



I Congreso Internacional de  
**MARKETING**

**"5.0 más allá del Marketing digital" -  
Presente y futuro**



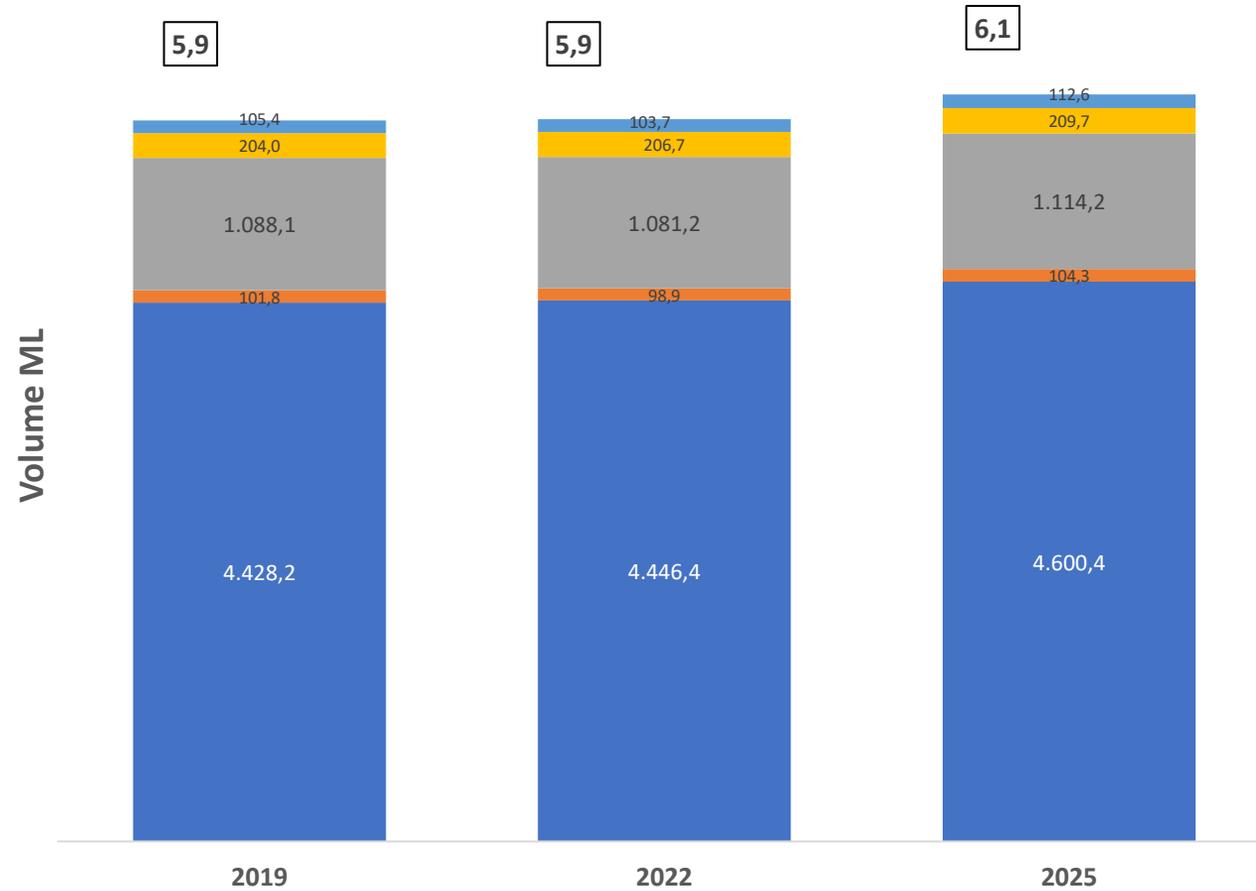
**TRANSFORMERS**

# Transformers obligados. Algunas consideraciones

- Resiliencia y capacidad de adaptación.
- El marketing digital es una parte del plan de marketing.
- Definir nuestro negocio: Desde masivos a lujo hay muchas diferencias.
- No hay un manual. Esto no es autoayuda.
- Nuestro target objetivo. Segmentar es aumentar el impacto y reducir la “i”.
- No desperdiciar esfuerzos o recursos.
- La sustentabilidad en marketing es mas que un 360.
- Calidad de contenidos. Palabras claves. Mensajes simples.
- Utilizar la geolocalización para el “retargeting”. (mientras sea factible)

