

10 YEARS OF BUMBLE

MAKE THE FIRST MOVE



PROPOSTA CAMPANYA PUBLICITÀRIA PER PUJAR NOTA

Teoria i tècniques de la ideació
publicitària, Universitat Pompeu Fabra

Aina Renau

PUNT DE PARTIDA

Amb l'arribada de Bumble, ens trobem davant d'una oportunitat revolucionària d'empoderament digital. En aquest espai, som nosaltres les que prenem la iniciativa, posant el poder de les nostres interaccions al nostre control. A través de Bumble, redefinim les normes i dinàmiques de les relacions digitals, posant un fre a l'assetjament i donant veu a la nostra autonomia. Som les protagonistes de les nostres pròpies històries, capaces de triar amb qui volem connectar-nos i establir límits clars.

Però, mentre celebrem aquest pas cap a l'empoderament, recordem que encara hi ha molt camí per recórrer en la lluita per la igualtat de gènere. Bumble és només un pas en aquest viatge cap a un món on totes les persones puguin viure sense por ni coacció, i hem de continuar treballant per aconseguir-ho. Així que celebrem el poder de Bumble i la nostra capacitat de prendre les regnes de les nostres vides digitals, i seguim endavant amb determinació i compromís per un futur més igualitari per a totes.

ABOUT WHITNEY WOLFE

És una empresària i emprenedora que ha guanyat reconeixement per la seva contribució a la indústria de les aplicacions de cites i la tecnologia.

Cofundadora de Tinder

Va ser una de les cofundadores de la popular aplicació de cites Tinder. Va jugar un paper crucial en la seva creació i en l'estratègia de màrqueting inicial.

Fundadora de Bumble

Bumble es diferencia pel fet que dona a les dones el poder de prendre la iniciativa en les interaccions, tot fent que sigui només elles les que poden iniciar converses en la plataforma.

