:**

“convertirse en un destino de bebidas para todo el día y para llevar”.

nos dice qué productos y formato quiere vender más Dunkin



-  
ninguna nos habla del  
“por qué” deberíamos ser  
elegidos





-

hoy, las personas  
descubren Dunkin'

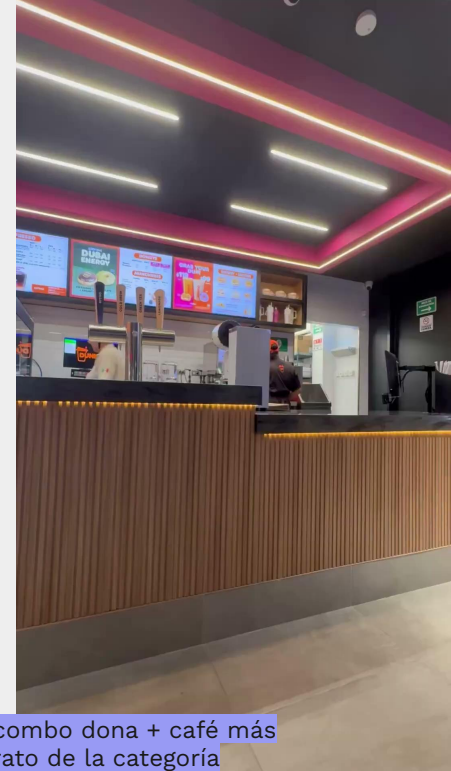
-



## DÓNDE GANAMOS

- el producto gana  
el valor es competitivo  
las tiendas y sus colores  
llaman la atención  
**la novedad atrae a los  
clientes**

Fuente: Mystery shopping CDMX, Monterrey y Cancún



el combo dona + café más  
barato de la categoría



Agencia creativa multi-latina

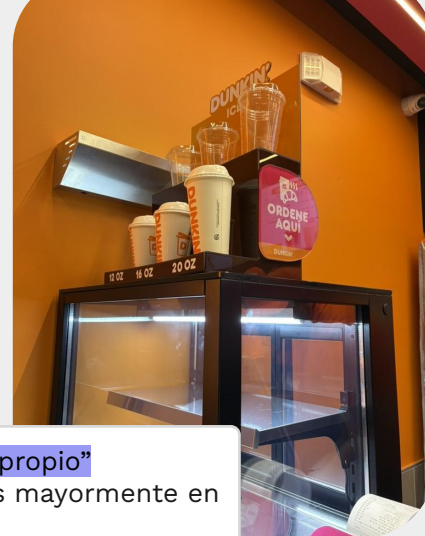
## DÓNDE PERDEMOS

- pero una vez dentro, **la experiencia se fragmenta y pierde consistencia.**  
la gente se va sabiendo lo que compró, sin claridad de qué representa Dunkin’.
- 

Fuente: Mystery shopping CDMX, Monterrey y Cancún



“no tiene tono propio”  
menú y promos mayormente en inglés.”



“no huele a café y dona”  
Huele a limpieza, no a producto.”



“no se ve la personalidad de la marca”  
Todo trabaja para el ticket, nada para la marca.”

Agencia creativa multi-latina



-

la novedad es una puerta de  
entrada poderosa, *pero* sólo  
el significado hace que la  
vuelvan a cruzar

-





-

# ¿cómo viven la indulgencia nuestros consumidores?

-





Nohemí Dibildox



-  
la vida es continua:  
**la indulgencia**  
**ocurre en**  
**movimiento,**  
no en momentos  
estáticos.



después de comer 39%  
antes de empezar el día 36%  
mientras veo televisión o descanso 35%  
ya en casa, después del trabajo o la escuela 33%  
durante mi trayecto de la mañana 31%

*pensando en un día típico entre semana, ¿en cuáles de estos momentos disfrutas más tener un pequeño momento para ti?  
(Selecciona hasta 3 respuestas)*

Fuente: Entrevistas a consumidor realizado por Wild julio 2026.

Agencia creativa multi-latina

-  
los momentos de  
indulgencia se  
convierten en  
pequeños rituales que  
ayudan a las personas  
a pasar de una etapa  
del día a la siguiente



—

# la indulgencia más allá de la satisfacción del antojo/capricho

—

el 62% quiere satisfacer un antojo,  
el 48% mejorar su ánimo y  
el 38% relajarse.  
solo el 26% lo percibe como una  
recompensa personal.

cuando eliges darte un gusto o un antojo dulce, ¿qué esperas que haga por ti? (Selecciona hasta 3 respuestas)

fuentes: panel a consumidor realizado por Wild julio 2026.. 280 encuestas





-  
para alegrar el día no  
necesitan cambiarlo;  
basta con  
transformar la forma  
en que viven cada  
momento cotidiano.  
-

| recurso                      | % que lo usa |
|------------------------------|--------------|
| comprar un café              | 52%          |
| revisar redes sociales       | 49%          |
| escuchar música o un podcast | 45%          |
| comprar un snack salado      | 44%          |
| comprar algo dulce           | 35%          |
| tomar un pequeño descanso    | 35%          |
| salir a caminar              | 28%          |
| hablar con alguien           | 24%          |
| tomar agua                   | 19%          |

cuándo quieres alegrar tu día, ¿qué sueles hacer (Selecciona hasta 3 respuestas)

fuelle: panel a consumidor realizado por Wild julio 2026.. 280 encuestas



-  
cuando comemos,  
conectamos con los  
demás o logramos  
algo significativo,  
nuestro cerebro libera  
dopamina, la  
sustancia “feel good”



consumir donas “no va”, cuando no hay  
momento para disfrutarlas

las donas se perciben como un gusto  
colectivo, para disfrutar junto a una  
bebida, y se descartan en momentos de  
prisa 21%

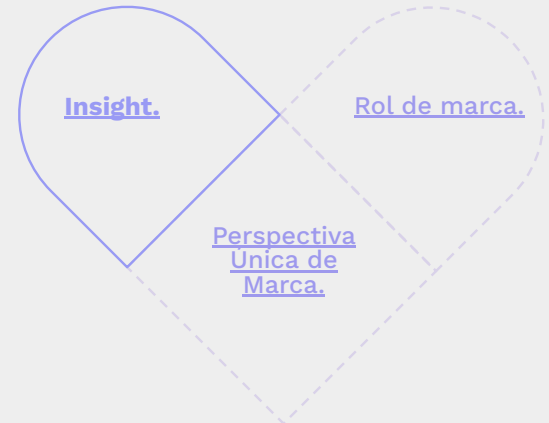
Fuente: Panel a consumidor realizado por Wild julio 2026.

-  
la indulgencia no interrumpe la vida, **es un**  
**“oxígeno” emocional**  
-



# - insight -

a la vida no le faltan emociones. pero tampoco le sobran esos pequeños momentos que hacen el día más disfrutable.



-

¿cómo responde la  
competencia a esto?