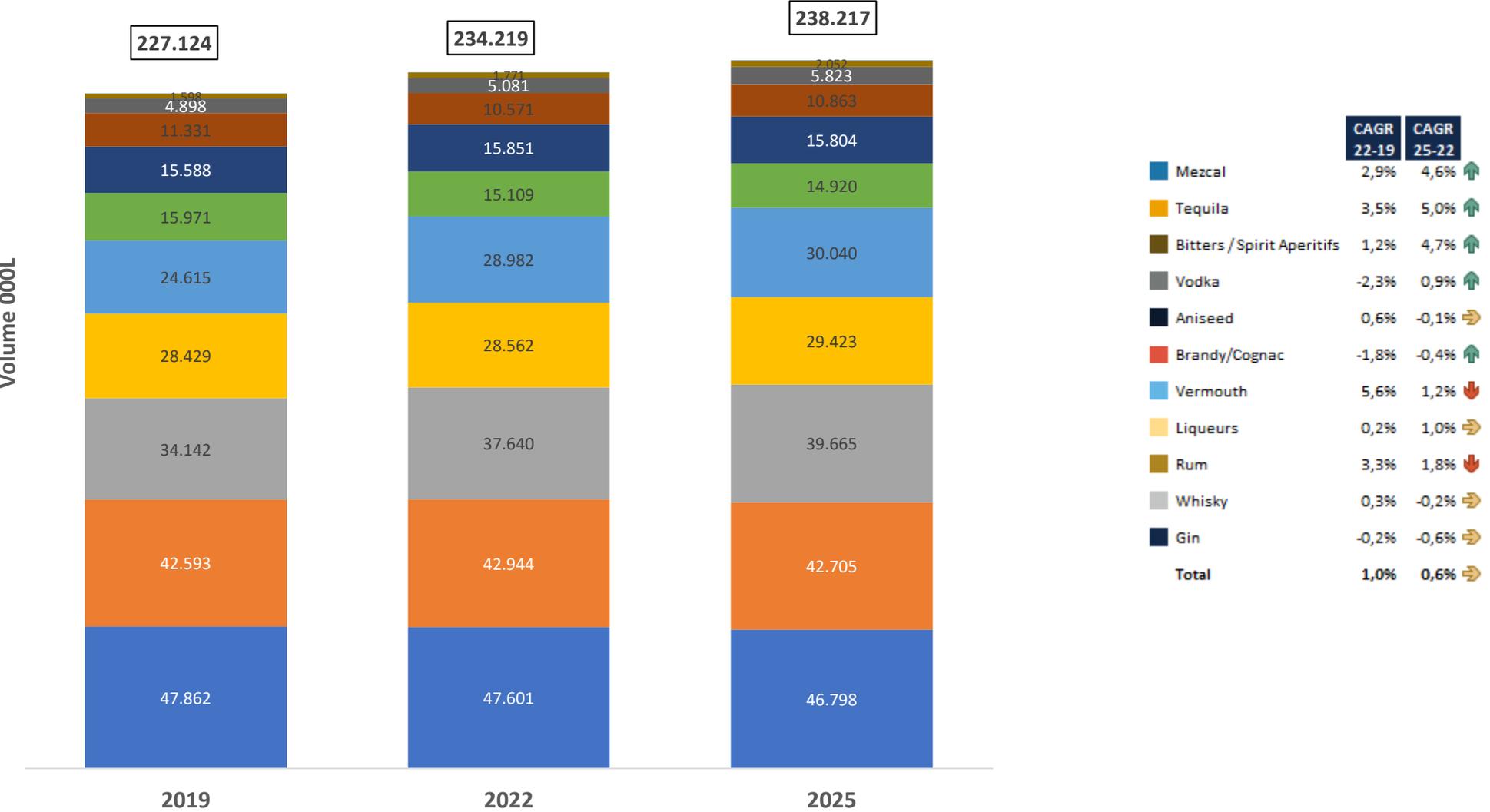
# Algunos números del mercado español de bebidas alcohólicas

# Alcoholic Beverages Market



	CAGR 22-19	CAGR 25-22	
Cider	-0,5%	2,8%	👆
Spirits	0,4%	0,5%	➡️
Wine	-0,2%	1,0%	👆
RTDs	-0,9%	1,8%	👆
Beer	0,1%	1,1%	👆
<b>Total</b>	<b>0,1%</b>	<b>1,1%</b>	👆

# Spirits & Vermouth Market | By Category



Source: IWSR

# Momentos: el consumo de las Bebidas Alcohólicas se ha “diurnizado”

Los momentos de consumo de las BA durante el día se han ampliado dando lugar a una continuidad de ocasiones de consumo durante todo el día:



La tarde es el espacio en que más se han ampliado los momentos de consumo, convirtiéndose en el momento protagonista del consumo de las BA: el TARDEO

meet.google.com is sharing your screen. Stop sharing Hide

# El periodo Covid ha creado un nuevo contexto de consumo de BA más maduro y consciente



- **Al día y sus diferentes momentos** orientados a la distensión, la conversación, la tranquilidad, el relax...
- **Al placer y disfrute del consumo de las BA** y no a la búsqueda de sus efectos.

