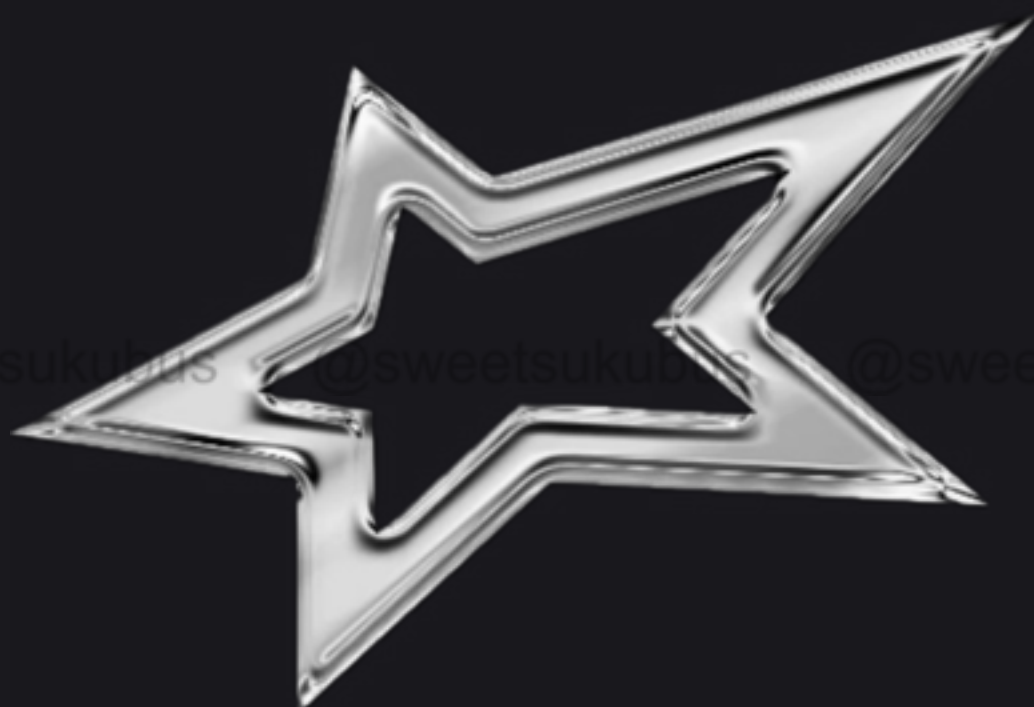




***sip
your
alter
ego***





indice

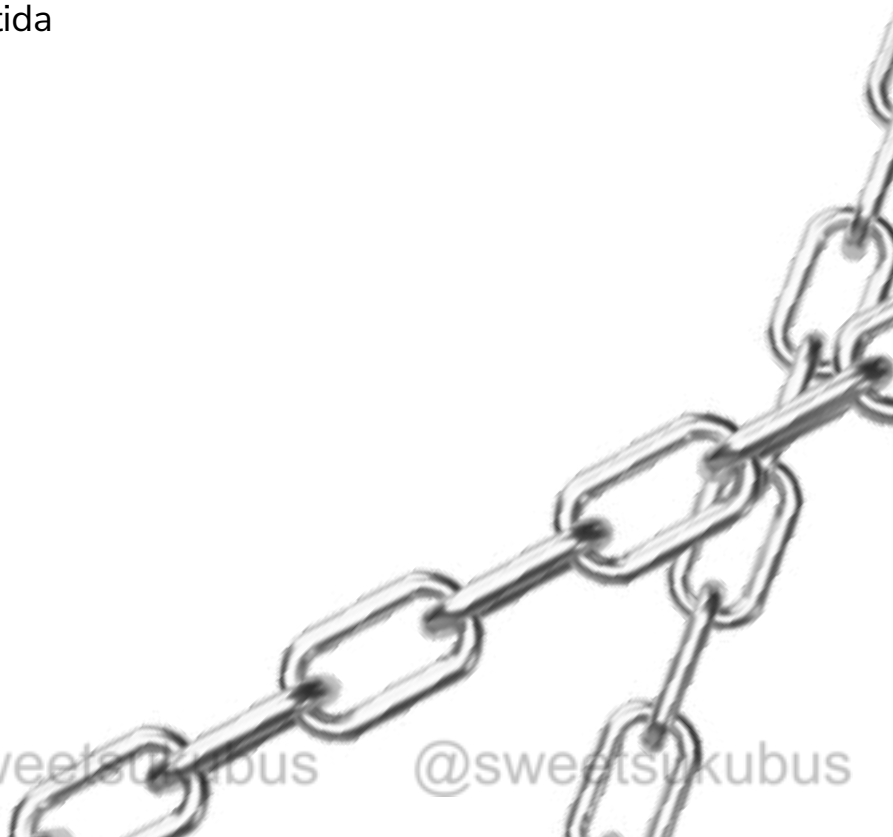
1. Analisis

- Objetivo del Proyecto o Campaña
- Público al que vá dirigido
- Descripción de la Empresa
- Necesidades Específicas
- KPIs
- Condiciones y Limitaciones

2. Ideación

- Visualización de Conceptos
- Eslogan y Claim
- Ideas de partida

3. Creación



1. análisis

objetivo del proyecto o campaña

- Aumentar las visualizaciones de LISA a nivel global, utilizar la plataforma publicitaria para convertirla en un modelo de lifestyle y hacerla creadora de tendencias globales mostrando una interacción auténtica con el producto . integrando una estética de lujo como lo son los ensayos, la moda y los viajes.

- Elevar la idea sobre Starbucks asociándose al lujo y estatus cultural global, convirtiéndola en un accesorio de lujo.
- Aumentar las ventas tanto de la marca como nuevas bebidas fáciles de pedir y reconocer en tienda y en internet; y los del merch de la cantante con una estética lujosa y minimalista como un vaso limitado de la colaboración.



@sweetsukubus

@sweetsukubus

@sweetsukubus

1. analisis

publico al que va dirigido



Principal: Fans de LISA (Lilies) y Black Pink (Blinks).

Demografía: de entre unos 15 y 30 años (Puede haber casos de menos de 15 y más de 30 años).

Secundario: Seguidores de moda de la empresa Hype y seguidores de moda.

Personas que compren cosas de edición limitada como símbolo de estatus.

Lenguaje Emotivo: aspiracional / estilo de vida, el cual no vende el producto, sino el estilo de vida o el estatus que supuestamente obtienes al usarlo. Apela al deseo