Pionera en l'empoderament de les dones en línia

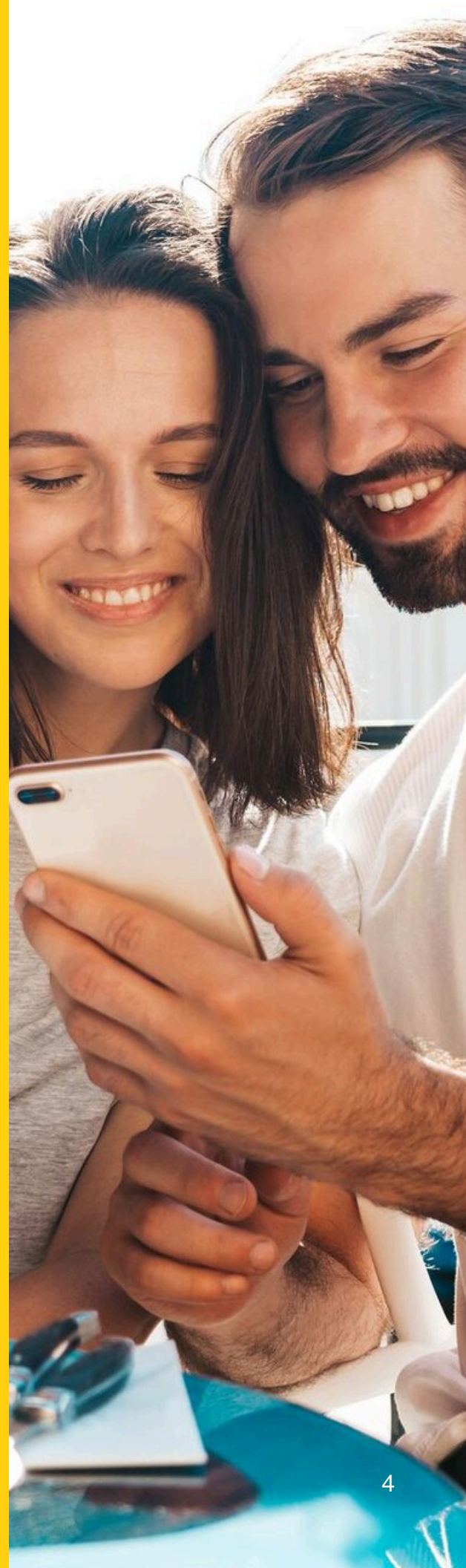
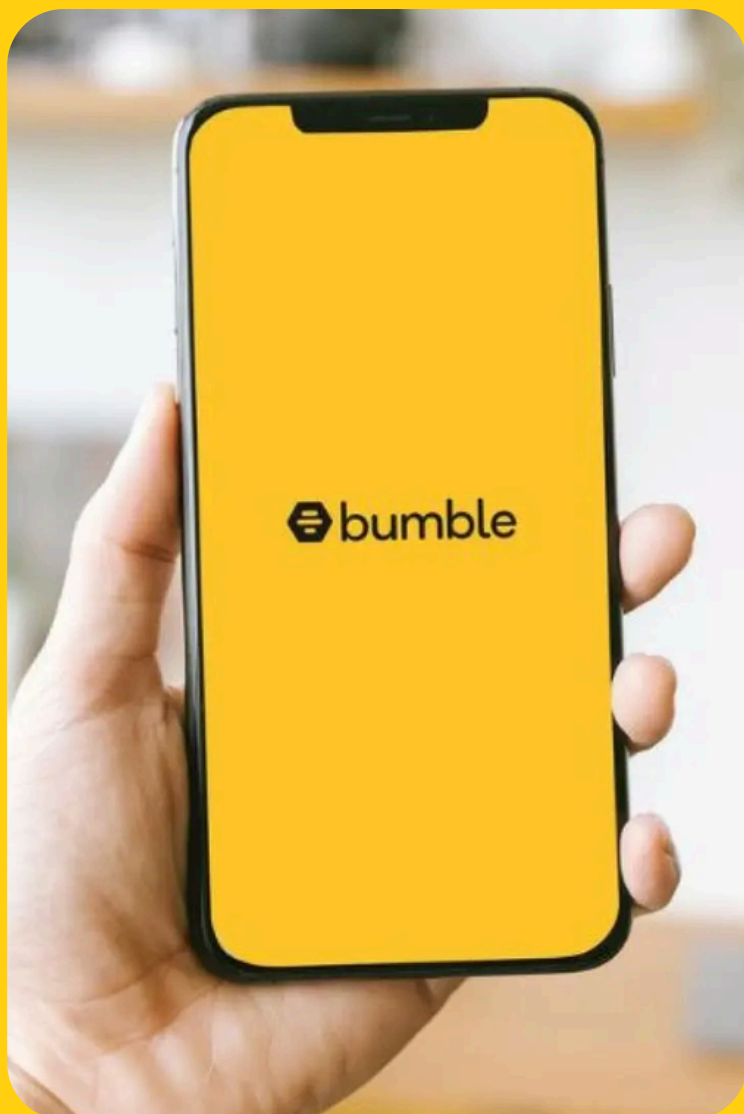
Amb Bumble, ha esdevingut una figura destacada en la promoció de l'empoderament de les dones en l'àmbit digital. La seva missió de donar a les dones el control de les seves interaccions en línia ha tingut un impacte significatiu en com es perceben i gestionen les relacions en l'entorn digital.