-





-  
todos estamos en  
búsqueda de la frecuencia  
-



-

pero la frecuencia no  
es la estrategia, es la  
consecuencia

-



*"Siempre fresco.  
Siempre Tim Hortons"*

Conveniencia



*"Comparte la felicidad"*

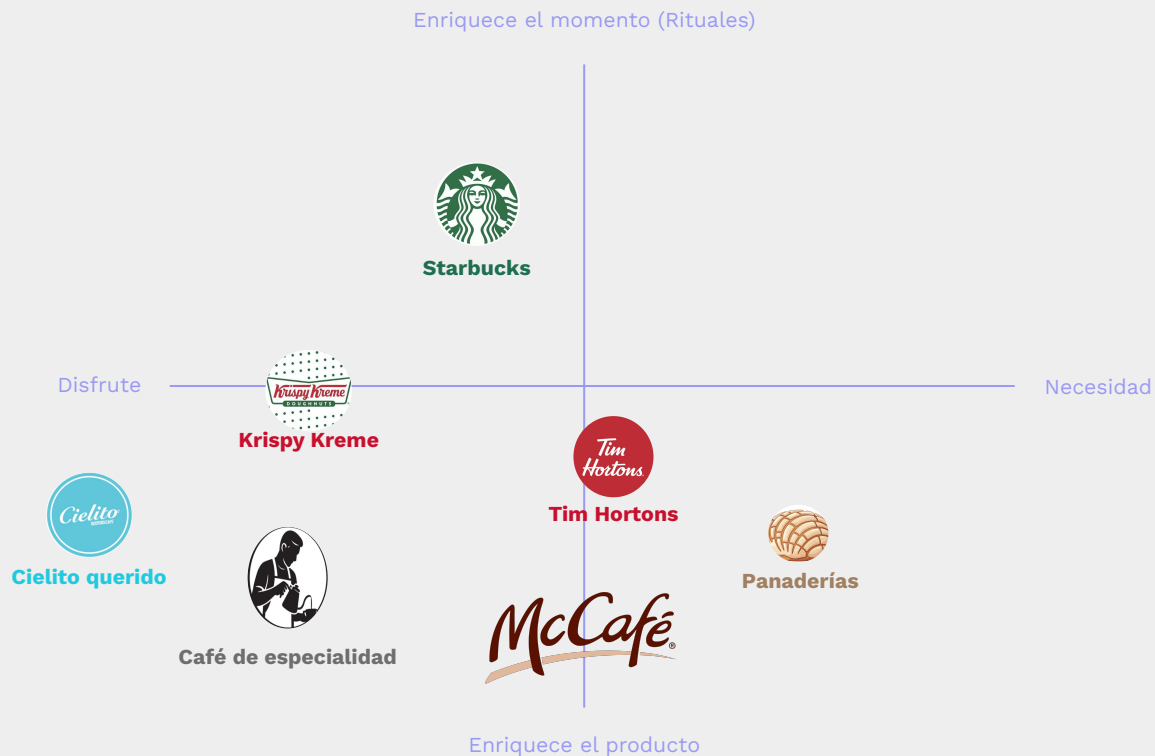
espacio emocional y experiencial de la alegría  
compartida, la indulgencia accesible  
Disponibilidad



*"Inspirar y nutrir el espíritu humano: una  
persona, una taza de café y una  
comunidad a la vez"*

Recompensar los rituales cotidianos  
Pertenencia

# territorios competitivos



-

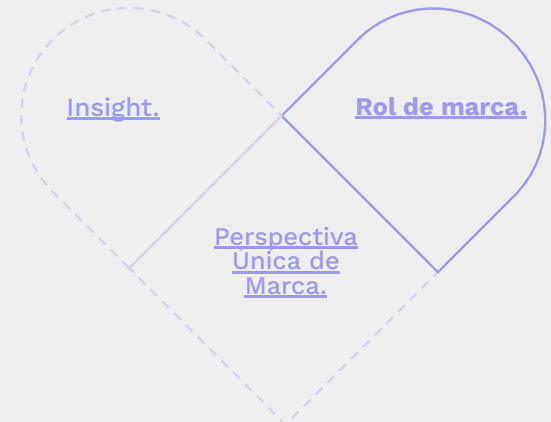
Mientras la categoría  
busca crear más y  
nuevos rituales de  
consumo. **Dunkin’  
puede hacer más  
agradables los rituales  
de la vida.**

-

“sea cual sea tu ritual, siempre  
hay una forma de disfrutarlo  
más.”

# - rol de marca -

a tu lado, hacemos  
la vida más intensa  
añadimos color y textura a tu día.



-

¿cómo hacemos la vida más  
intensa?

-





-

Dunkin' se convierte en el **aliado de las emociones diarias, de la vida sin interrupciones**; no es un escape de la rutina, sino el lugar para quienes buscan indulgencia y alegría sin condiciones.

-



-

hay algo que solo Dunkin'  
trae a la mesa.

porque está en nuestra  
forma de ser.

Incluso en nuestro nombre

-

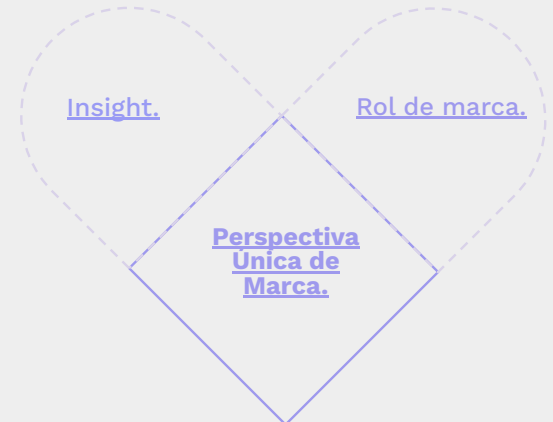


**DUNKIN'**®

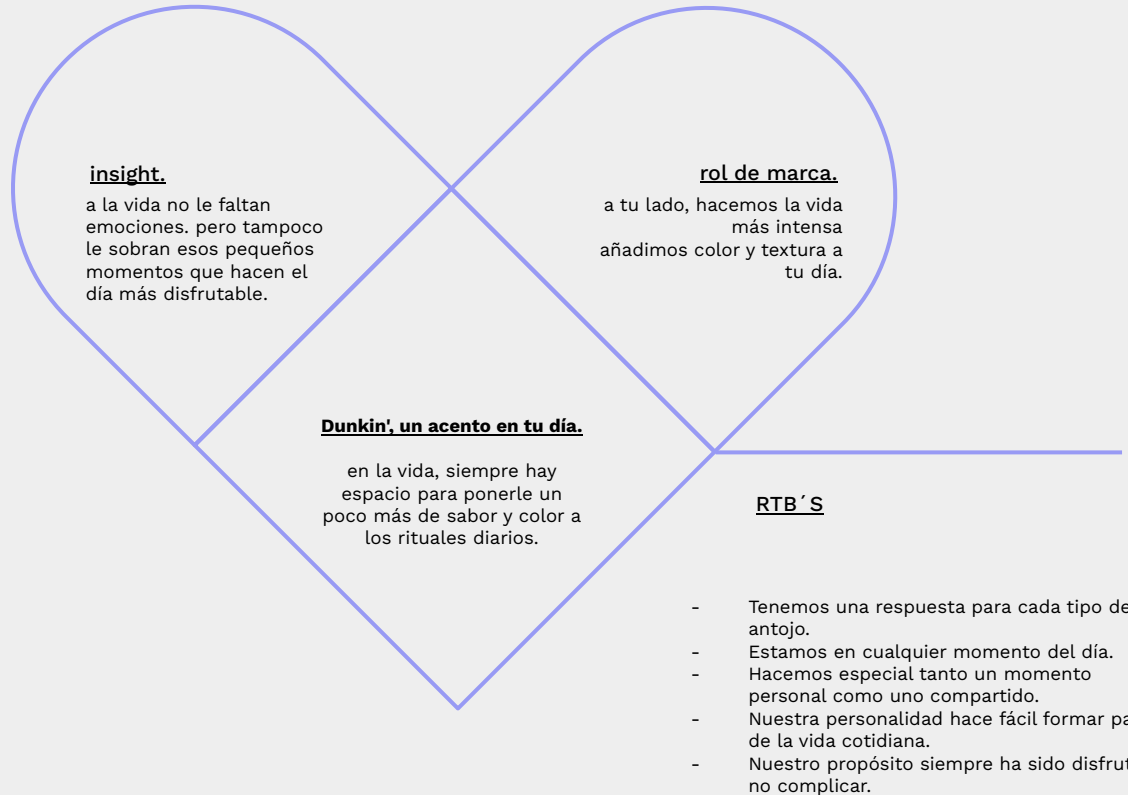
-  
perspectiva  
única de  
marca  
-

**Dunkin', un acento en tu día.**

en la vida, siempre hay espacio para  
ponerle un poco más de sabor y  
color a los rituales diarios.