Estilo del Diseño: Minimalista y lujo, cuanto menos es más, uso de tonos negros, blancos y rosa mate, con toques metálicos como el dorado y el plateado, uso de tipografía de palo seco para seguir con la línea del minimalismo y asociarse a Celine también debido a que Lisa es embajadora de esta marca.

Canales y Medios: Instagram, X, TikTok, Spotify, YouTube, TV, Tiendas Oficiales de Starbucks.

1. análisis

descripción de la empresa

Starbucks se fundó en 1971 a manos de Baldwin, Siegl y Bowke, con la intención de dedicarse única y exclusivamente a la venta de café tostado en Seattle, su director de marketing en 1983 de viaje a Milán se interesó en la cultura social del espresso, decidiendo proponer la idea de transformar el café en un servicio en vez de un producto, pero este obtuvo solo una visión negativa por los fundadores, por lo que el director de marketing crea Il Giornale y luego de un tiempo adquiere los activos de Starbucks fusionados con ese nombre.

Tras la crisis de 2008 tuvieron que cerrar numerosas tiendas y reinventarse, y actualmente han logrado recuperar la eficiencia operativa, con una simplificación del menú y mejorando la experiencia en las tiendas frente a las nuevas tecnologías.

En 1992 sale a bolsa, y con el lanzamiento del Frappuccino en 1995 logró captar la atención del público joven de forma masiva, logrando también abrir numerosas tiendas en otras partes del mundo.



Lalisa Manobal (Lisa), cuyo nombre real es Pranpriya Manobal, es una cantante de origen tailandes e integrante del famoso grupo musical de BLACKPINK creado por la empresa YG Entertainment.

Desde muy temprana edad desarrolló un fuerte talento para el mundo del baile.

En 2010 fue la única de entre 4000 aspirantes en ser seleccionada por YG Entertainment para sus proyectos, mudándose a los 14 sola a Corea del Sur sin hablar el idioma, y estando 5 años como trainee.