INTRODUCCIÓ

El problema del Brief

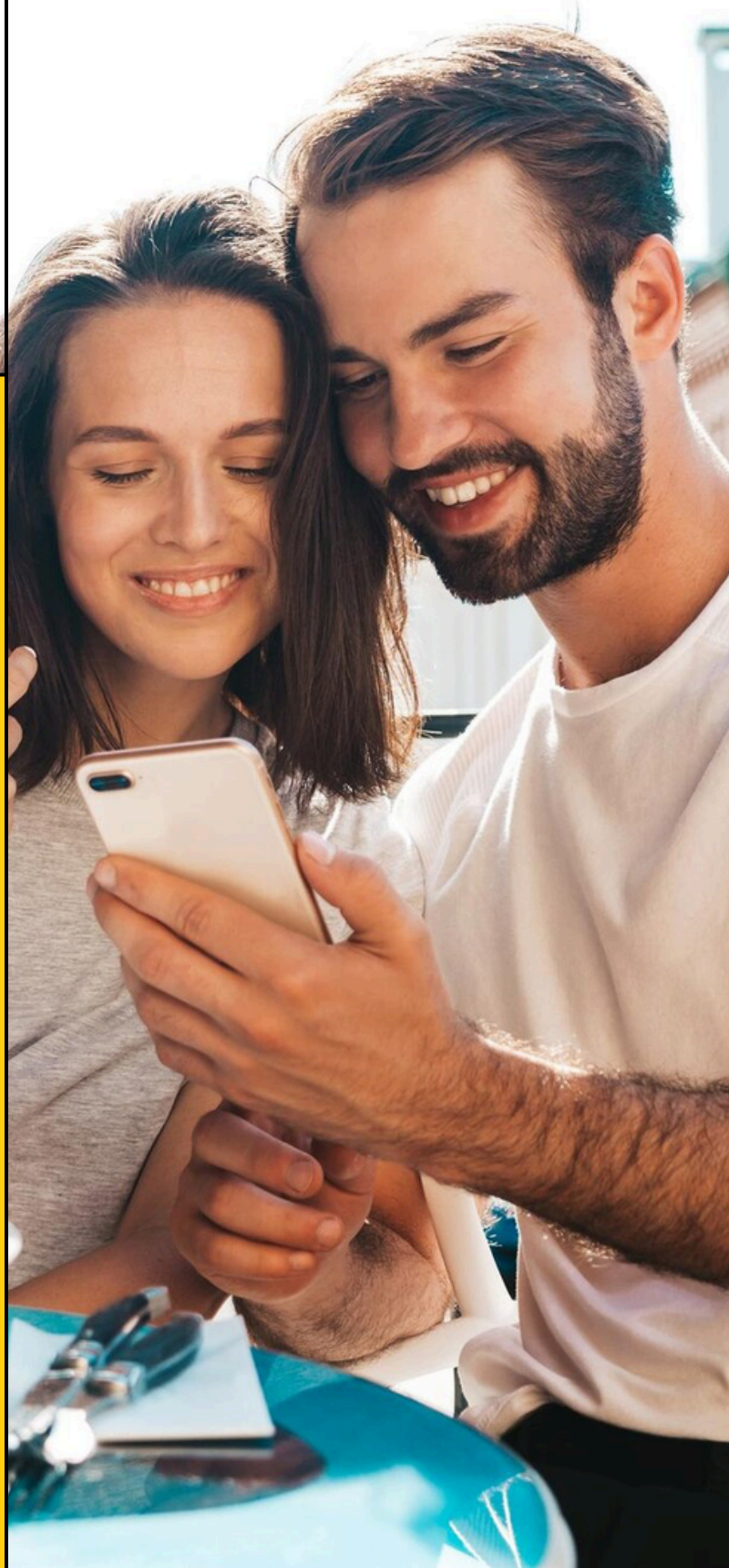
S'ha de crear una campanya que celebri els 10 anys de la marca sota el posicionament de "Make the first move" i que giri entorn l'espai segur, empoderador i inclusiu per a totes les identitats, que interpel·li a persones diverses que busquin la manera més personalitzada de trobar connexions compatibles.





El problema identificat és l'exclusió de certs col·lectius en les

plataformes de cites en línia. Les dades mostren una demanda creixent de diversitat i inclusió. L'insight és la necessitat d'una plataforma que sigui representativa i inclusiva de totes les identitats i orientacions. El concepte de campanya seria "Cites per a Tothom", destacant la diversitat com a valor fonamental i promocionant un espai segur i respectuós per a tothom.

