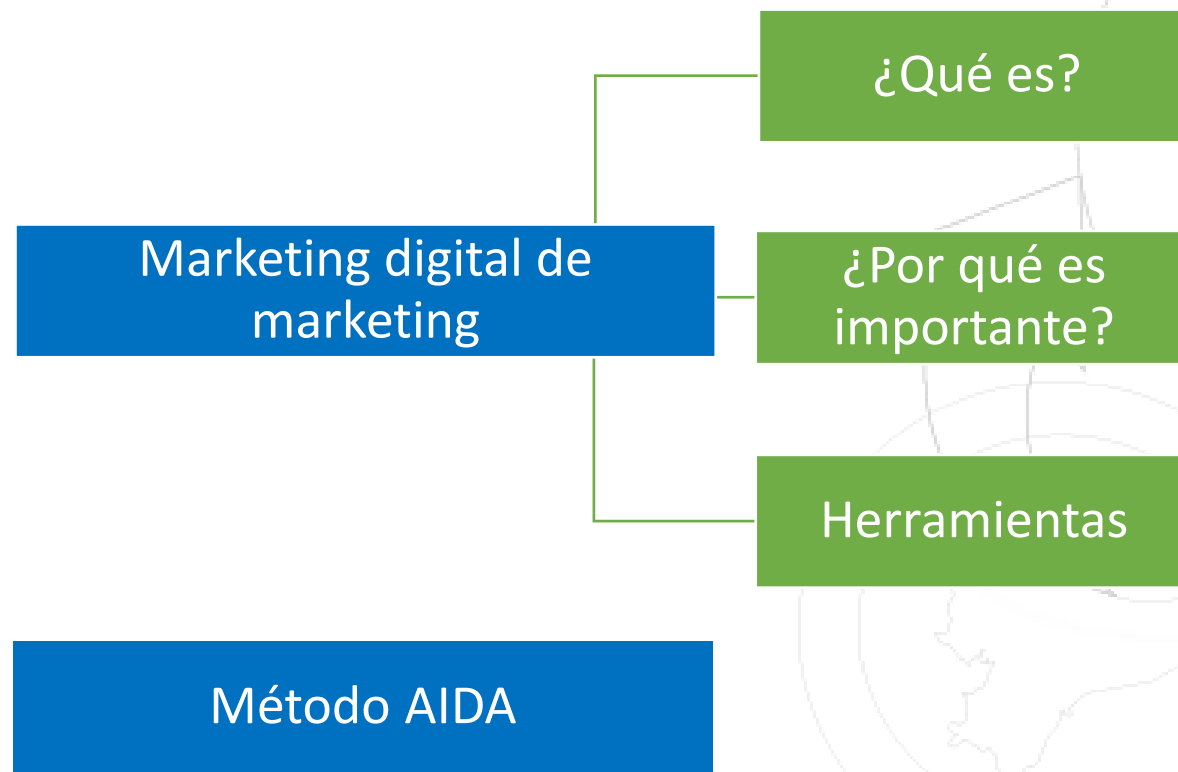




Programa **Bioexportador Global 2020** *Ecuador para el Mundo*

MATERIAL DIGITAL DE MARKETING



MATERIAL DIGITAL EN RUEDAS B2B



¿Qué es?

Es el conjunto de herramientas que una empresa ejecuta en línea con el objetivo de atraer nuevos negocios, crear relaciones y desarrollar una identidad de marca.

MATERIAL DIGITAL EN RUEDAS B2B



¿Por qué es importante hablar de marketing cuando se trata de preparar una rueda de negocios b2b?

Porque te permitirá:

- + Incrementar la presencia de la empresas y la de tus productos.
- + Atraer al cliente potencial.
- + Mejorar la comunicación.
- + Aumentar tu red internacional de contactos.
- + Apoyar la acción comercial.

HERRAMIENTAS

¿Qué material prepara?