En 2016 debutó en el grupo BLACKPINK como una de las 4 integrantes siendo su rol el de bailarina principal y rapera principal, durante el periodo en el que está vinculada directamente con BLACKPINK esta se convirtió en embajadora de Celine y Bulgari. En 2021 tras una increíble trayectoria con el grupo Lisa presenta su álbum sencillo debut como solista titulado LALISA, comenzando así su carrera como solista.

A día de hoy Lisa es una de las personas más influyentes del mundo debido al gran impacto que ha tenido por ser integrante de BLACKPINK, como por su carrera en solitario y por la gran cantidad de eventos públicos en los que aparece.



1. analisis

necesidades especificas

Público

- Crear una bebida especial en conmemoración con la colaboración, inspirándose en la trayectoria musical como solista de la cantante, adquiriendo la estética de esta.
- Cold Brew con sirope de caramelo y toppings de color dorado.
- Línea de Vaso Exclusivo color negro mate con tachuelas y el logo de Starbucks y Lalisa en dorado.

- Propuesta Creativa
- Cambiar la estética de Starbucks durante el tiempo de la colaboración, pero sin que pierda su esencia (Unir la imagen de la Cantante a la Marca).
- El uniforme del personal debería ir con los colores asociados a la campaña para mayor unidad.





Ventas del Merch

- Hacer que se venda parte de la mercancía online en menos de 1 hora a nivel global.

Redes Sociales

- Ser #1 en tendencias en X a nivel mundial tras el lanzamiento de la colaboración
- Aumentar el número de seguidores, visualizaciones y búsquedas de la marca y la cantante.
- Publicidad a través de las cuentas de Starbucks y Lisa, vía Instagram, TikTok, etc; con un trend con la canción Rockstar de Lisa.

1. analisis

condiciones y limitaciones

- La calidad y estética de la campaña tienen que estar a la altura de la cantante al ser embajadora de marcas de lujo como Celine y Bvlgari.
- El manejo del lanzamiento de la campaña en todo el mundo.

- Evitar que bots compren mercancía de la colaboración de forma masiva para luego venderla a precios desorbitados.
- El costo del merch tiene un precio y más si se espera una alta calidad en el producto.

