

PROPUESTA MARKETING DIGITAL

SOCIAL MEDIA MANAGER

Por:

Vanessa Velásquez

Para:

La Cava cafe-bar

Análisis situación actual

La Cava café-bar, es un bar encargado de brindar atención de primera mano a clientes de manera presencial. Ofrece una amplia variedad en temas de licores, bebidas, café, snack, eventos y más. Esto dirigido a todo tipo de público; como mujeres, hombres, hinchas. En el momento se enfrentan a un reto importante en cuanto a su presencia en redes sociales, tanto como Instagram y Tiktok, plataformas claves para conectar con su público.

En este nuevo reto deseamos trabajar en la redefinición de la identidad tal como logo, carta actualizada en qr. Iniciaremos mejorando su imagen y presencia en redes sociales, este objetivo hace referencia a: fotografía de productos, diseño de logo, contenido tal como reels para Instagram, publicaciones, historias y videos.

Una vez iniciemos contaremos con calendario de contenido, frecuencia de publicaciones, seguimiento de tendencias para conectar, campañas publicitarias, análisis de alcance cada que creamos algún tipo de contenido.

Análisis FODA

FORTALEZAS

Diversidad en productos: Cuenta con gran variedad en licores, bebidas, snack, etc. Lo que permite a los clientes elegir y sentir que pueden encontrar lo que están buscando.

Experiencia en el mercado.

Capacidad de innovación: Posibilidad de crear cocteles nuevos, y de enseñar productos diferentes.

OPORTUNIDADES

Crear contenido en el establecimiento.

Capacidad de ampliar el público en cuanto a publicidades.

Personas que apoyen en cuanto a la creación y ejecución del contenido.

DEBILIDADES

Baja presencia en plataformas digitales.

Fotografía y videos de baja calidad.

Falta de estrategia visual.

Cero uso de herramientas publicitarias.

AMENAZAS

Alta competencia: El mercado de venta y consumo de licores, bebidas y más es muy competitivo, algún bar posicionado puede superar fácilmente en visibilidad y social media sino se actúa con estrategia efectiva.

Contenido para humanizar

ENSEÑAR EQUIPO DE TRABAJO

Videos y fotos que enseñen el trabajo y como se hace todo en el establecimiento.

HUMANIZAR CON CREADORES

Contenido de como llegar al lugar.
Usar público que enseñe que productos se manejan.

CONTENIDO ENGANCHE

El contenido enganche se basa en hacer trends que esten en tendencia pero que siempre vayan de la mano del objetivo al que queremos llegar.

HISTORIAS

La humanización causa mas efecto si hay historias de por medio.

Creación del lugar.
Por qué es importante el lugar.
Que te llevo a querer tener el lugar.
Clientes que quieran participar.

HUMANIZAR EN HISTORIAS

La herramienta de historias es la más efectiva para conectar.

Dinámicas semanales.

Grabar hablando a la cámaras.

Días que no se abre o se cierra más temprano.

Días de promociones.

Días de eventos (días previos al evento).

ENSEÑAR PRODUCTOS

Al ser una herramienta de mayor alcance, enseñar los productos allí puede que tenga más atención y curiosidad del público. Por ende más oportunidades en la conversión a ventas.

Publicidad digital

CAMPAÑA PUBLICITARIA CON LA QUE SE PUEDE INICIAR

Promover la visibilidad de cocteles de temporada.

ESTRATEGIA.

Contenido visual: Fotografía, videos del proceso. ¿a base de que productos?

Plataformas: Instagram y tiktok.

Duración: El tiempo de que dure el coctel de la temporada.

FECHAS Y/O EVENTOS A ENFOCAR PARA CAMPAÑAS PUBLICITARIAS.

(2x1) (cocteles alusivos a temporada) (contenido previo a eventos)

Días karaoke

Eventos (genero musical)

Mes feria de flore

Mes amor y amistad