

The image shows the interior of a bar named 'eneri'. The space is modern and bright, featuring light-colored wooden floors and white walls. A prominent feature is a long bar with a dark wood front and a cork back, lined with white wooden stools. Above the bar, there are shelves displaying various bottles of alcohol. To the left, a staircase with a dark metal railing leads to an upper level. A sign with the number '15 16' and a row of yellow bottles is visible on the upper level. The 'eneri' logo is seen on a wall in the background. The overall atmosphere is clean and contemporary.

Propuesta de colaboración Comunicación y Marketing Taberna Eneri

Paz Palacios & Inma Quirante

Marzo de 2016



Propuesta de colaboración

Esta propuesta contempla aspectos estratégicos, con los que se incrementará la presencia online y la repercusión mediática de Taberna Eneri, con el objetivo de atraer mayor afluencia de público, fidelizarles e incrementar las ventas.

Branding

01

Web

02

Redes Sociales y Reputación Online

03

Marketing de Contenidos

04

Comercialización / RRPP -Eventos Promocionales

05

Fidelización y CRM

06

1 **BRANDING**

OBJETIVOS: Definir los valores y objetivos de **Taberna Eneri**, trabajar con los aspectos diferenciales y emocionales (uso de vegetales de cultivo propio, gastronomía tradicional madrileña...), para hacer coherentes todas las acciones y estrategias de comunicación, aportando solidez a la marca y haciéndola fácilmente reconocible.



Storytelling: Edición de un argumentario (claims, historia...), que incorpore los valores diferenciales de la marca, apelando a los aspectos más emocionales, que ligen con el público.

Imagen de marca: Revisión y rediseño, si fuera necesario, de la imagen de marca, sus aplicaciones y su uso.

ESTRATEGIAS: Inclusión del storytelling en todos los soportes promocionales (desarrollo de 2 versiones, reducida y más extensa, en función de las necesidades) y aquellos perfiles en los que la taberna tenga presencia, desde las cartas, hasta la descripción en los perfiles de redes sociales.

Elaboración de un manual de identidad (sencillo), en el que se tenga en cuenta, desde el uso del logotipo, los colores, los tipos de letra hasta la tipología y estilo de las imágenes con las que se difunda contenido relacionado con Taberna Eneri.

ACTUACIONES

- 1 Imagen corporativa**
- 2 Valores**
- 3 Storytelling**
- 4 Manual de identidad**

2 WEB

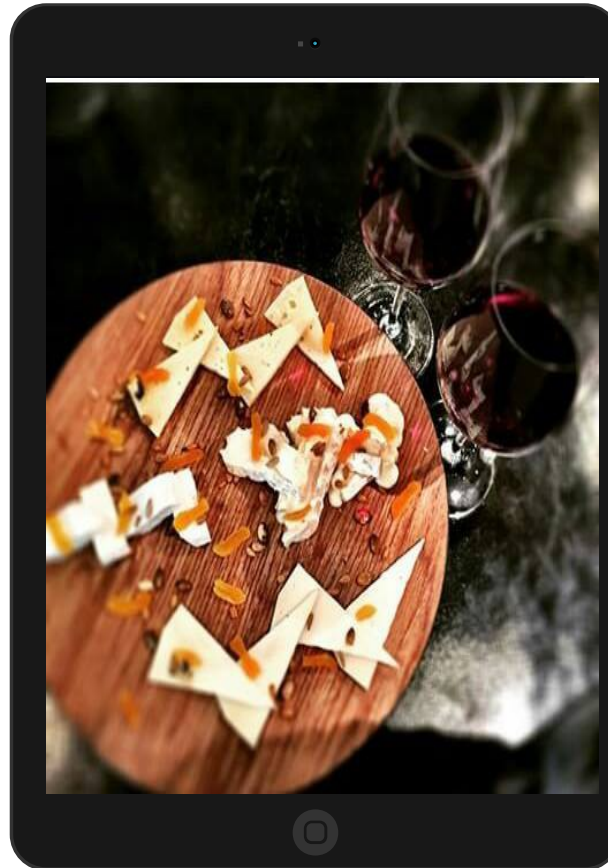
OBJETIVOS

El objetivo principal será hacer de la página web el mejor escaparate online de Taberna Eneri

- Atraer tráfico cualificado (clientes potenciales)
- Incrementar las reservas
- Fidelizar a los clientes

ACTUACIONES

- 1** Inclusión de un Blog
- 2** Revisión de la organización y los contenidos de la web
- 3** Inclusión del storytelling
- 4** Espacios actualizables (menús del día, eventos...)



ESTRATEGIAS

- 1** **Diseño**
Es necesario que esté siempre actualizada y represente la imagen de marca, atendiendo a la funcionalidad.
- 2** **Compatibilidad**
Debe ser compatible con todo tipo de dispositivos (móvil, tablet, PC) y navegadores.
- 3** **Optimización (SEO)**
Actualmente es un punto débil, que debe ser trabajado. Es necesario situar la web en una buena posición en buscadores.
- 4** **Negocio**
No podemos perder de vista que la función última de la web es atraer mayor flujo de clientes a Taberna Eneri.