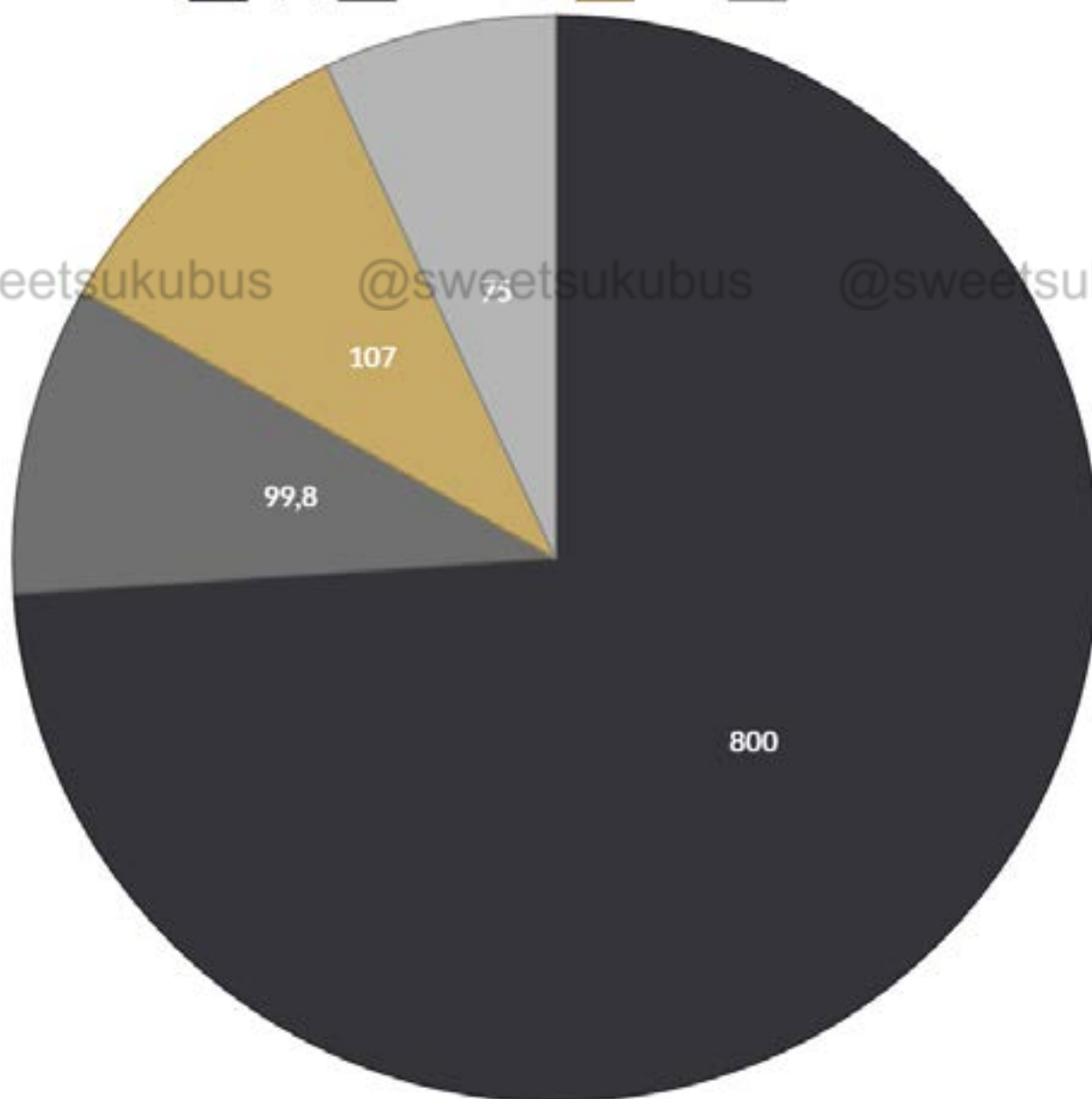


visualización de conceptos



Lalisa x Starbucks

■ Kpop ■ BLACKPINK ■ Lalisa ■ Starbucks



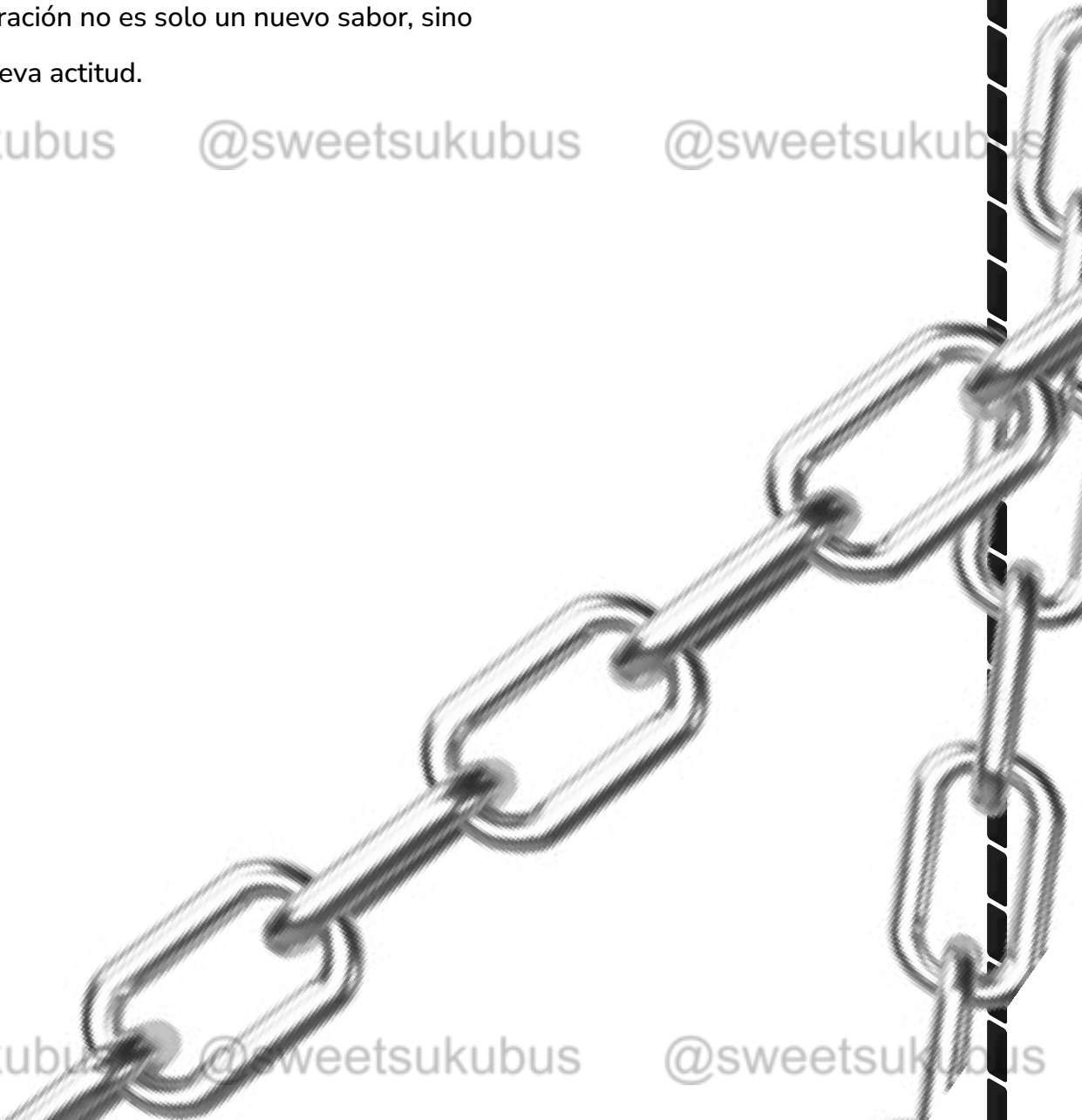


2. ideacion

eslogan y claim

He elegido 'Sip Your Alter Ego' porque transforma el acto de beber café en una experiencia de autodescubrimiento.