# - nuestro brand heart -



—

campaña  
posicionamiento  
Dunkin'

—



# - manifiesto -







Lo **bueno, más bueno.** | **DUNKIN'**

-  
ahora veamos cómo vive este  
concepto como *plataforma de  
marca*.

-

-  
máster conceptual +  
*smoothie strawberry*  
-





DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

Lo bueno

más bueno

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

-  
máster conceptual +  
*café americano*  
-





DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

Lo bueno

más bueno

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'



-  
máster conceptual +  
*chocolate rainbow*  
-



DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

Lo bueno

más bueno



DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

-

master POP

-





DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'



Lo bueno  
más bueno

Compra uno  
y llévate el otro  
¡gratis!

Promoción válida únicamente el 5 de agosto del 2026. No aplica con otras promociones, descuentos, cupones, ni programas de lealtad. Sujeto a disponibilidad de productos, horarios de servicio y existencias en tienda. Dunkin' México se reserva el derecho de modificar o finalizar la promoción sin previo aviso. Promoción válida únicamente por lobby, DT y delivery de tiendas Dunkin' ubicadas en Nuevo León, CDMX y Estado de México. ©2026 Dunkin'. Todos los derechos reservados.



DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'



DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'



La pareja  
del verano a  
**\$149**

**Lo bueno  
más bueno**

Promoción válida únicamente el 5 de agosto del 2026. No aplica con otras promociones, descuentos, cupones, ni programas de lealtad. Sujeto a disponibilidad de productos, horarios de servicio y existencias en tienda. Dunkin' México se reserva el derecho de modificar o finalizar la promoción sin previo aviso. Promoción válida únicamente por lobby, DT y delivery de tiendas Dunkin' ubicadas en Nuevo León, CDMX y Estado de México. ©2026 Dunkin'. Todos los derechos reservados.



DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

-  
guión de *tv / Story 1*  
-





# STORYBOARD – DUNKIN'



Un joven termina de amarrarse los tenis de fútbol en la entrada de su casa. Lleva una mochila colgada y las llaves en la boca.



Desde afuera escucha a sus amigos gritándole que se apure.



Se levanta de golpe.



De pronto, todo se congela.



Entra una empleada de Dunkin' caminando con total naturalidad.



Le quita las llaves de la boca y las guarda en uno de sus bolsillos.



Coloca un café Dunkin' en el portavasos lateral de su mochila.



Le entrega una dona envuelta en una servilleta.



Sale de cuadro.



El tiempo continúa.



El joven abre la puerta



En el camino le da una mordida a la dona

13

Lo **bueno, más bueno.** | DUNKIN'



-  
guión de *tv / Story 2*  
-





# STORYBOARD – DUNKIN'



Un joven espera dentro de su auto, estacionado frente a la casa de una chica.



Mira la puerta.



Revisa el celular.



Se acomoda el cabello en el espejo.



Está claramente nervioso.



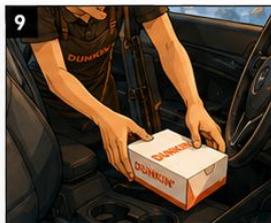
De pronto, todo se congela.



Entra un empleado de Dunkin' por la puerta del copiloto, con total naturalidad.



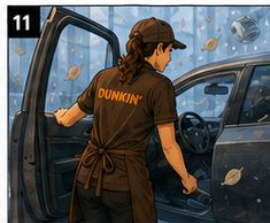
Coloca dos bebidas Dunkin' en los portavasos.



Deja una pequeña caja con dos donas entre los asientos.



Mira al joven congelado, nota que sigue demasiado rígido y baja discretamente sus hombros para que se relaje.



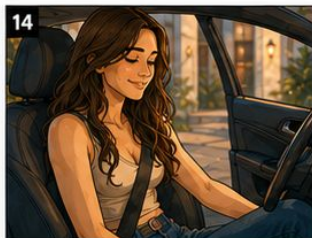
Sale del auto y cierra la puerta.



El tiempo continúa.



La chica sale de su casa y se acerca.



Ella sube al auto.



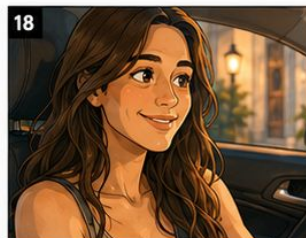
Mira las bebidas.



Mira las donas.



Luego lo mira a él



y sonríe.

13

Lo **bueno, más** bueno. | DUNKIN'





**Lo bueno, *más* bueno.**  
**DUNKIN'**

---

posicionamiento



Agencia creativa multi-latina

Lo **bueno,** **más** bueno.  
**DUNKIN'**

---

posicionamiento



---

dona mundialista



---

Día de la Dona



Agencia creativa multi-latina



---

dona mundialista



-

¿cómo le ponemos *acento* al  
mundial?

-



-  
empezamos con una  
verdad:  
cuando las personas  
piensan en fútbol, **no**  
**jugamos de titular.**  
-

Santi, 23  
chocolate.

Gustavo, 32  
galletas con  
chispas.

Daniela, 30  
galletas.

Santiago, 32  
gomitas y panditas.





—

no piensan en nosotros,  
pero cuando aparecemos,  
nos convertimos en la  
ocasión para disfrutar  
entre muchos.

—



*"el chocolate lo compraría estando solo; la dona la compraría estando acompañado."*

— Santiago, 32

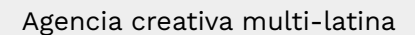
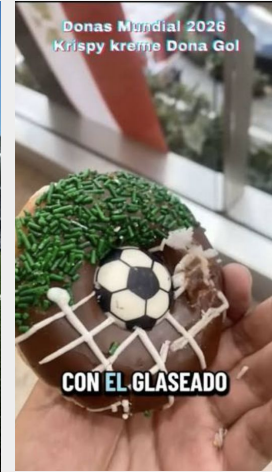
*"después de comer con amigas... el postrecito."*

— Daniela, 30

*"las donas las puedes comer en cualquier momento del día."*

— Daniela, 30

en temporada de mundial, la creatividad termina como topping.



-

**insight:**

el mundial me reorganiza la vida: mis planes, mis conversaciones, hasta mi humor.

-



la punta estratégica

# si el mundial invade la vida, Dunkin' no debe jugar solo a 90 minutos.

hoy no existe una sola forma de vivir el mundial. cada persona lo incorpora a su vida de una manera distinta. por eso Dunkin' no necesita estar solo en la cancha. necesita estar donde el mundial realmente sucede.