Un consumo asociado a:



- **Más consciente:** de lo que bebe y de los momentos en los que lo bebe.
- **Más contenido:** no en términos de cantidad global sino de control de las BA que toma en cada momento y de su frecuencia.
- **Más experto** e interesado en el conocimiento (origen, ingredientes, procesos) y los rituales que le permitan disfrutar de las BA.

***La situación es la misma que antes pero ha cambiado la percepción de disfrutar, la gente es más comedida, el consumo se ha moderado y con más calidad, más premium... Busco disfrutar la bebida, sin prisas. Ahora disfrutas más del sabor que de la cantidad. No te tienes que beberte un copazo, tienes que disfrutarlo***

“El consumo de alcohol en este nuevo contexto está bien visto y las BA tienen buena imagen. (Y el consumo descontrolado durante la noche está, a su vez, peor visto y socialmente penalizado).”

meet.google.com is sharing your screen.

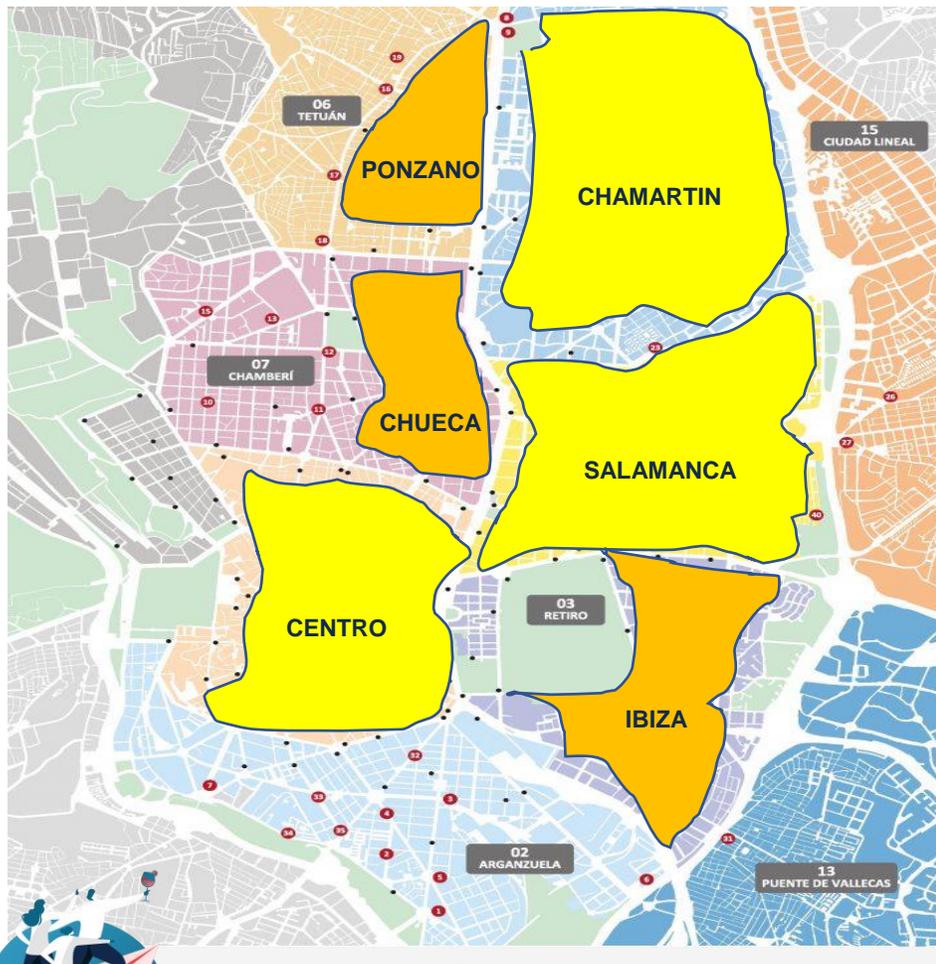
Stop sharing

Hide

# Marketing digital en campaña integral

# ON TRADE – BARRIOS SEGMENTADOS

## BARRIOS



Row Label	ROT 22	ROT 21	DIST 22	DIST 21	% PARTICIPACION	PAR	BARRIOS
28004	3.246,00	1.593,00	312,00	254,00	17%	17%	CHUECA/MALASAÑA
28005	3.137,40	532,30	136,00	87,00	16%	33%	LAS LETRAS
28001	2.131,00	1.058,80	157,00	112,00	11%	44%	SALAMANCA / RECOLETOS
28003	1.961,00	1.856,30	107,00	90,00	10%	54%	PONZANO
28012	1.375,90	693,20	171,00	117,00	7%	61%	EMBAJADORES
