

TOPICOS SELECTOS DE MERCADO

Ciclo 02-2020
Sección 02



monkeyfoods sv 8h

21 Publicaciones 1573 Seguidores 17 Seguidos

Monkey Foods El Salvador
Producto/servicio
Tech never tasted so good
luchid.c, alabama503 y 43 más siguen esta cuenta
Ver traducción

Seguir Mensaje

#MONKEY REVOLUTION

NUEVO ETIQUETADO DE PRODUCTOS EN MEXICO

Nueva ley 2020

Nuevo etiquetado de productos en México

- Noticia en marzo 2020
- La NOM-051 se ha actualizado y ahora, por ley, las marcas no podrán usar personajes en su etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólica.
- El objetivo de esta norma es brindar al consumidor final información comercial y sanitaria sobre el contenido de nutrimentos críticos e ingredientes que representan un riesgo para la salud en los productos preenvasados. Esto, por medio de un etiquetado claro, veraz y fácil de entender.
- Este etiquetado será aplicado a productos de producción nacional o extranjera que se comercialicen en México. Fecha final en etapas hasta octubre 2020

Objetivo

1

El consumidor podrá estar más alerta del contenido nutricional

2

Tendrán menos decisión de compra basados en los personajes



Tiene una investigación previa



Detalles de investigación

CEREAL BOX PSYCHOLOGY

WHY IS CAP'N CRUNCH LOOKING DOWN AT MY CHILD?



Nuevo etiquetado

NUEVO ETIQUETADO EN MÉXICO



CONTIENE CAFEÍNA
EVITAR EN NIÑOS

CONTIENE EDULCORANTES,
NO RECOMENDABLE EN NIÑOS

Nuevo etiquetado

Conoce el nuevo etiquetado de advertencia

Antes



Güfas Diarias de Alimentación (GDA): Etiquetado implementado desde 2014 de forma obligatoria. Su interpretación requiere conocimientos de nutrición. Poco entendible por la población. Criterios nutrimentales propuestos por la industria.

Ahora



Elementos persuasivos: Cuando un producto tenga sellos de advertencia o alguna leyenda precautoria, no podrá contener estrategias de publicidad que atraigan la atención de niñas y niños, como el uso de personajes.



La marca ha sido afectada

Packing

La comunicación a través del packaging se ha vuelto cada vez más relevante, los elementos visuales deben de tener la capacidad de comunicar los valores de la marca.

Un diseño

Lo importante que es contar con elementos visuales. consumidor identifica

Personajes de marca

Son estrategias usadas por decadas

Kellogg lanza edición especial de sus empaques de cereal con mensajes de aliento para sus consumidor



Foto:

Gerentes de mercadeo en Bimbo



¿ Que decisiones tomaran ustedes como representantes de la marca Bimbo para el área de mercadeo ante esta nueva regulación?

SEGUNDA INVESTIGACIÓN

2da INVESTIGACIÓN

Análisis de competencia de nuestra marca emprendedora

Entrega: 29 de Septiembre 2020

Analizar su competencia directa e indirecta y definir la marca estereotipo que queremos ser.

Analizar 3 marcas directas y 3 indirectas

Monitoreo de redes sociales.

Monitorear 20 días de actividad
1 al 20 de septiembre 2020

Tipo de contenido

ANÁLISIS DE COMPETENCIA

¿Qué es la competencia?

- Conjunto de empresas que ofrecen productos iguales o similares a los de nuestra empresa o producen bienes sustitutos.



La competencia hace que 1 de cada 5 marcas pierda cuota de mercado ante nuevas marcas



Competencia directa



Producto
igual o casi
igual



Venden en
el mismo
mercado



Buscan a
los mismo
clientes



Mismo
producto

Competencia Indirecta



Productos
sustituos



Venden de
manera
diferente



Satisfacen
mismas
necesidades

Análisis cuantitativo

Queremos saber nuestra posición en el mercado respecto a los competidores.



Activos
digitales



Territorios de
comunicación



Categorías de
contenido



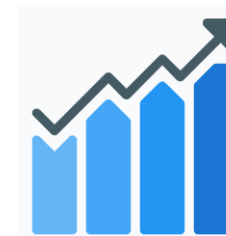
Frecuencia de
posteo



Engagement



Contenido
destacado



Oportunidades



Patrones comunes

¿Qué haremos?

- Identificadas las marcas competidoras
- Saber que analizaremos de cada uno de ellos
- Con que herramientas cuento para poder obtener la información

¿Qué canales mediremos?



Websites/blogs

1. ¿Posee website?
2. ¿qué contiene el website?
3. ¿Permiten que los clientes se contacten por medio de el website?
4. Relacionadas con sus redes sociales

Compartiré guía completa de desarrollo

Email Marketing

1. Suscribirnos a los canales de noticias/ofertas vía correos
2. Determinar periodo de correos
3. ¿Qué comunican en los correos?
4. Evaluar diseño

Compartiré guía completa de desarrollo

Campanña digital

1. ¿Si campanña esta adaptada a formatos canales digitales?
2. ¿Tiene contenido diferenciado para la comunicaci3n digital?