-  
veamos la campaña  
-





# - manifiesto -





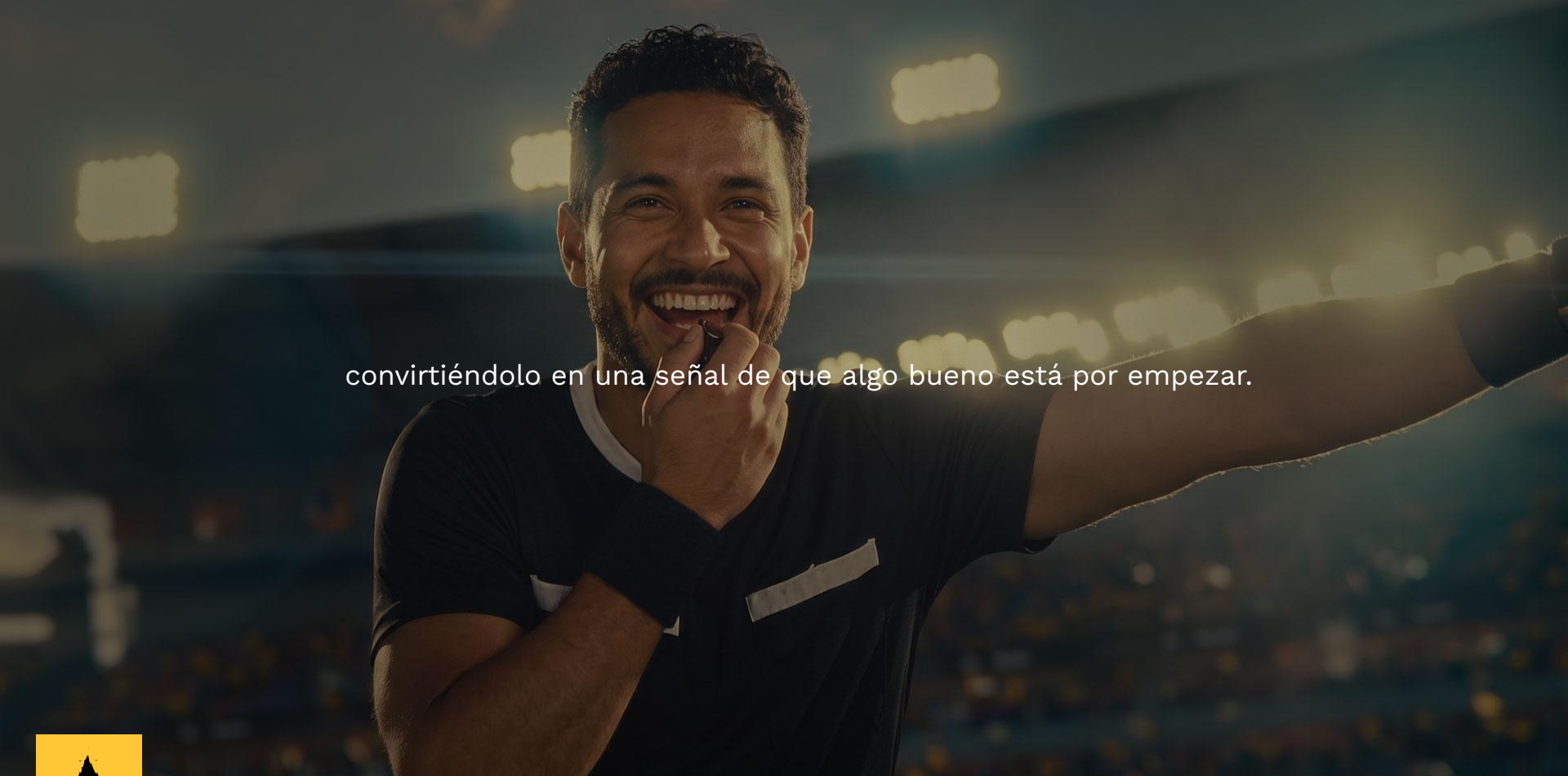
en el fútbol, sacar una tarjeta siempre significó lo mismo:  
una falta, una sanción, un momento que se detenía.





este mundial, decidimos cambiar ese significado.



A man with dark curly hair and a beard, wearing a black soccer jersey with white stripes on the sleeves, is smiling broadly with his mouth open. He has his right hand near his chin and his left arm raised in the air. The background is a blurred stadium at night with bright lights.

convirtiéndolo en una señal de que algo bueno está por empezar.



Agencia creativa multi-latina



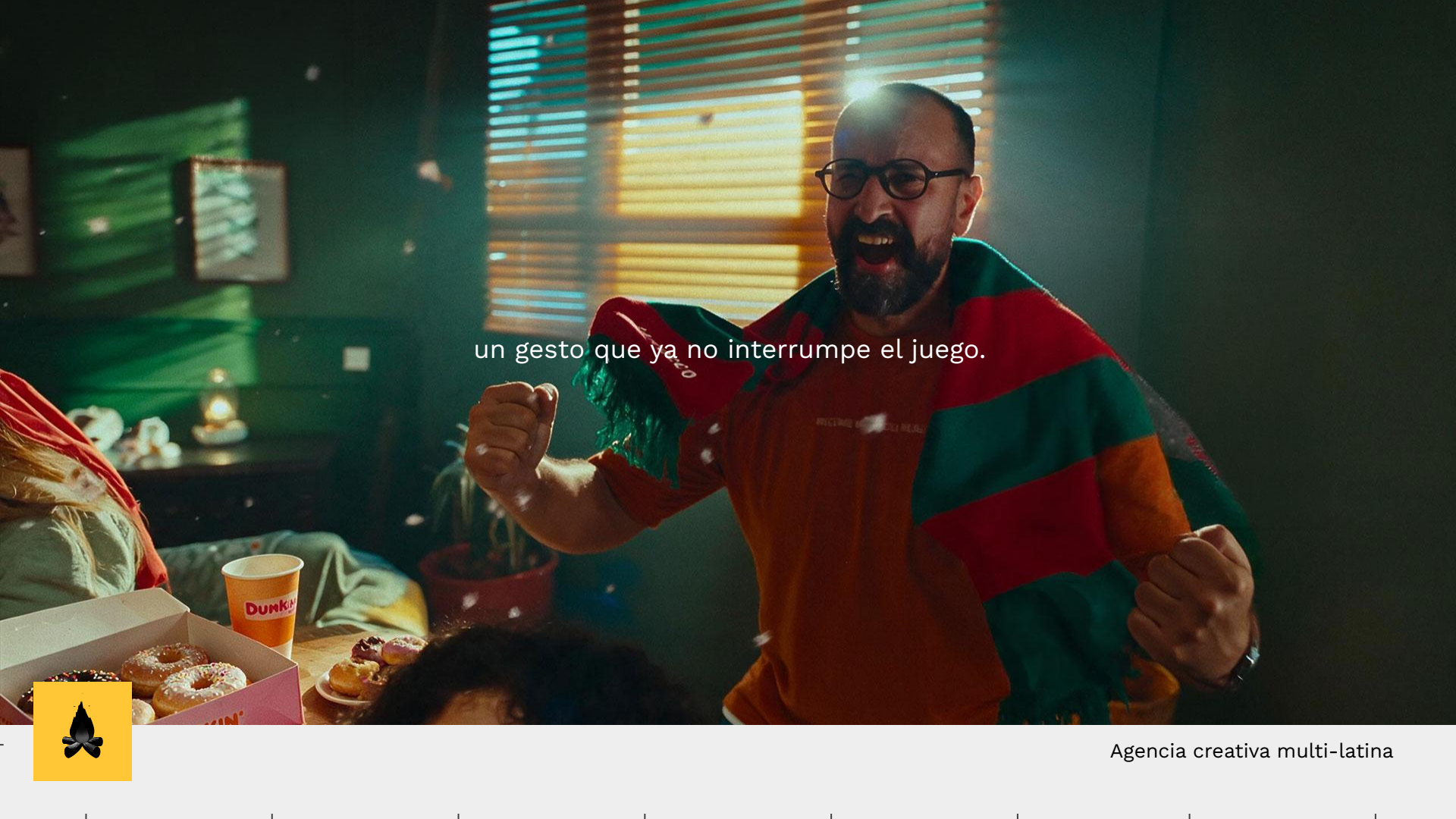


por eso transformamos uno de los gestos más reconocibles del fútbol  
en una invitación a disfrutar más el partido.