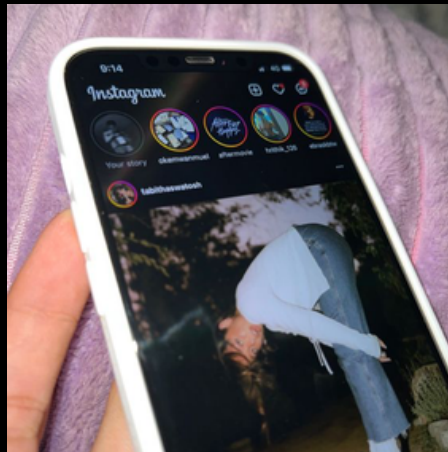


EL PROBLEMA QUE HE IDENTIFICAT

Idea creativa: CAMPANYA BUMBLE WITHOUT LABELS



Quin serà el teu missatge principal?
Quins mitjans utilitzaràs?



"Bumble sense Etiquetes" és una campanya que promou un espai on totes les persones puguin trobar connexions significatives sense importar la seva identitat de gènere o orientació sexual. Bumble es compromet a proporcionar un entorn inclusiu i respectuós on l'amor floreixi sense etiquetes ni prejudicis.

Els mitjà principal que s'utilitzarà seran les Xarxes Socials (principalment Instagram), ja que és el més adquat per arribar al target d'entre 18 i 29 anys.

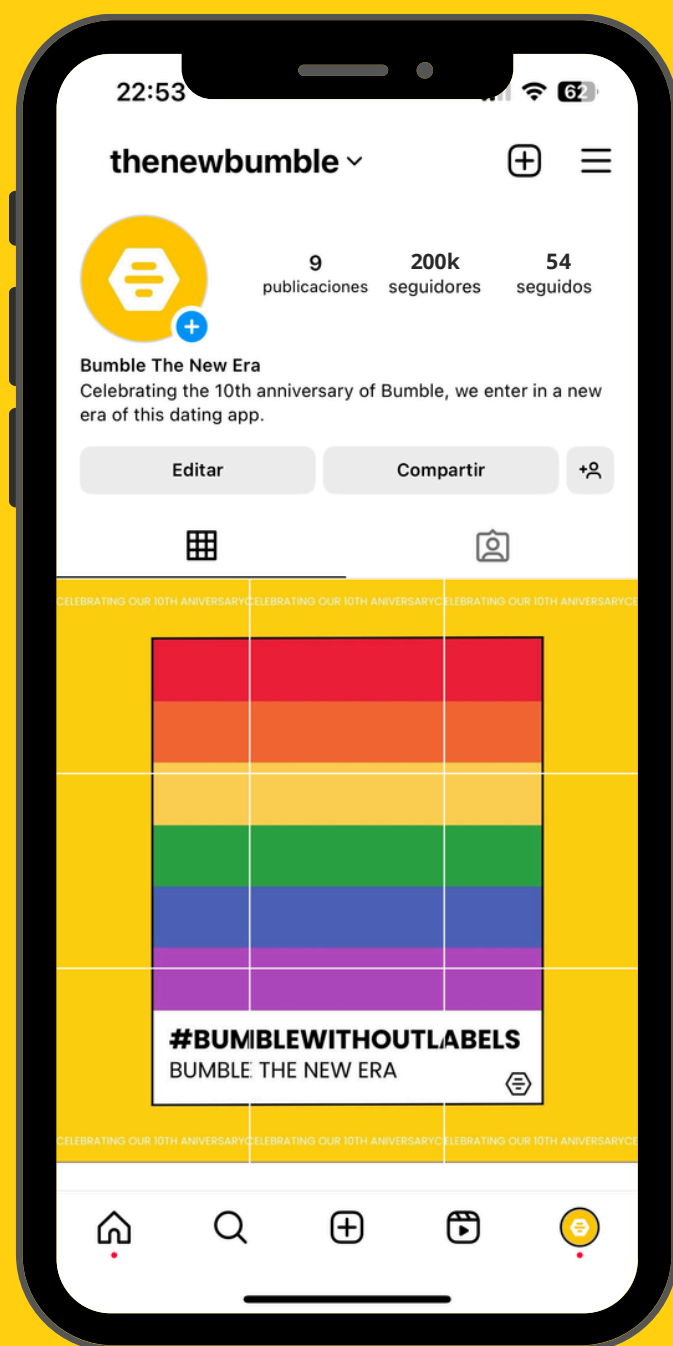
IDEA CREATIVA:

La nova idea creativa es dur a terme una nova versió de Bumble; **Bumble The New Era** amb una campanya publicitària que consisteix amb una sèrie de posts a Instagram, que tot i que siguin de diferents temàtiques, comparteixen tots el mateix **Hashtag** **Inclusiu:** **#BumbleWithoutLabels.**

Les diferents temàtiques podrien ser:

1. "Sabías que..."
2. Personatges lgtbq+
- 3.

