

CONGRESO DE LA CAFICULTURA

2022 • Edición 31





CONGRESO DE LA CAFICULTURA

2022 • Edición 31

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA COMUNICAR EL ORIGEN AL MERCADO INTERNACIONAL DEL CAFÉ

Juan De León

Digital Account Manager

PDG MEDIA

¿QUÉ ES EL MARKETING DIGITAL?



EL MARKETING DIGITAL ES EL CONJUNTO DE ESTRATEGIAS QUE UNA EMPRESA EJECUTA EN INTERNET :

- **NOTORIEDAD DE MARCA**
- **COMUNICACIÓN BIDIRECCIONAL**
- **CREAR RELACIONES O INTERACCIONES**
- **LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS**

DEL MARKETING TRADICIONAL AL DIGITAL



“LOS SERES HUMANOS SE ORGANIZAN CADA VEZ MÁS EN TRIBUS O PEQUEÑAS COMUNIDADES CON GUSTOS, AFICIONES, INTERESES E INCLUSO, OBSESIONES AFINES”

SETH GODIN, EXPERTO EN MARKETING

DEL MARKETING TRADICIONAL AL DIGITAL



DE LA SEGMENTACIÓN Y LA IDENTIFICACIÓN DE UN PUBLICO OBJETIVO A LA CONFIRMACIÓN DE COMUNIDADES DE CONSUMIDORES:

- **DE INDIVIDUAL A SOCIAL** (BUSCAN, DIALOGAN Y COMPARTEN).
- **BUSCAN LA SINGULARIDAD** (CERTIFICACIONES, PROCESOS EXPERIMENTALES, ETC.).
- **EL AUGE DE LAS COMUNIDADES “PROSUMERS”** (LOS CLIENTES PRODUCEN CONTENIDO Y OPINIÓN DE NUESTRAS MARCAS Y LO COMPARTEN EN MEDIOS DIGITALES).

ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA COMUNICAR EL ORIGEN

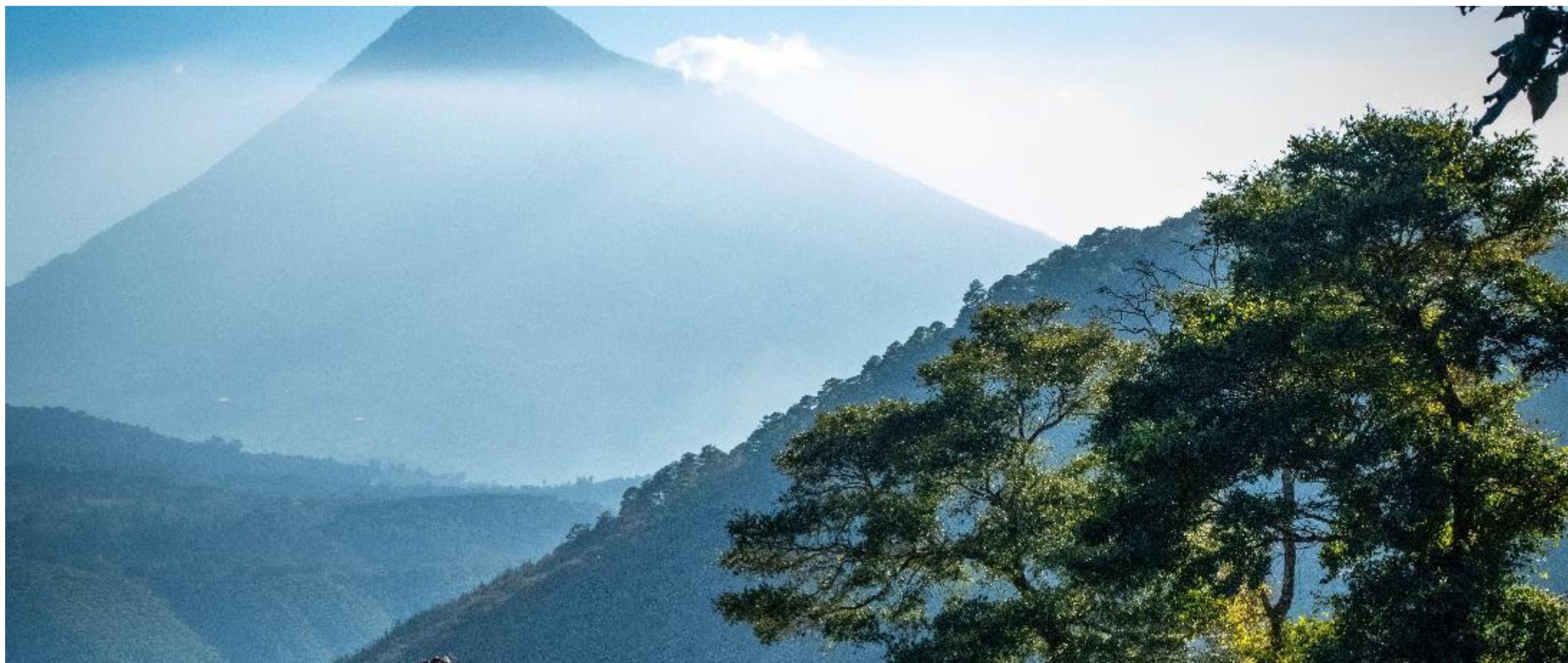


FOTO: MISTER MENU / RETANA COFFEE

¿QUÉ DESEAMOS DEL MARKETING DIGITAL?