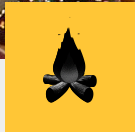


Agencia creativa multi-latina



A man with a beard and glasses, wearing a red and green striped flag over his shoulders, is cheering with his fists raised. He is in a dimly lit room with green walls and a window with blinds in the background. In the foreground, there is a box of donuts and a Dunkin' Donuts cup.

un gesto que ya no interrumpe el juego.



Agencia creativa multi-latina



lo mejora.



Agencia creativa multi-latina



antes, durante o después del silbatazo, siempre habrá un motivo para hacerlo.





# presentamos



Agencia creativa multi-latina







una ejecución que demuestra que,  
cuando el fútbol y todo lo que  
despierta en nosotros ya es  
bueno, siempre podemos sumarle  
algo para hacerlo más bueno.



-

y ¿a quién le sacarías una  
DUNKIN'?

-

Al que abraza en cada gol...

Sácale  
una  
DUNKIN'

büeno, **más** bueno.



PRUEBA NUESTRAS NUEVAS  
DONAS MUNDIALISTAS

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'





Al que no deja de alentar...

Sácale  
una  
DUNKIN'

Lo bueno, **más** bueno.



PRUEBA NUESTRAS NUEVAS  
DONAS MUNDIALISTAS





Al que lo vive con amigos...

Sácale  
una  
DUNKIN'

Lo bueno, **más** bueno.



PRUEBA NUESTRAS NUEVAS  
DONAS MUNDIALISTAS









DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

# Sácale una DUNKIN' al mundial



Compra 2 donas mundialistas  
y llévate una completamente  
**¡gratis!**



**POR TIEMPO  
LIMITADO**

Productos de temporada disponibles por tiempo limitado, hasta agotar existencias, sujeto a disponibilidad en tiendas Dunkin' Nuevo León, CDMX y Estado de México. Dunkin' se reserva el derecho de modificar o retirar los productos en cualquier momento sin previo aviso. Aplican restricciones. Imágenes de carácter ilustrativo. ©2026 Dunkin'. Todos los derechos reservados.



DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'



Sácale  
una  
**DUNKIN'**  
al mundial



Compra 2 donas mundialistas  
y llévate una completamente

**¡gratis!**

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

- para digital aprovechamos en  
desarrollar más la historia y la  
promo

-





@Dunkin\_mx

...



@Dunkin\_mx

...



@Dunkin\_mx

...



Al que abraza en  
cada gol...



Sácale  
una  
DUNKIN'



COMPRA DOS DONAS  
MUNDIALISTAS Y LLÉVATE  
UNA COMPLETAMENTE

¡GRATIS!

↖  
DONA  
GOL

↖  
DONA  
FAN

↖  
DONA  
CHAMP







@Dunkin\_mx

...



@Dunkin\_mx

...

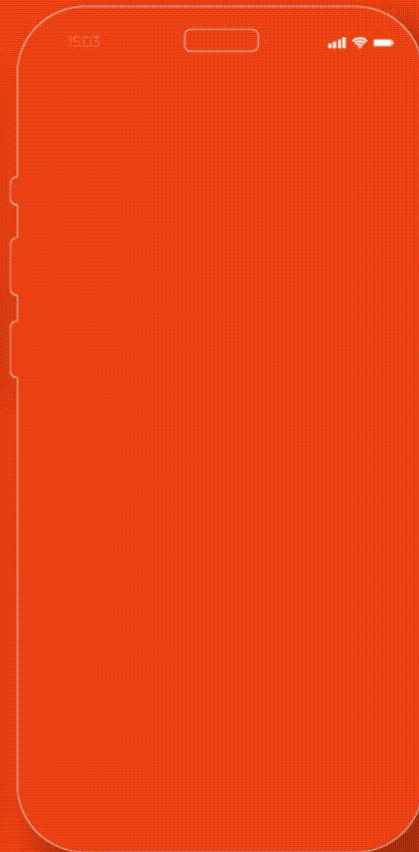


@Dunkin\_mx

...













Agencia creativa multi-latina



- 
- y una activación en espacios públicos cerca de las tiendas.
-

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'



DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

**Sácale  
una  
DUNKIN'®**

---

dona mundialista



Agencia creativa multi-latina

Lo **bueno, más bueno.**  
**DUNKIN'**

---

posicionamiento

**Sácale  
una  
DUNKIN'**

---

dona mundialista



Día de la Dona



Agencia creativa multi-latina





---

Día de la Dona



Agencia creativa multi-latina

-

¿cómo le ponemos acento al  
día de la dona?

-



-  
érase una vez,  
una fecha con  
propósito.



en 1917, durante la Primera Guerra Mundial, voluntarias del Ejército de Salvación preparaban donas para soldados estadounidenses en el frente francés [para levantarles el ánimo.](#)



-  
érase una vez,  
una fecha con  
propósito.



aquellas mujeres fueron  
conocidas como las Doughnut  
Girls y ayudaron a convertir este  
pan dulce en un símbolo.





cien años  
después, la  
convertimos en  
una carrera



luisfaeldiaz Cuando uno va siempre dicen que se acabaron



56 sem 2 Me gusta Responder



jonathanr2 Solo 50 ofertas por sucursal, ya a la 1 pm no había disponible 😂😂

56 sem 1 Me gusta Responder



Agencia creativa multi-latina

-

insight:

mis antojos funcionan cuando  
encajan con el ritmo de mi día, no  
cuando lo interrumpen.

-



la punta estratégica

# feliz día a ti, no a la dona.

este día nació para llenar de emoción tu día, volvamos a eso.  
los antojos no se persiguen, y las donas tampoco.  
este día no es de las donas. es tuyo.



-  
veamos la campaña  
-







el Día de la Dona tiene una fecha.



Agencia creativa multi-latina



pero el día en que realmente necesitas una puede ser cualquiera.



Agencia creativa multi-latina



A woman is lying on her back on a bamboo mat. She is wearing a green long-sleeved shirt and a colorful floral patterned skirt. She is holding two donuts, one in each hand, and looking up at the ceiling. Her right hand is raised in a peace sign gesture. The background is a dark, textured wall.

puede haber sido ayer. puede ser el próximo martes.  
o puede ser simplemente hoy.



Agencia creativa multi-latina



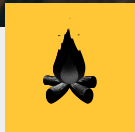
porque los antojos no siguen calendarios.



Agencia creativa multi-latina



las ganas tampoco.



Agencia creativa multi-latina





por eso celebramos el día de la dona.



