|  |
| --- |
|  |
| CAMPAÑA PUBLICITARIA |
| 2º Actividades Comerciales  Huerto ecológico  Alejandro Durán Pérez |
|  |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| En este apartado, trataremos los distintos objetivos y actividades de marketing a realizar, así como las promociones de ventas, métodos de difusión, presupuestos, entre otros. |

Objetivos de la campaña

Nuestro objetivo será el de incentivar y fomentar el consumo de los productos de estos huertos ecológicos.

A la vez, debemos de inculcar y hacer saber, los aspectos saludables que nos ofrece esta alternativa sencilla y económica, y que además aporta enormes beneficios, tanto al individuo como a la sociedad en general. Algunos de los beneficios que un huerto ecológico puede otorgar son:

* Un espacio limpio
* Nos obsequia con el placer y la seguridad de poder degustar alimentos que sabemos que están libres de pesticidas, fertilizantes sintéticos y demás productos perjudiciales para la salud.
* Crean conciencia ecológica integral
* Disminución de la huella de carbono colectiva
* Teniendo una pequeña porción de tierra cultivada, ayudamos a frenar la continua degradación y contaminación a las que están sometidos los suelos de todo el planeta, fruto de la actividad agraria intensiva.

La transmisión de estos valores, favorecerá el interés por parte de los consumidores hacia nuestro mercado, y por consiguiente, a nuestra actividad comercial, implicando acompañado de una política de marketing adecuada, el aumento de nuestros beneficios.

Hablar de la muestra de población (público objetivo al que irá dirigido la encuesta)

En este epígrafe, se muestra punto por punto las diferentes características de nuestro público objetivo:

* Nuestro producto, destinado a hombres y mujeres interesados por el medio ambiente.
* La edad que nos ofrecerá mas reclamo serán las mujeres de entre 23 y 55 años.
* El nivel económico de estos, deberá de ser un poder adquisitivo medio, ya que las clases más bajas, no muestran el suficiente interés hacia estos productos.
* Por consiguiente el nivel sociocultural de nuestros consumidores también será un nivel medio, ya que muestran los suficientes conocimientos como para poder interesarse por los aspectos competentes al tema que nos concierne.
* Por último, nuestro público, será compuesto por personas saludables, interesadas por el medio ambiente a la vez que por su estado físico.

Mensaje de la campaña

Lo que nuestra compañía busca transmitir a los consumidores, son el conjunto de factores y beneficios que puede aportan estos productos, y que anteriormente se muestran de forma más detallada, por ello, nuestra empresa ha adquirido como eslogan, “TOMA VIDA”. Con ello, buscamos transmitir al mercado, los beneficios saludables que nos ofrenda este tipo de artículo, tanto a nivel personal, como social.

Actividades de la campaña y difusión de las mismas

* En primer lugar y con el inicio de la campaña, la empresa realizará una presentación social de la misma, así como la organización de múltiples actos para dar a conocer los beneficios que produce el consumo de estos productos, así como también informar de nuestra actividad y nuestros productos.
* Establecer relaciones con la Consejería de Medio Ambiente para la impartición de cursos sobre la educación y la participación ambiental, de manera que nos aporten ciertas facilidades para poder llevar a cabo estas acciones.
* Iniciar trámites con el Ayuntamiento y con centros escolares para la realización de estos proyectos mediante cursos o talleres, para la concienciación sobre estos tipos de productos y la transmisión del conocimiento del beneficio otorgado por los mismos.
* Llegar a un acuerdo publicitario con el periódico local, durante el primer semestre, de manera que aparezca diariamente entre sus páginas un anuncio de nuestra empresa. La elección de este periodo, es porque consideramos que los consumidores muestran un mayor interés por su estado físico en esta época, y por consiguiente tendrá más en valor la adquisición de productos más saludables.
* Hacer llegar a los comerciantes nuestro catálogo, ofreciendo nuestros productos a través de promociones y facilidades de entrega. Así mismo, negociaremos caracteres con los principales supermercados para la comercialización de nuestros productos en los mismos.
* Realizar una campaña de concienciación social mediante las redes sociales Facebook y Twitter, así como a su vez, mostrar y ofertar nuestros productos.
* Ofertar mediante nuestra página web todos nuestros productos, así como una información detallada de ellos y sus beneficios.
* Participación en cuantas actividades benéficas nos propongan, ya sea en patrocinio o en colaboración organizativa.
* Realizar y distribuir nuestro cartel, de forma que nos caracterice e invite al consumo de nuestros productos.

Presupuesto destinado a la campaña

El presupuesto destinado a la campaña, dado a que es una joven empresa no será demasiado abultado, yendo la mayoría del coste destinado a la campaña publicitaria del mes de mayo.

A continuación se detalla por partidas el coste de cada actividad:

* Publicidad en el periódico Huelva Información durante un semestre:
* Página Web y de Facebook: 500,00€
* Participación en actos benéficos: 0,00 €
* Publicidad en la televisión municipal, por un spot de 40 segundos emitido durante un mes y medio: 4.600,00€
* Cartelería: 410,00€
* Participación en SIMOF: 1.400,00 €

Todo ello, haciendo un total de 6.910,00 € destinado a este conjunto de actividades.

Evaluación de la misma

Una vez realizado este conjunto de actividades, y a la vez que se van realizando, estaremos atentos a las reacciones del público, así como a las ventas que realicemos a lo largo del curso. Esto nos servirá para en el siguiente curso mantener y mejorar los errores cometidos, así como seguir aumentando el conjunto de actividades de marketing desempeñadas por nuestra empresa.

Promociones a realizar

Al finalizar la campaña 2016/2017, realizaremos una serie de ofertas y promociones de aproximadamente un 20 %, de los productos, para dar una mayor salida y a su vez obtener una mejor financiación para la próxima campaña.

Cronograma

Estableceremos en nuestro escaparate una serie de cambios presentando nuestros mejores productos en nuestro escaparate semanalmente, reservando siempre para la exposición las mejores piezas, de forma que cause mayor interés por parte de los consumidores. Así mismo, en función de la época del año se irán colocando artículos de temporada y adecuados a la estación, todo ello, dependerá de la cosecha producida.

**Plaza Jesús de la Pasión, 4**

**41002, Sevilla**

**698 875 658**

**954 563 214**

**Laparralaflamenca@gmail.com**