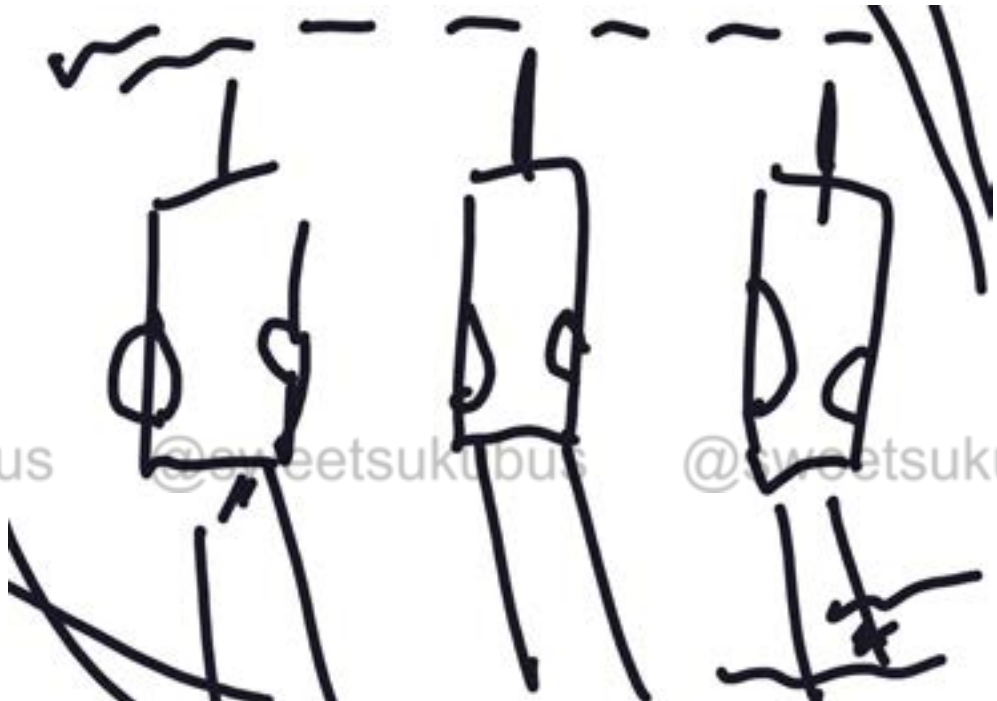
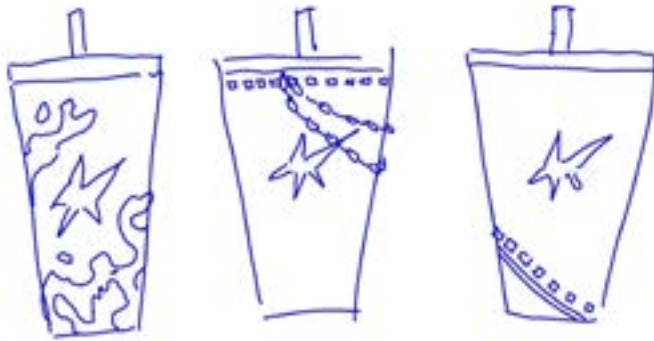
Aprovecha la cultura de personalización de Starbucks para invitar al consumidor a probar algo atrevido, prometiendo que esta colaboración no es solo un nuevo sabor, sino una nueva actitud.