Agencia creativa multi-latina

pero también todos esos días en los que una dona llega justo cuando tenía que llegar.





presentamos:



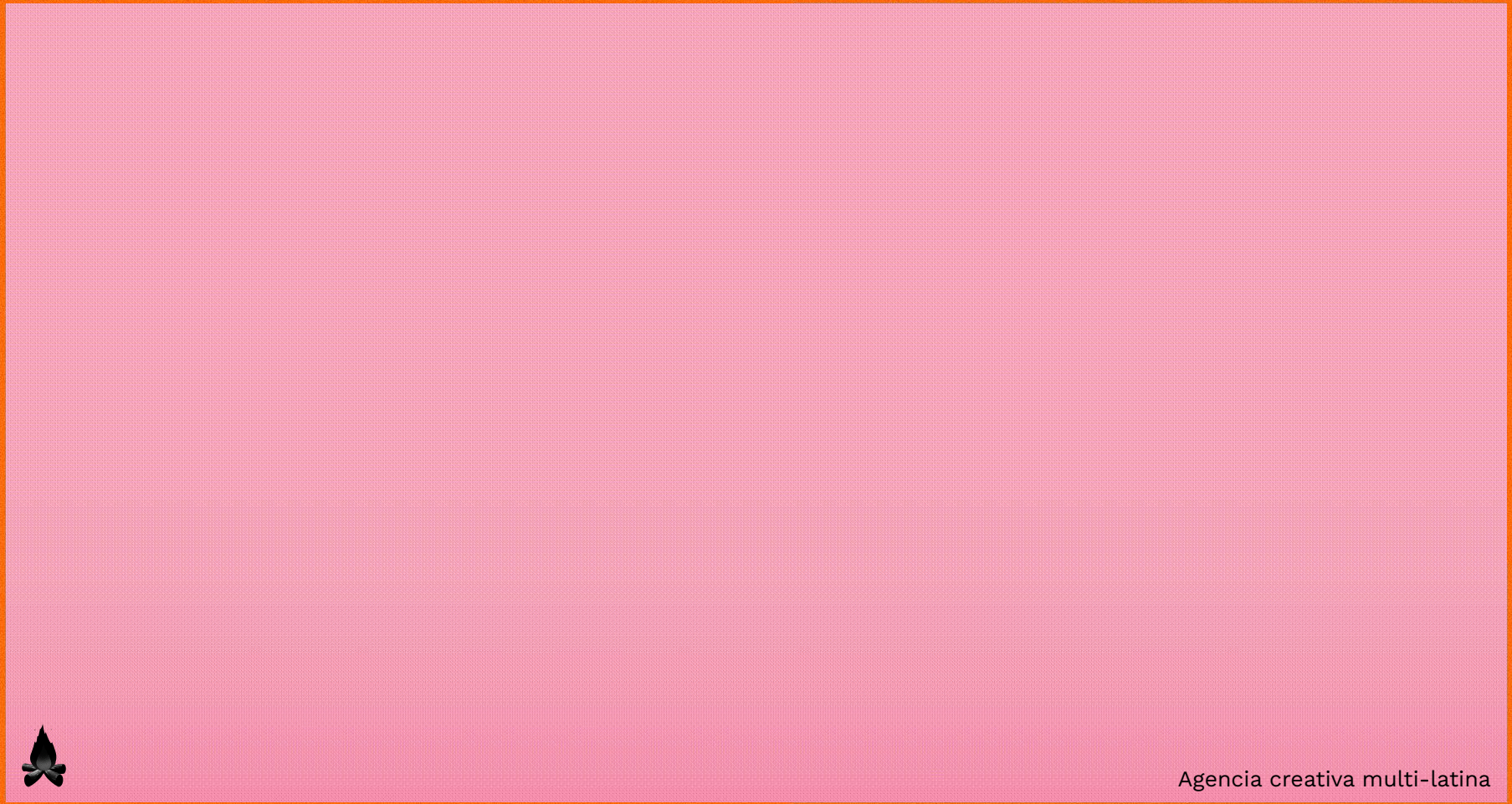
Agencia creativa multi-latina



DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'



Agencia creativa multi-latina

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

-  
queremos transformar nuestra  
imagen en una que la gente  
*pueda hacer suya.*

-

pasando de  
esto



a esto









DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

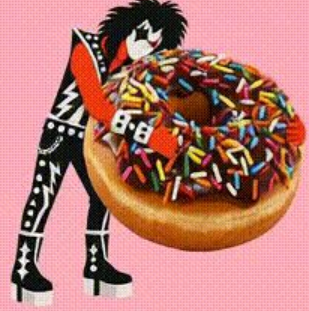
DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'



DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'



DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'





En  
**DUNKIN'**<sup>®</sup>  
El día de la Dona  
es el día de tuuu dona.





En  
**DUNKIN'**  
El día de la Dona  
es el día de tuuu dona.



- 

y todo lo llevamos a digital:

-



**¡En este día!**  
Te regalamos una dona para  
cuando andes en la luna.



**Compra 6 hoy**

Guarda otras 6 para  
cuando las necesites,



por solo  
**\$1.**



Llévate un box de  
**6 donas clásicas**  
y recibe otras 6 donas



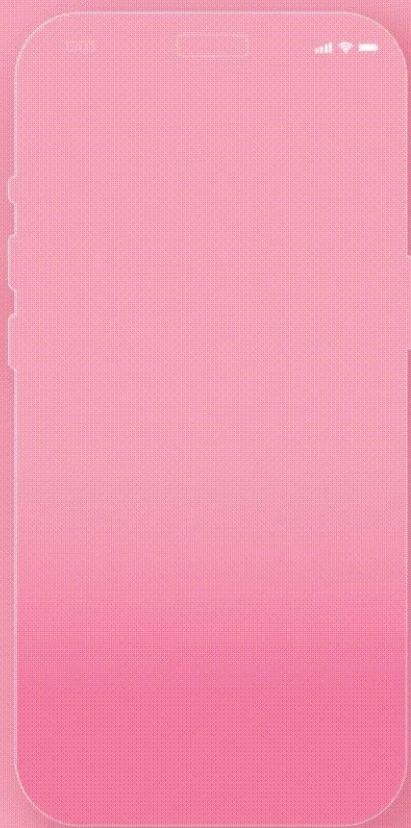
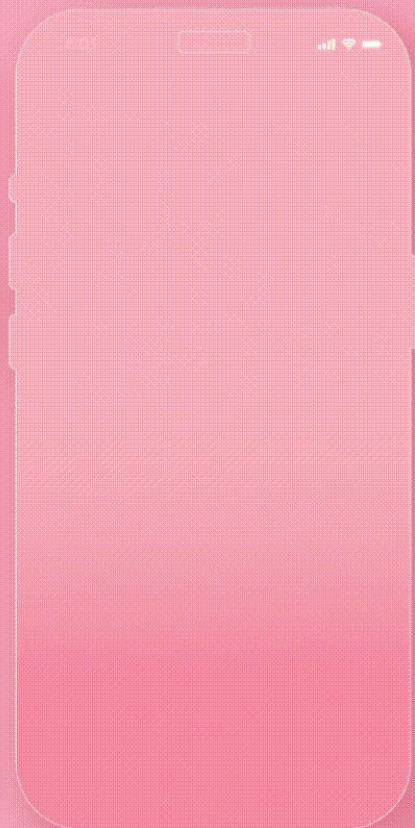
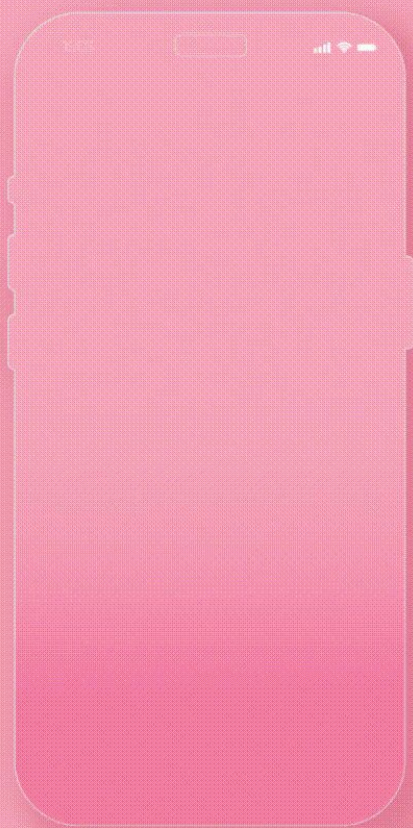
por solo  
**\$1.**  
para canjearla una por una.



En  
**DUNKIN'**  
El día de la Dona  
es el día de tuuu dona.