OBJETIVOS DE MARKETING DIGITAL

- INCREMENTAR PRESENCIA DE MARCA
- MEJORAR REPUTACIÓN DE MARCA
- INCREMENTAR TRÁFICO AL SITIO WEB
- MEJORAR LA INTERACCIÓN CON LA COMUNIDAD DE MARCA
- AUMENTAR CONVERSIONES O VENTAS
- GENERAR LEADS (CLIENTES POTENCIALES)
- SERVICIO AL CLIENTE / FIDELIZACIÓN
- ESCUCHA ACTIVA PARA GANAR INFORMACIÓN DE MERCADO
- INTRODUCCIÓN A NUEVOS MERCADOS INTERNACIONALES O LOCALES



COMUNIDAD O AUDIENCIA

SE DEBE TENER MUY CLARO A QUIÉN NOS DIRIGIMOS,
PARA PODER DEFINIR BIEN NUESTRA COMUNIDAD
OBJETIVA Y CREAR LAS SEGMENTACIONES ADECUADAS
PARA UN ÓPTIMO IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN Y
EL CONTENIDO.



IMAGEN: JONATHAN FARBER

DIFERENCIACIÓN DE MARCA

EL POSICIONAMIENTO DE MARCA ES BÁSICAMENTE LA PROMESA ATRACTIVA QUE UNA EMPRESA LANZA PARA GANARSE LA CONFIANZA Y CREDIBILIDAD DE LOS CONSUMIDORES.

EN EL MARKETING DIGITAL LOS CONSUMIDORES CUENTAN CON MAYOR FACILIDAD Y AUTONOMÍA PARA EVALUAR Y ANALIZAR CUÁNDO UNA MARCA HACE O NO FALSAS PROMESAS.



DIFERENCIACIÓN DE MARCA

¿QUÉ ASPECTOS AYUDAN A CREAR UNA IMAGEN DE MARCA DIFERENCIADA EN CANALES DIGITALES?

- IDENTIDAD
- PERSONALIDAD
- TONO DE VOZ
- STORYTELLING (NARRACIÓN)
- VALORES
- COHERENCIA



EVALUAR NUESTRO ECOSISTEMA DIGITAL

Pagar por publicidad, colaboraciones, contenido de marca que aumente la notoriedad y presencia que ayuden a cumplir los objetivos.

MEDIOS PAGADOS PUBLICIDAD

- Publicidad
- Retargeting
- Influencers pagados
- Contenido pagado
- Promoción
- Branded content

Ganar exposición de marca. Mostrar personalidad, valores, imagen y posicionamiento.

MEDIOS PROPIOS CONTENIDO DE VALOR

- Sitio web
- Landing pages
- Email marketing
- Blog
- Ecommerce
- SEO

MEDIOS GANADOS ORGÁNICO

- Social Media
- Blogs / Editorial
- Menciones
- Medios de comunicación
- Shares
- Reviews
- Influencers
- Otros sitios

Generar tráfico de contenido de valor generado por la marca, el usuario o comunidad.

WEBSITE = EXPERIENCIA



BIG ISLAND COFFEE NEWS & ARTICLES

[ALL](#) [BEHIND THE SCENES](#) [COFFEE FARMING / PROCESSING](#) [EDUCATION](#) [HAWAIIAN COFFEE](#) [KA'U COFFEE](#) [KAHUA COFFEE](#) [LOCAL COFFEE STORIES](#) [NEWS](#)