28009	1.053,10	672,70	93,00	78,00	5%	67%	IBIZA
28010	994,20	621,00	174,00	172,00	5%	72%	PONZANO
28006	812,90	570,10	143,00	112,00	4%	76%	CHAMARTIN
<b>Grand Total</b>	<b>19.270,80</b>	<b>10.101,60</b>	<b>1.957,00</b>	<b>1.513,00</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	



**2022 VAMOS A POR TODO**

28 de Septiembre de 2022

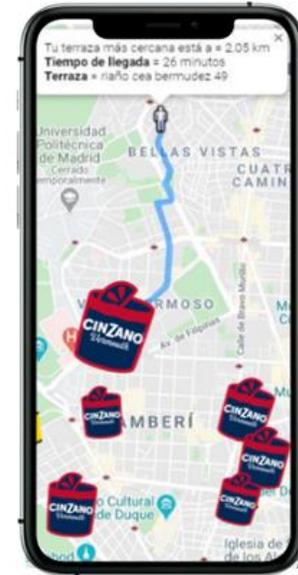
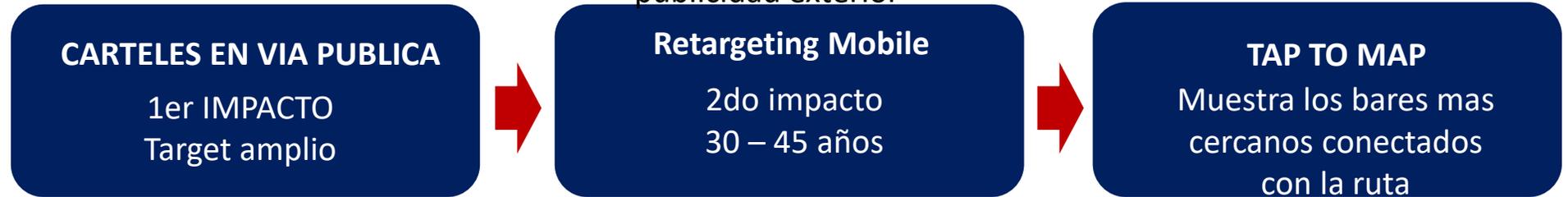




# TAP TO MAP JOURNEY

**CINZANO**  
Vermouth

GROUP M es una herramienta que a través de la geolocalización, permite reimpactar los consumidores de un target definido (urbanos 30 45 años) que fueron previamente impactados por la publicidad exterior



OPTIMIZACION POR FRECUENCIA DE TIEMPO

# ON TRADE – RESULTADOS

## BARRIOS



Rot 21 47%    Dis 21 39%

Rot 22 38%    Dist 22 35%

## PERFECT SERVE



AÑO	ROTACION	DISTRI
2022	99.979,00	1957
2021	49.775,00	1513
INCREMENTO	101%	29%



ROTACION				
AÑO	MALASAÑA	IBIZA	PONZANO	TOTAL
2022	17.441,00	6.495,00	14.426,00	38.362,00
2021	8.504,00	3.276,00	10.040,00	21.820,00
INCREMENTO	105%	98%	44%	76%

DISTRIBUCION				
AÑO	MALASAÑA	IBIZA	PONZANO	TOTAL
2022	127,00	45,00	102,00	274,00
2021	113,00	32,00	106,00	251,00
INCREMENTO	12%	41%	-4%	9%

**2022 VAMOS A POR TODO**

28 de Septiembre de 2022

SPONTANEOUS Uncomplicated  
Contagious Infusi di erbe



“Si todos piensan lo mismo, nadie piensa demasiado”

Walter Lippmann

Muchas gracias por escucharme