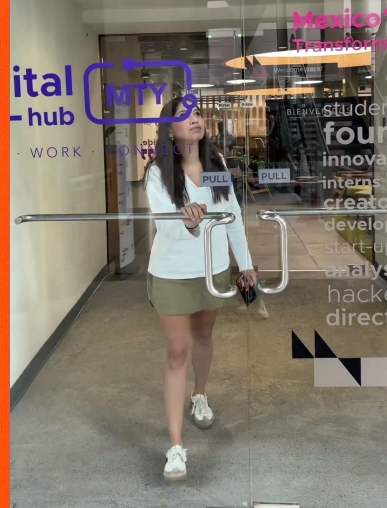




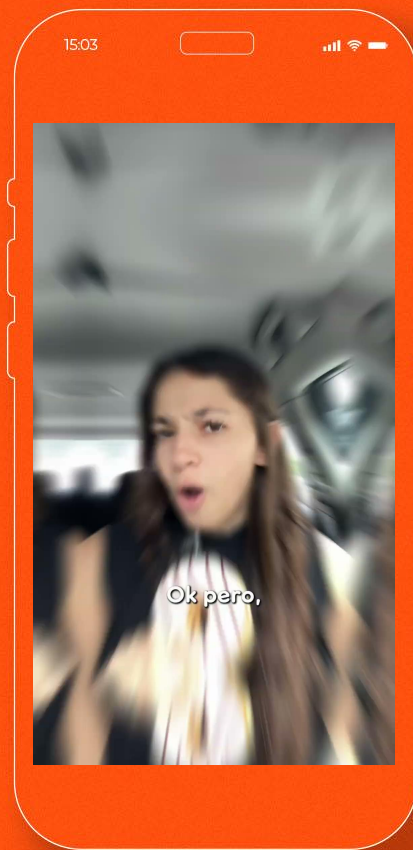
15:03



**Cuando sí pasó  
lo que querías**



Agencia creativa multi-latina



- 
- y de lo digital, a casa...
-









Agencia creativa multi-latina

**Lo  
bueno**



**más  
bueno**

En  
**DUNKIN'**  
El día de la Dona  
es el día de tuu dona.



Agencia creativa multi-latina





En  
**DUNKIN'**  
El día de la Dona  
es el día de tuuu dona.



Lo  
bueno



más  
bueno

En  
**DUNKIN'**

El día de la Dona

es el día de tuuu dona.



**En**  
**DUNKIN'**  
**El día de la Dona**  
**es el día de tuuu dona.**

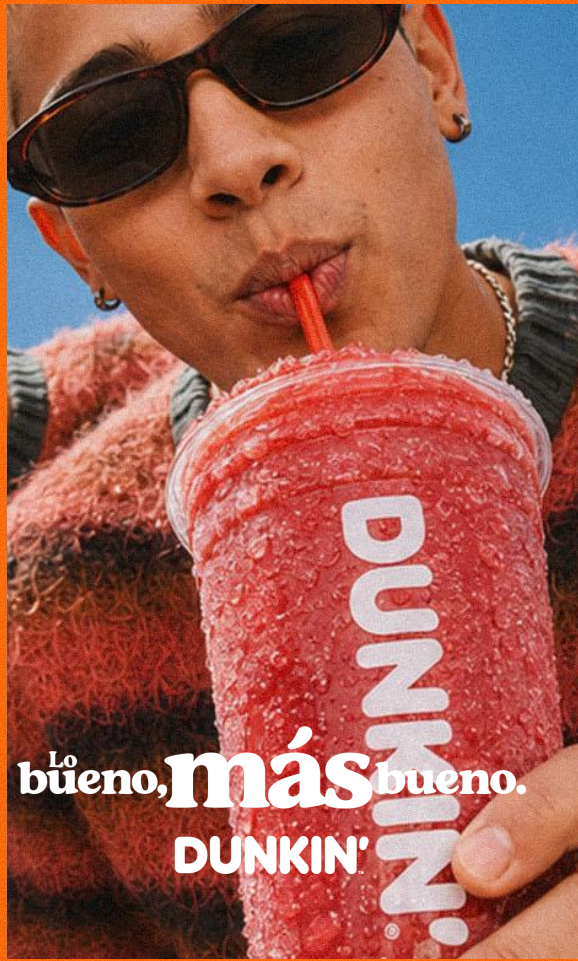
---

Día de la Dona

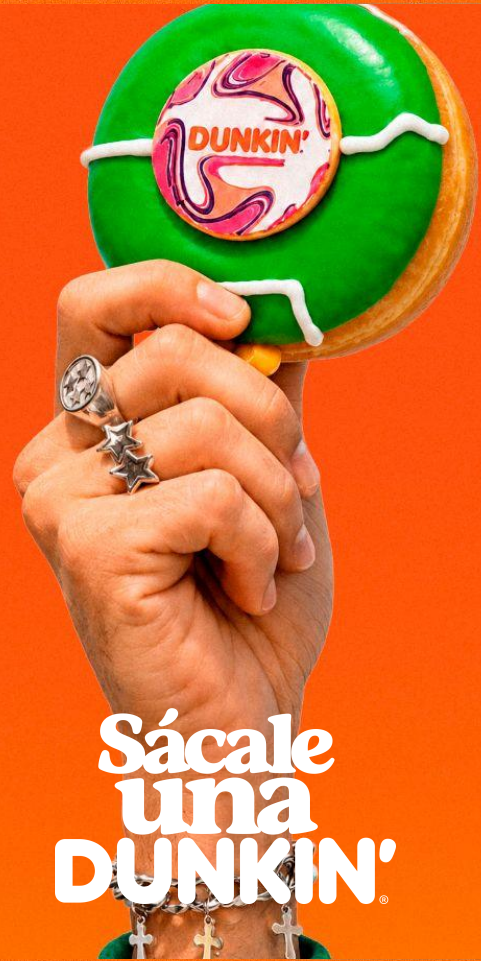


Agencia creativa multi-latina

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'



Lo bueno, **más** bueno.  
**DUNKIN'**



Sácale  
una  
**DUNKIN'**



En  
**DUNKIN'**  
El día de la Dona  
es el día de tuuu dona.

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN' DUNKIN'

# — ¿cómo le ponemos acento al always on?

oportunidades de contenido y activación digital

—



# el rol de **DUNKIN'** en digital

poner el acento en los momentos cotidianos  
para hacer que lo bueno **se sienta aún mejor**