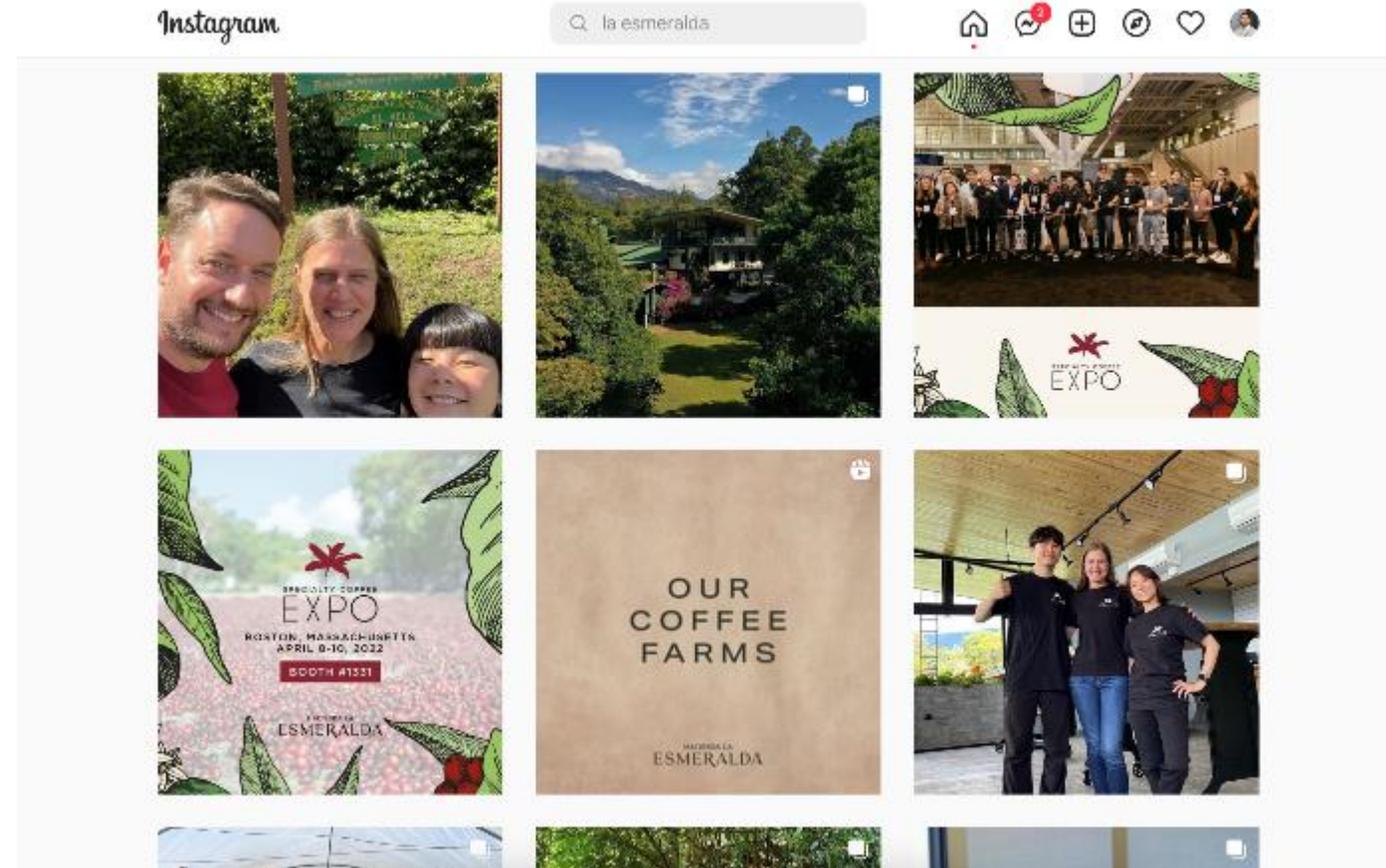


- PÁGINA CORPORATIVA
- ECOMMERCE
- BLOG / NOTICIAS



REDES SOCIALES = INTERACCIÓN

- HERRAMIENTA DE ALTO VALOR
- CONTENIDO EDUCATIVO
- CONTENIDO DE ENTRETENIMIENTO
- CONTENIDO VIRAL
- CONCIENCIA DE MARCA
- GENERAR INTERACCIÓN
- SOCIAL ADS



LANDING PAGE = ACCIÓN

- SOLICITAR UNA ACCIÓN
- PÁGINA SQUEEZE
- GENERADOR DE LEADS
- PÁGINA DE PROMOCIÓN
- PÁGINA DE PRECIOS
- PÁGINA COMING SOON



Great Jones

Limited time offer! Enjoy

10% Off

your first order with Great Jones.

Continue

NO, I'LL PAY FULL PRICE

EMAIL MARKETING = NOTIFICAR

- NO SER INTRUSIVOS
- OFRECER BENEFICIOS
- CAMPAÑAS:
 - **GENERAR TRÁFICO:** DIRIGIR USUARIOS CON INTERÉS EN LA MARCA
 - **NUTRICIÓN DE LEADS:** EDUCAR O MADURAR LEADS PARA VENTAS.
 - **CONCIENCIA DE MARCA:** ESTABLECER VALOR O SER LÍDERES
 - **GENERAR INGRESOS:** UPGRADE, DESCUENTOS, CROSSELING



¿CUÁL ES EL ORDEN DE LOS PASOS?



BENEFICIOS DE MEDIR RESULTADOS

WEBSITE

- TRÁFICO TOTAL
- FUENTE DE TRÁFICO
- TRÁFICO DE REFERIDOS

REDES

- PROMEDIO DE ENGAGEMENT
- MÉTRICAS DE AWARENESS

EMAIL

- PROMEDIO DE CORREOS ABIERTOS
- CLICK-THROUGH RATE

LANDING

- FUENTE DE TRÁFICO
- PROMEDIO DE REBOTE
- CONVERSIONES

Juan De León

Digital Account Manager

PDG MEDIA

juan@perfectdailygrind.com