- + Presentación comercial – 20 min
- + Página web.
- + Material fotográfico para galería
- + Catálogo digital.
- + Videos (promocional y recorrido virtual).
- + Email marketing
- + Social media



HERRAMIENTAS



Presentación comercial, ¿Cómo realizarla?

- + Céntrate en las necesidades de tus clientes.
- + Céntrate en los beneficios.
- + ¿Las cifras y datos? ¡Mejor gráficos!
- + Aprovecha toda la fuerza del “storytelling”
- + Haz que el cliente se visualice con el producto.

HERRAMIENTAS



Contenido de la presentación

- + Contexto del sector
- + Información sobre la empresa
- + Productos / Certificaciones
- + ¿Por qué nuestra empresa?
- + Vínculo para pág web, redes sociales, video y catálogo.

HERRAMIENTAS

Página Web



- † Encabezado
- † ¿Quiénes somos?
- † Información de productos
- † Botones de redes sociales
- † Blog corporativo
- † Contacto
- † Geolocalizador
- † Idioma (Inglés)

HERRAMIENTAS

Página Web

<https://cofinacocoa.com/>



HERRAMIENTAS

Material fotográfico para Galeria



- + Imágenes con calidad, impactantes y visualmente atractivas.
- + Galería que muestre las diversas áreas del negocio.
- + Pueden ser utilizada las de la página web.

HERRAMIENTAS

Catálogo digital

- + Crear un índice.
- + Diseño atractivo de fotografías.
- + Describe cada producto.
- + Precio?
- + Información de contacto
- + Idioma (inglés)



HERRAMIENTAS



Video

- + Video de presentación de los productos que provee la empresa
- + Se busca contar la historia de la empresa y su acercamiento hacia el consumidor
- + Énfasis en el producto promocionado, al ser producción orgánica, convencional y con procesos productivos alineados a la necesidad del mercado.

Considerar las siguientes pautas:

- † Trabajar la estructura del guión.
- † No debe durar más de 4 minutos el video corporativo.
- † Emplear un lenguaje coloquial
- † Ofrecer opción de subtítulos o traducción a idioma de mercado objetivo
- † Ofrecer beneficios de consumo de productos
- † Usar Imágenes relevantes y llamativas (proceso productivo)

HERRAMIENTAS

Video corporativo



HERRAMIENTAS

Email Marketing

- † Es una oportunidad perfecta para ofrecer al cliente contenido de calidad y de valor.
- † ¿Para qué sirve?
 - Para mantener el contacto con los clientes
 - Para hacerles llegar noticias y novedades
 - Para mantener la marca en su top of mind
 - Para recabar opiniones
 - Para generar engagement
 - Para desarrollar estrategias de marketing de contenidos
 - Recopila información geográfica
 - Entre otros



HERRAMIENTAS

Social Media



- † Es un medio que requiere mucho trabajo y atención.
- † Se debe reaccionar con especial rapidez a los comentarios de los clientes.
- † A la vez considerar los siguientes puntos:
 - Convertir direcciones de correo en personas .
 - Optimiza los Perfiles Sociales de tu empresa.
 - Integra tus Listas de Suscriptores con tus Redes Sociales.
 - Incluye a las redes sociales en tus campañas de Email marketing
 - Personaliza y segmenta

MÉTODO AIDA

Atención

Obtener la
atención del
comprador

Interés

Obtener interés
del comprador en
tu oferta de
producto

Deseo

Generar un
deseo/necesidad
por el producto

Acción

Motive a su
cliente a
actuar
(generar la
compra)

MÉTODO AIDA

A I D A

LLAMAR LA ATENCIÓN CON EL DISEÑO



Diseño atractivo

† La capacidad de atención del cliente es corta.

† Utilice su imagen corporativa.

† La información debe ser simple.

MÉTODO AIDA

A I D A

LLAMAR LA ATENCIÓN CON CONTENIDO SENCILLO



Estructura clara

- † Es particularmente fácil de leer, el lector capta la información de un vistazo.