momento cotidiano

lo que las personas  
viven, sienten o  
comparten

Dunkin' pone el  
**accento**

con el contenido,  
producto o formato  
que mejor responde a  
ese momento

algo se **siente más**  
*según lo que queremos  
provocar*

conectar - relevancia

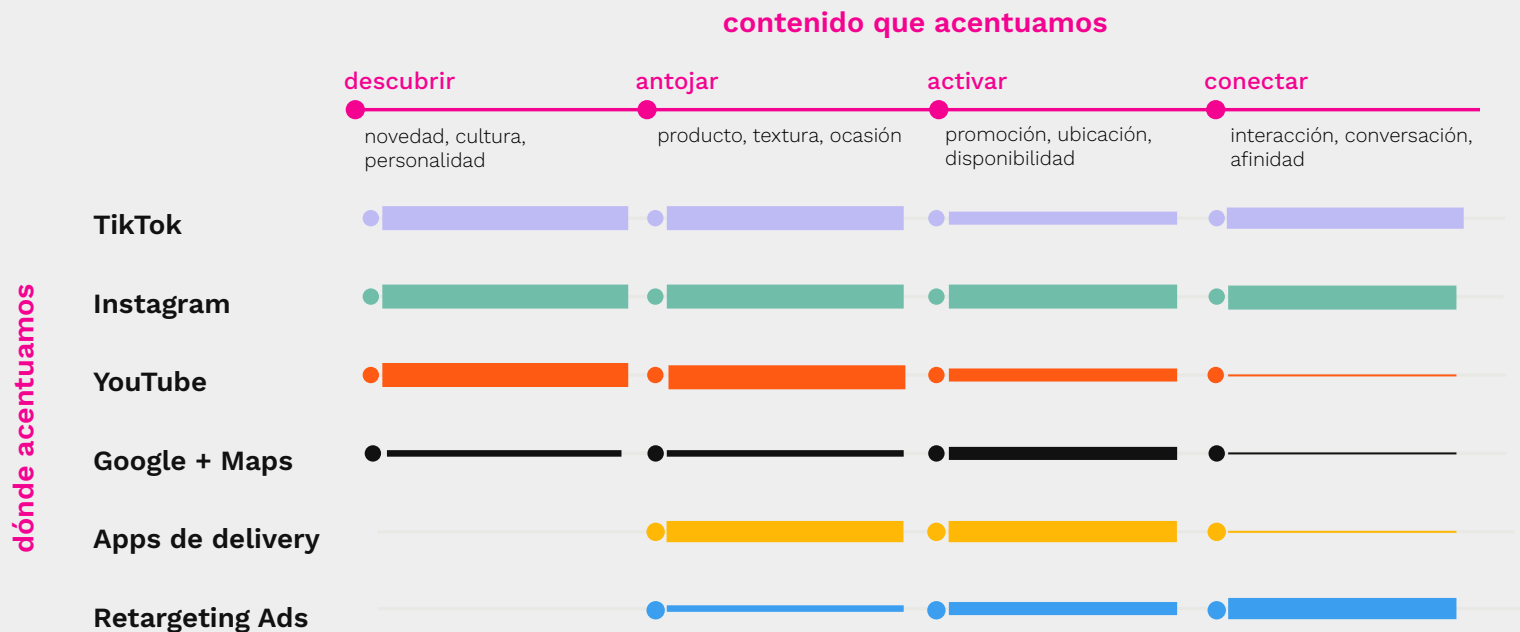
antojar - intención

activar - respuesta





# el rol del contenido cambia según lo que queremos acentuar



-

la relevancia en Always-On no se improvisa

implica anticipar el calendario,  
entender la conversación  
y responder con agilidad y consistencia

-



# content operating system

un sistema continuo para detectar oportunidades culturales y cotidianas, transformarlas en contenido y aprender continuamente de la respuesta de las personas.



# ¿cómo construimos un ecosistema integrado?

wild.



Tony Lopez  
Social Expert

## PAID SOCIAL / SEARCH

Meta Ads  
TikTok Ad  
Google Ads

STAMPEDE



Vivian Barón  
PR

## EARNED + IM

Media Relations  
Paid editorial Content  
Creator Discovery & Management  
Paid Amplification  
Seedings



Julian Galeano  
Digital Lead

## PROGRAMMATIC

Gestión de campañas en DSP  
(DV360)  
Audience targeting  
PMP y Open Exchange  
Programmatic OOH

mediática<sup>AM</sup>



Giorgio Di Vece B.  
Media Eminence

## OFFLINE MEDIA

TV Abierta  
TV de Paga  
Radio, OOH  
OOH  
Prensa / Revistas

## SUPPORTED BY DATA & AUDIENCE CREATION

DMP, First-Party Data, Tangarina, Audience Strategy

## DRIVEN BY CREATIVE

Dynamic Creative Optimization (DCO), Rich Media,  
Adaptaciones, Producción Digital



Agencia creativa multi-latina



# de hacer que se sienta, a hacer que suceda

los medios trabajan como un sistema: construyen deseo, capturan intención y facilitan la acción. su peso y lugar cambia según la oportunidad que necesitamos activar.

---

## hacer que se sienta

relevancia  
alcance  
antojo



---

## hacer que se encuentre

búsqueda  
proximidad  
consideración



---

## hacer que suceda

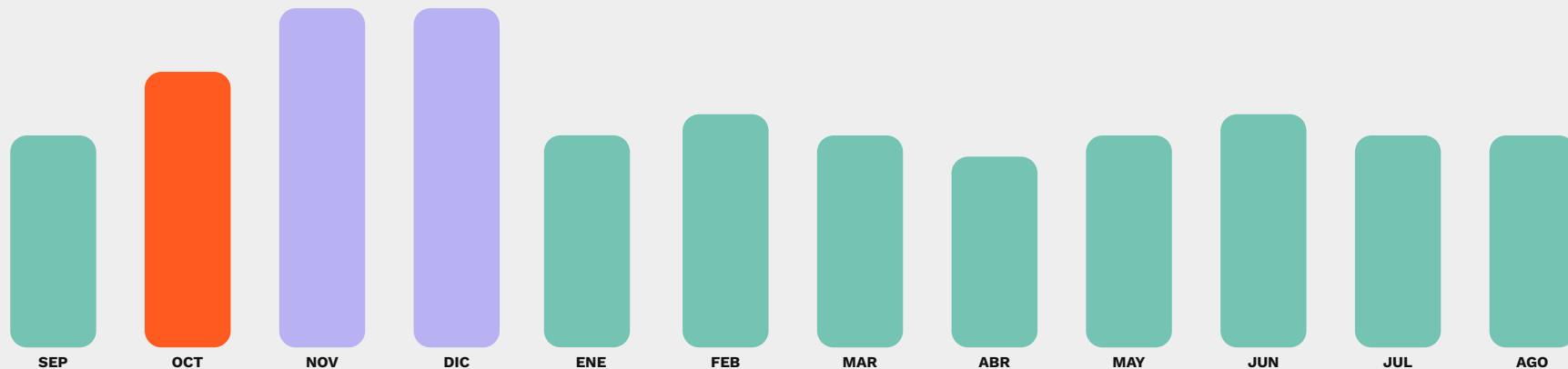
visita  
compra  
recompra

*el rol de la plataforma dentro del ecosistema no cambia; cambia la intensidad con la que invertimos según el objetivo comercial.*



la inversión se ajusta al impacto que necesitamos generar de acuerdo a la temporalidad.

● SEPT: AON + 2 aperturas    ● OCT: AON + Halloween + Día de Muertos    ● NOV + DIC: AON + Innovaciones menú + Navidad + 7 aperturas    ● ENE →: AON + 3 aperturas



≈ \$30MM – \$50MM MXN  
ESCENARIO ANUAL IDEAL



## APERTURAS

# cada apertura a nivel digital necesita construir presencia antes, durante y después

las aperturas no deben comunicarse como un esfuerzo aislado. Requieren un pulso localizado que construya expectativa, concentre visibilidad y mantenga activa la demanda en su zona de influencia.



## APERTURAS

# dos niveles de activación para construir marca y generar demanda local

la construcción de marca sucede de manera continua, mientras la inversión localizada concentra intensidad alrededor de aperturas, promociones y oportunidades comerciales.

### nacional

posicionamiento · productos · temporalidades · conversación cultural

alcance + demanda

### local

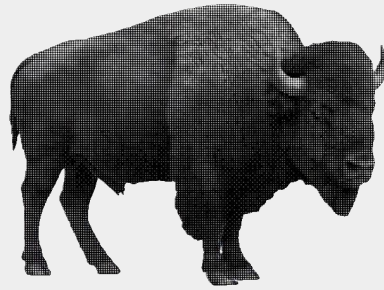
aperturas · promociones · delivery · búsquedas · Google Maps

visita + conversión





-  
gracias



-  
thanks  
-