2. ideacion

ideas de papida



sip you
alter es



@sweetsukubus

@sweetsukubus

@sweetsukubus

@sweetsukubus **3. FREEDOM** @sweetsukubus

@sweetsukubus

@sweetsukubus

@sweetsukubus



sip your alter ego

Try our new Cold
Rock flavor in this
incredible Limited
Edition glass!

Available in all our
physical stores
worldwide and in
our online store
from January 13,
2026



The
collaboration of
the year

lalisa



starbucks

sip your alter ego

Try our new Cold
Rock flavor in this
incredible Limited
Edition glass!



Available in all our
physical stores
worldwide and in
our online store
from January 13,
2026

The
collaboration of
the year

lalisa



starbucks

@sweetsukubus

@sweetsukubus

@sweetsukubus

***sip your
alter ego***



@sweetsukubus

@sweetsukubus

@sweetsukubus



Available in all our physical stores
worldwide and in our online store
from January 13, 2026

@sweetsukubus

@sweetsukubus

@sweetsukubus

@sweetsukubus @sweetsukubus @sweetsukubus
The collaboration of the year



lalisa



starbucks

@sweetsukubus @sweetsukubus @sweetsukubus

*sip your
alter ego*



*lalisa
as
starbucks*





*sip your
alter ego*



lalisa

25

starbucks

@sweetsukubus

@sweetsukubus

@sweetsukubus

@sweetsukubus

mocks up

@sweetsukubus

@sweetsukubus

@sweetsukubus

@sweetsukubus

*sip your
alter ego*

Try our new Cold
Rock flavor in this
Incredible Limited
Edition glass!

Available in all our
physical stores
worldwide and in
our online store
from January 15,
2024

The
collaboration of
the year

lalisa
x
starbucks

A large outdoor advertisement for Starbucks' 'sip your alter ego' campaign. The ad is displayed on a black, three-dimensional structure that resembles a giant Starbucks cup. The background is dark with a metallic, chain-link border. The central focus is a Starbucks cup with a silver skull design on the side, which is the 'Incredible Limited Edition glass' mentioned in the text. The cup is filled with a dark liquid and has a silver straw. The Starbucks logo is visible on the cup. The text 'sip your alter ego' is written in a stylized, italicized font at the top. Below the cup, it says 'Available in all our physical stores worldwide and in our online store from January 15, 2024'. At the bottom, it says 'The collaboration of the year' and 'lalisa x starbucks'. The background of the ad shows a city street with palm trees, a traffic light, and a building.

***sip your
alter ego***



Available in
worldwide
from Jan

The collaboration of the year



in all our physical stores
and in our online store
January 13, 2026

lalisa
starbucks

@sweetsukubus

@sweetsukubus

starbucks

@sweetsukubus



Starbucks

1.140
posts17,7 M
followers5.069
following

Brand

🌟 Holidays are here 🌟

www.starbucksforlife.com and 3 more

starbucks The Not-So-Secret Menu



Followed by oliviamartos7976, miguel.zarco and 4 others

Following ▾

Message

Contact



Posts
starbucks



starbucks



❤️ 125 🔄 34 🗒️



Liked by haileynolin and others
starbucks

3 days ago · See Translation



@sweetsukubus

@sweetsukubus

@sweetsukubus



@sweetsukubus

@sweetsukubus

@sweetsukubus

carlos fernandez rodriguez

@sweetsukubus

@sweetsukubus

@sweetsukubus