3 REDES SOCIALES Y REPUTACIÓN ONLINE

OBJETIVOS

- Identificar consumidores potenciales, costumbres y preferencias de consumo.
- Incrementar la audiencia e interacciones de la marca con los clientes actuales y potenciales.
- Difundir sus valores, las acciones promocionales que se lleven a cabo, ...

ESTRATEGIAS

Se llevará a cabo una planificación cuidada de las estrategias de publicación en la que se consideren, no sólo los públicos objetivo, sino fechas señaladas en el calendario y acciones de promoción / RR.PP planteadas, etc.

Priorizando la identificación de perfiles y marcas que nos ayuden a crecer en social media, primará el sentido "comercial" de las publicaciones y contenidos a desarrollar.

Se incluirán algunas actualizaciones en inglés para alcanzar a los turistas y público internacional. Asimismo, en acciones puntuales se valorará el alemán (traducciones a parte).

**** Se tendrán siempre en consideración plataformas como TripAdvisor, ElTenedor, etc...**



ACTUACIONES

- 1 **Definición público objetivo**
- 2 **Determinación de redes sociales en las que se debe tener presencia**
- 3 **Guía de estilo**
- 4 **Plan de contenidos**
- 5 **Implantación de la estrategia (publicaciones periódicas en las distintas redes sociales).**
- 6 **Monitorización de las acciones**
- 7 **Gestión de crisis**
- 8 **Medición de resultados**

4 **MARKETING DE CONTENIDOS**

OBJETIVOS

Alcanzar la mayor cantidad de público objetivo posible, incrementando el tráfico hacia la web con la inclusión de contenidos que mejoren el SEO. Difundir las acciones que se lleven a cabo en Taberna Eneri y fomentar su interacción con la marca, llevándoles hasta nosotros.

ACTUACIONES

- 1** Planificación de contenidos
- 2** Redacción y diseño de contenidos (blog, NdP,..)
- 3** Publicación periódica (1 semanal)
- 4** Difusión e integración con rrs



ESTRATEGIAS

Blog: Inclusión de un blog que llevará, como mínimo 1 actualización semanal, con contenido relacionado con los valores de la marca (cocina de temporada, recetas tradicionales, actividades culturales y/o acciones promocionales, rrrp que se lleven a cabo en el local).

Notas de prensa: Con cierta periodicidad se buscarán eventos o elementos "noticiales" para, mediante la elaboración y distribución de notas de prensa, alcanzar una mayor difusión de la marca en los medios online, de modo que se llegue a más público.

Gestión de aparición en blogs, entrevistas,... Mediante la interacción vía redes sociales, se buscará fomentar la aparición de la taberna en blogs conocidos, que sean acordes con el público objetivo, así como la gestión de entrevistas para medios online especializados y otros...

5 COMERCIALIZACIÓN, RRPP / EVENTOS PROMOCIONALES

OBJETIVOS: Atraer mayor flujo de público a Taberna Eneri, combatir la estacionalidad y diversificar el target.

ESTRATEGIAS

Ofertas: Creación de ofertas especiales periódicas, relacionadas con eventos especiales y/o fechas concretas. Esto conlleva la gestión del diseño de los soportes promocionales y su difusión vía redes sociales y blog.

Eventos culturales: Se promocionará el uso de la taberna en los días y meses de menos afluencia para la celebración de eventos culturales, como "quedadas viajeras", intercambio de idiomas, exposiciones fotográficas, charlas literarias, catas comentadas de vino y/u otros...

Eventos promocionales:

Atendiendo a fechas señaladas como Halloween, Navidad, San Valentín, el día del padre/madre, Semana Santa.... se propondrá la elaboración de menús especiales, tematización, actividades relacionadas con el evento en cuestión, que atraigan a una mayor afluencia de público. Se lanzarán ofertas especiales que tengan una validez "relativamente amplia" con el objetivo de dar mayor margen para la promoción en rrss, así como "la excusa" de acudir a lo largo de varios días.

En fechas en las que el calendario no marque una fecha específica, se buscarán argumentos para "tematizar" ofertas y mantener una constancia en la promoción de la taberna.

ACTUACIONES

- 1 Calendario eventos
- 2 Público objetivo
- 3 Diseño de elementos promocionales
- 4 Canales de comunicación
- 5 Desarrollo
- 6 Control de reputación

6 FIDELIZACIÓN Y CRM

OBJETIVOS

Fidelizar a un grupo de clientes y público objetivo, cada vez mayor, que asegure la afluencia a Taberna Eneri en las distintas fechas.

ESTRATEGIAS

Se utilizarán las redes sociales, la propia página web, así como soportes físicos en el establecimiento para lograr una base de datos con la que realizar promociones, vía newsletter, así como para fomentar el sentimiento de "afiliación", estableciendo un contacto más directo con el público más fiel, para obtener guías sobre las acciones a realizar en materia de promoción.

ACTUACIONES

- 1 Definición de una estrategia de captación
- 2 Públicos objetivo
- 3 Canales de comunicación
- 4 Diseño de soportes
- 5 Implantación
- 6 Control de reputación