Compartir3 gu3a completa de desarrollo

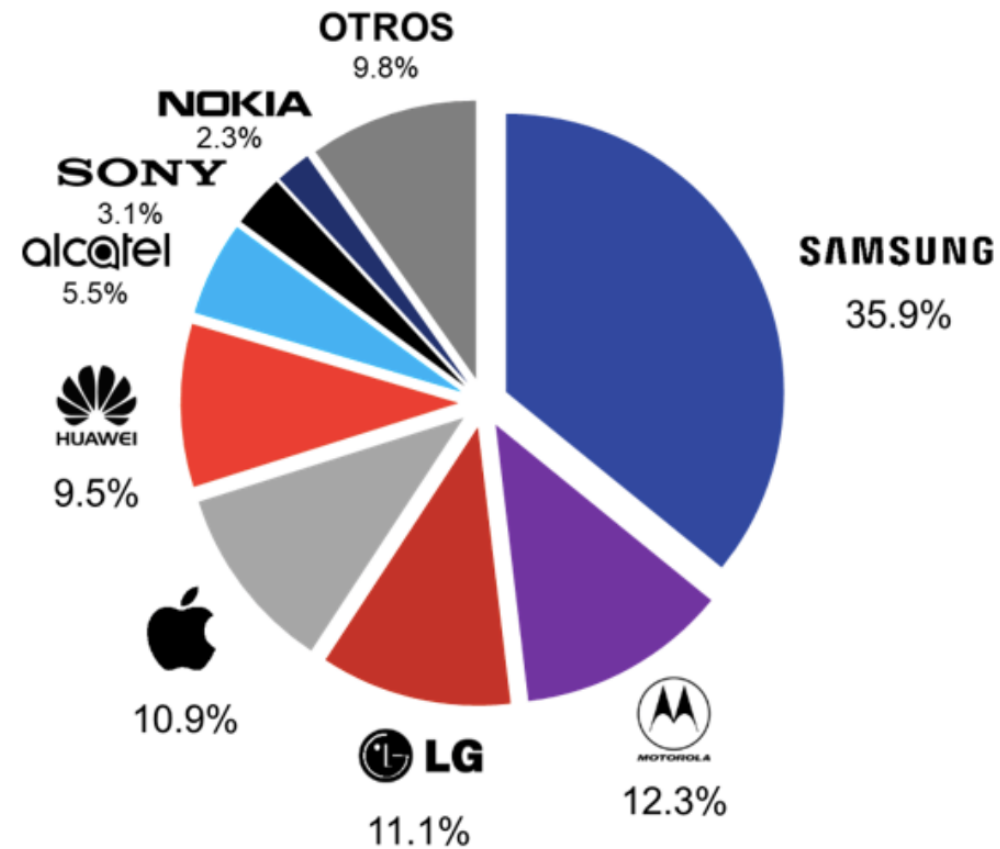
Social media

Contenido de marketing y videos

1. Número de fans/seguidores
2. Frecuencia de publicación
3. Qué tipo de contenido publican (videos, infografías, imágenes etc)
4. Cuanto contenido es de ellos vs. cuanto es de otras fuentes
5. Interés de los seguidores

Compartiré guía completa de desarrollo

Participación/Cuota de mercado



- Participación del mercado:
- Análisis de ventas
 - Unidades vendidas
 - Mercado en el que ofrecen,
 - Etc...

Participación/Cuota de mercado

Social Media

	Coolcasc	Evercover	Tail Wags	Burrfur	Headztrong	Shuhasnow	Hoxy Heads	Pink Yak	Total industry
Facebook	2,549	1,395	4,835	73	238	120	157	1,544	10,911
Instagram	714	2,248	360	1,015	146	4,318	205	ND	9,006
Twitter	190	ND	3,736	958	ND	ND	141	ND	5,025
Youtube	1	0	17	ND	ND	ND	ND	ND	18
Linkedin	30	ND	32	ND	ND	ND	ND	ND	62
Pinterest	0	12	59	ND	ND	ND	ND	ND	71

Participación/Cuota de mercado

Social Media

	Coolcasc	Evercover	Tail Wags	Burrfur	Headztrong	Shuhasnow	Hoxy Heads	Pink Yak	Total industry
Facebook	23.4%	12.8%	44.3%	0.7%	2.2%	1.1%	1.4%	14.1%	10,911
Instagram	7.9%	24.9%	4.0%	11.3%	1.6%	47.9%	2.3%	0%	9,006
Twitter	3.78%	-	74.35%	19.06%	-	-	2.81%	-	5,025
Youtube	5.56%	-	94.44%	-	-	-	-	-	18
Linkedin	48.39%	-	51.61%	-	-	-	-	-	62
Pinterest	-	16.90%	83.10%	-	-	-	-	-	71

Herramientas



twitonomy



Herramientas de Facebook
pages

Biblioteca de anuncios para
Facebook



metricool

Análisis de redes sociales -

Twitter	Seguidores		Frecuencia de publicaciones
	# actual de seguidores	# de nuevos seguidores semanales	# Publicaciones semanales
Tu marca	13		3
MERCEDES	2475		28
Competencia #2			
Competencia #3			
Competencia #4			
Competencia #5			
Facebook	Seguidores		Frecuencia de publicaciones
	# actual de fans	# de nuevos seguidores semanales	# Publicaciones semanales
Tu marca	39		28
ESTHER	199636		35
MERCEDES	7623		30
ISABEL	5414		30
Competencia #4			
Competencia #5			
Linkedin	Seguidores		Frecuencia de publicaciones
	# actual de seguidores	# de nuevos seguidores semanales	# Publicaciones semanales
Tu marca			
MERCEDES			
ISABEL			
Competencia #3			
Competencia #4			
Competencia #5			

A yellow vertical bar is on the left side of the slide. A black horizontal bar is at the bottom left. A yellow horizontal bar is at the bottom right.

¿PREGUNTAS?

A yellow vertical bar on the left side of the slide, a black vertical bar on the far left, and a yellow horizontal bar at the bottom right.

¡Gracias!