



# ACIPAN

## MEMORIA JUSTIFICATIVA DE INVERSIONES Y ACTIVIDADES

Campaña de Promoción Comercial 2024

NOMBRE	Asociación Cántabra de Comercio e Industria de Panadería.
NIF	G39061353
DOMICILIO	C/ Lealtad 18, entlo izda, 39002, Santander, Cantabria
TELEFONO	942211234
FAX	942310246
WEB	<a href="http://www.acipan.es">www.acipan.es</a>
EMAIL	<a href="mailto:acipan@acipan.es">acipan@acipan.es</a>

## Introducción

La Asociación de panaderos de Cantabria ha llevado a cabo la realización de actuaciones dirigidas a los consumidores, tendentes a un aumento de su capacidad de oferta con el fin de aumentar el conocimiento de su producto entre los potenciales consumidores.

Entre los factores que inciden especialmente en la modernización y competitividad del comercio destacan la necesidad de lograr un alto nivel de asociacionismo para participar tanto en la determinación de los objetivos a alcanzar por el sector y las medidas a adoptar para su consecución, como para alcanzar la dimensión suficiente en sus actividades.

**La Asociación Cántabra de Comercio e Industria de Panadería ha puesto en marcha una Campaña de Promoción Comercial On Line para mejorar su imagen y la de sus productos entre los consumidores de nuestra región.**

Para ello, se ha desarrollado una Campaña de Social Media Marketing utilizando las herramientas de comunicación y relación social.

## CAMPAÑA DE PROMOCIÓN COMERCIAL

### ACIPAN 2024

#### OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA

Los medios sociales son plataformas de publicación de contenido donde emisor y receptor se confunden en funciones y capacidades. Si tradicionalmente los medios de comunicación lo eran realmente de difusión, porque emitían su mensaje sin posibilidad de retorno por parte de los destinatarios del mismo, las nuevas tecnologías de la comunicación hacen que la importancia de ese retorno de la comunicación por parte de los destinatarios sea tanto o más importante que el mensaje inicial emitido.

Se enmarcan dentro de las herramientas de comunicación a través de internet, medio de consumo diario en crecimiento y con múltiples objetivos.

De la segmentación realizada y con los matices que se han mencionado previamente, los **objetivos generales de la campaña de promoción** de ACIPAN son:

- Aumento de las fuentes de conocimiento de sus clientes potenciales
- Reforzamiento de los canales de comunicación propios con clientes potenciales
- Realización de mensajes de atracción a punto de venta especialmente dirigidas al segmento objetivo principal.

Añadir, de nuevo, que si bien se ha definido un segmento objetivo principal y toda la campaña se orienta hacia él, ésta está diseñada para no excluir a los clientes habituales con que ya se cuenta, que podrán participar en todo caso.

#### ESTRATEGIA

Tomando como referencia el segmento objetivo principal, personas de entre 30 y 60 años y sin ninguna otra discriminación previa (ingresos, hábitos, nivel cultural..) toda la campaña ha girado en torno a la difusión de **Imagen de marca y consolidación de calidad de producto**. Para ello se ha depositado la realización, producción y dirección de la campaña en la Agencia de Marketing especializada en Comunicación agroalimentaria, **AvMedia Marketing**.

El ámbito de aplicación de la campaña está referido siempre al reconocimiento de la imagen de marca de la asociación, de sus asociados y de sus productos.

Para ello, se ha realizado una **estrategia de comunicación en Redes Sociales** que ha cumplido los objetivos planteados:

**Obteniendo mayor conocimiento de los clientes actuales y potenciales y mejorar la percepción que tienen de nuestros productos** por medio de análisis de públicos disponibles en redes sociales.

Estableciendo canales de comunicación con los distintos tipos de perfiles objetivo (conectores, informadores y prescriptores) y con los clientes objetivo por medio de los anteriores.

Realizando, por medio de las herramientas disponibles en RRSS y sobre el público objetivo que se han desarrollado, **acciones comunicacionales** vinculadas a la percepción que tiene el consumidor de nuestro producto y de nuestros productores.

#### ACCIONES REALIZADAS

Las acciones que han compuesto esta campaña se han articulado en torno a dos ejes fundamentales: **Reconocimiento de producto y Comunicación en Redes Sociales**. ***La campaña se ha realizado entre los meses de abril a diciembre.***

Para ello, cabe destacar las siguientes **herramientas que se han utilizado**:



## Identidad Digital

Se ha potenciado la **imagen de ACIPAN** en la Red. Esta ya ha sido desarrollada en la campaña anterior, por lo que hemos **rediseñado la imagen pública** de la asociación con el desarrollo de una **campaña específica** con el lema publicitario de **“LA PANADERÍA TRADICIONAL”**, y a través de ella **gestionado contenidos gráficos de calidad** que han servido para situarla entre las opciones de compra entre nuestro público objetivo. Toda la realización de la campaña, creatividad, diseño y producción ha recaído sobre la agencia de Marketing **AvMedia Marketing**.

Con esta identidad de campaña, ACIPAN ha operado en RRSS para conseguir los objetivos previstos. Hemos generado información, conversaciones con nuestro público objetivo, canalizando un mensaje con fuerza que ha **atraído a los clientes potenciales hacia los Puntos de Venta participantes**.

Se han realizado **acciones publicitarias en Facebook e Instagram** para encontrar mayor repercusión de los mensajes elaborados por la agencia.



Esta identidad creada por la campaña ha conseguido una mayor masa crítica entre los clientes actuales y los “clientes objetivo” de las zonas geográficas donde se ubican los puntos de venta participante

*La repercusión en reconocimiento de marca ha sido excelente, pudiendo llegar en diferentes oleadas de impulso mediante comunicaciones, publicaciones y contenidos a miles de cántabros, público objetivo definido en la estrategia de campaña.*

