
XABIER ALONSO, MARTA DE SANTIAGO, PERDRO MARTÍNEZ
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.









OS ESPERAMOS EN NUESTRAS BODEGAS



