XABIER ALONSO

# MARXATEZ

## Vinos

https://vinosmarxanez.com

VINOS
MARXÁNEZ

# 1. Objetivos de la Campaña (SMART)

**Venta y captación**: Incrementar en un 20% la base de clientes fidelizados a través de la web en el próximo trimestre.

**Branding**: Establecer a Vinos Marxánez como la cooperativa de referencia para el consumidor urbano que busca honestidad y calidad sin artificios.

**Mensaje medible**: Lograr un alcance de 50.000 impresiones en canales digitales segmentados.



VINOS
MARXÁNEZ

# 2. **Estrategia**

Diferenciamos el enfoque general de las acciones concretas para "ganar" mercado.

- Estrategia: Marketing de contenidos basado en el storytelling regional. No vendemos botellas; vendemos la unión de Vigo, Verín, Madrid, La Mancha y Murcia.
- Tácticas: Lanzamiento de una serie de micro-documentales sobre los pueblos de la cooperativa.
- Implementación de marketing conversacional vía WhatsApp para asesoría de sumillería en tiempo real.



VINOS
MARXÁNEZ

# 3. **Audiencia**

Para que el mensaje sea efectivo, dividimos el mercado en grupos homogéneos.

- **Audiencia**: Un grupo amplio de consumidores de productos gourmet y seguidores de tendencias en sostenibilidad y mundo rural.
- **Público Objetivo**: Adultos de entre 28 y 50 años, con un nivel educativo superior y un estilo de vida que valora el origen y la trazabilidad de lo que consume.



VINOS
MARXÁNEZ



# 3. **Audiencia**

## Buyer Persona 1

Siguiendo el modelo de representación detallada de clientes ideales:

- Perfil: 35 años, periodista especializado en cultura.
- Motivaciones: Le apasiona descubrir productos con historia que pueda recomendar a su círculo cercano.
- Comportamiento: Toma decisiones basadas en blogs de expertos y recomendaciones en redes sociales.
- Reto: Encontrar vinos de autor a un precio justo fuera de las marcas industriales.



VINOS
MARXÁNEZ

# 5. Mensajes Clave

**"Marxánez: La honestidad de cinco tierras en una sola copa."**

**Valores:** Calidad artesanal, transparencia cooperativa y minimalismo sofisticado

**“Del campo a la ciudad sin perder la esencia”**

**“Elegir Marxánez es elegir de dónde viene lo que bebes”**



VINOS
MARXÁNEZ

# 6.Presupuesto y canales

**20.000 €**

**Canales externos:**

- Campañas segmentadas en Instagram y TikTok (60% del presupuesto)
- Colaboraciones con micro-influencers de gastronomía (30%)

**Canales de Fidelización:**

- Email marketing para ofrecer acceso exclusivo a la sección VIP de la web (10%)



VINOS
MARXÁNEZ

# 7. El Plus: Plan de Relaciones Públicas y Transparencia

**Open Cooperativa:** Código QR en cada etiqueta que muestra el origen exacto de la uva en el pueblo correspondiente

- **Gestión de Reputación:** Validación de críticos independientes mediante el envío de "kits de cata a ciegas", reforzando que nuestra calidad habla por sí misma.















GRACIAS POR SU ATENCIÓN