Execució d'una PRIMERA PEÇA



PRIMERA TEMÀTICA

SABÍAS QUE...

Una sèrie de Posts a Instagram serien amb la temàtica “Sabías que...” amb un seguit de curiositats sobre l’orgull lgbtq+.

#BUMBLEWIHOUTLABELS

SABÍAS QUE...

¿LA BANDERA DEL ORGULLO ORIGINALMENTE TENÍA 8 COLORES?

Fue diseñada por Gilbert Baker en 1978, junto con treinta voluntarios que tiñeron y cosieron a mano las dos primeras banderas para el desfile de San Francisco. La bandera original tenía ocho colores, cada uno con un significado: rosa (sexualidad), rojo (vida), naranja (curación), amarillo (luz del sol), verde (naturaleza), turquesa (arte), añil (serenidad) y violeta (espíritu). Sin embargo, por problemas de producción, se eliminaron los colores rosa y turquesa, quedando la bandera actual con seis colores.



#BUMBLEWIHOUTLABELS

SABÍAS QUE...

¿EL PRIMER DESFILE DEL ORGULLO FUE EN 1970?

Un año después de los disturbios de Stonewall, el 28 de junio de 1970, miles de personas salieron a las calles de Nueva York para conmemorar el aniversario de la rebelión y reivindicar sus derechos. Fue la primera marcha del Día de la Liberación de Christopher Street, que se considera el primer desfile del Orgullo Gay de la historia.



#BUMBLEWIHOUTLABELS

SABÍAS QUE...

**¿EL ORIGEN DEL DÍA DEL ORGULLO GAY SE ENCUENTRA EN LOS
DISTURBIOS DE STONEWALL?**

El Día del Orgullo Gay se inspiró en los disturbios que ocurrieron el 28 de junio de 1969 en el bar Stonewall Inn de Nueva York, cuando la policía irrumpió en el local y detuvo a varias personas por su orientación sexual. Los clientes y vecinos se rebelaron contra la represión y la violencia policial, dando lugar a una serie de protestas que duraron varios días y que marcaron el inicio del movimiento de liberación homosexual.



SEGONA TEMÀTICA

IT'S A MATCH!

Una sèrie de Posts a Instagram simulant un match però amb personages del món del cinema lgbtq+, és a dir, de sèries/pel·licules reconegudes per identificar al col·lectiu.

BOOM!

it's a match!



[Go to the chat](#)

#BUMBLEWITHOUTLABELS

(brokeback mountain)

BOOM!

it's a match!



Go to the chat

#BUMBLEWITHOUTLABELS

(Euphoria)

BOOM!

it's a match!



Go to the chat

#BUMBLEWITHOUTLABELS

(Call me by your name)

TERCERA TEMÀTICA

WHAT A LYRICS!

Una sèrie de Posts a Instagram amb cançons representatives del col·lectiu on els que hi pertanyen s'hi sentin identificats.