El contenido:

- † Debe tener títulos claros
- † Estar en diagramas
- † Ser concreto

MÉTODO AIDA

A I D A

GENERAR INTERÉS CON GRÁFICOS E IMÁGENES



Las imágenes comunican más que mil palabras

- Debe haber un buen balance entre cantidad de texto y cantidad de gráficos.
- Los elementos visuales pueden captar atención más rápido que los textos. Sin embargo, una gran cantidad de imágenes puede generar confusión.
- Utilice gráficos que guarden relación con el texto.
- Únicamente utilice imágenes de alta calidad.

MÉTODO AIDA

A ■ ■ D A

USO DE LOGOS

En caso de utilizar logotipos de las certificaciones de su producto, respete el Manual de Marca respecto de la utilización del logotipo. Por ejemplo:

❖ Original



❖ No cambie la forma del logotipo



❖ No agregue textos o gráficos



❖ No utilice efectos visuales



❖ No distorsione el logotipo



❖ No cambie el color del logotipo

MÉTODO AIDA

A I D A

GENERE INTERÉS CON COLORES

Colores fuertes



Colores brillantes



- † Elija colores brillantes y contrastes fuertes de acuerdo a la necesidad.
- † Es mejor utilizar colores corporativos.
- † Sin embargo, no es recomendable utilizar muchos colores, para evitar abrumar al cliente

MÉTODO AIDA

A I D A

GENERE INTERÉS EN EL GRUPO OBJETIVO

† Enfóquese en el grupo objetivo:

- Qué es lo que genera más interés entre sus potenciales clientes?
- Cuál es la información más importante?
- Por qué debería un importador hacer negocios con usted?

† Mientras redacte el contenido:

- Recalque que es un socio comercial confiable.
- Resalte los beneficios de ser su cliente.
- **No prometa lo que no puede cumplir.**
- No toda la información que provea tiene el mismo valor para los importadores.
- Proporcione información de manera concreta.

MÉTODO AIDA

A I D A

GENERE NECESIDAD DE SU PRODUCTO

Presente su empresa proporcionando la información más relevante.

Qué debe saber un importador sobre usted?

La información más importante para el importador debe presentarse de manera clara y centralizada:

1. Pequeño perfil de la compañía.
2. Portafolio de productos ([variedad](#), [certificaciones](#), etc.)
3. Información sobre insumos o materia prima
4. Capacidad de entrega y etiquetado
5. Características especiales del producto y de la compañía.



MÉTODO AIDA

A I D A

PIDE A TU CLIENTE POTENCIAL QUE ACTÚE

Las herramientas digitales deben proporcionar toda la información necesaria sobre su oferta y empresa.

Ahora el lector debe contactarte. Pídele que actúe.

- † Incluya un "Llamado a la acción".
- † Una sola palabra que diga claramente: "¡Contáctenos!" - corto y directo
- † El lenguaje debe estar activo.
"Contactenos ahora sin compromiso"
- † Por supuesto, se deben proporcionar todos los **datos de contacto**.
- † Página web, teléfono, correo, redes sociales
- † **Inserte un código QR** que se vincule directamente a una página en su sitio web (página de destino) que contenga, por ejemplo, un formulario de solicitud o pedido. El lector puede contactarlo directamente a través de un teléfono inteligente o Tablet.

Act now. We react at once.

IPD – Import Promotion Desk
Berlin +49 (0) 30 590 099 563
Bonn +49 (0) 228 965 05 600
info@importpromotiondesk.de
www.importpromotiondesk.de



Get in touch with us: we will connect you to the right exporters.
You can find detailed information about the IPD and its individual services at www.importpromotiondesk.de

MÉTODO AIDA

A I D A

FINALMENTE, CONTROL DE CALIDAD

En las herramientas digitales debemos verificar:

- † ¿Es correcta la ortografía?
- † ¿Se presenta toda información principal?
- † ¿El texto es el apropiado?
- † ¿Las imágenes y los gráficos son correctos y están perfectamente posicionados?
- † ¿Tiene un tamaño de letra legible?



¡GRACIAS!