#BUMBLEWITHOUTLABELS





#BUMBLEWITHOUTLABELS



#BUMBLEWITHOUTLABELS



RACIONAL

COM ES RESOL LA

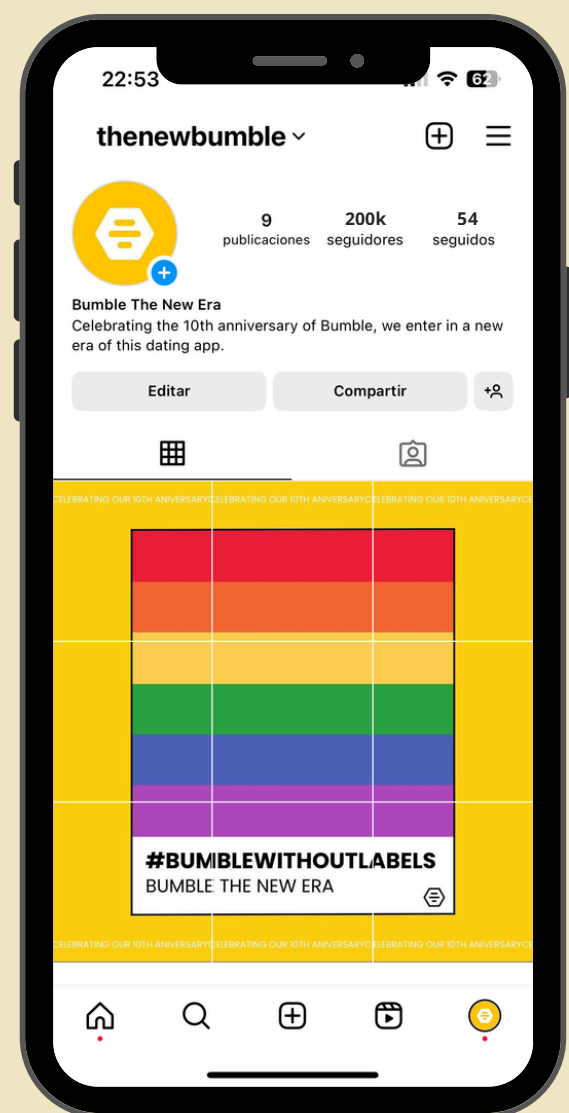
PROBLEMÀTICA

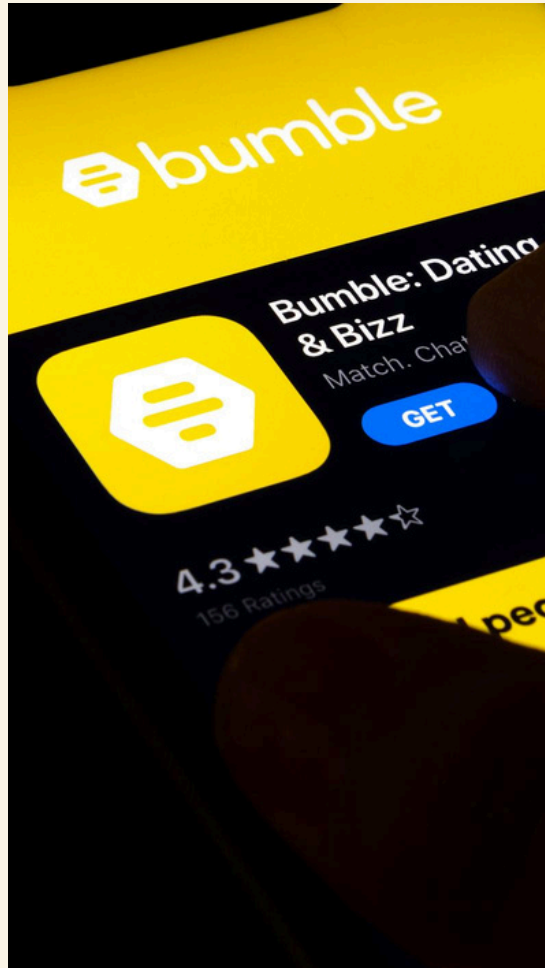
Bumble The New Era

El que s'aconsegueix amb aquestes seqüències de Posts a Instagram és portar el missatge de Bumble a un altre nivell. No només involucra a totes aquelles parelles heterosexuales sinó que vol invitar a tot el col·lectiu LGBTQ+ a usar la plataforma.

A més, és un contingut dinàmic i entretingut per causar tendència entre el target, no des d'un punt promocional sinó més per donar veu al col·lectiu i que es sentin representats.

Això no només demostra el compromís amb la diversitat i la inclusió, sinó que també ajuda a crear un ambient acollidor i segur per a tots els usuaris de la plataforma.





**MOLTES
GRÀCIES**