vinetur

Un libro que ayuda a integrar el vino en las redes sociales

Dos muy conocidos especialistas en redes sociales, Pedro Rojas y María Redondo, acaban de publicar un libro titulado “Cómo preparar un Plan de Social Media Marketing”

martes 9 de julio de 2013

ESCRITO POR RODOLFO CASTRO GALIANA



Recomiendo hoy el libro en Vinetur, y he escrito antes un post en Castro Galiana haciendo lo mismo, porque creo que el texto puede ser muy útil a la hora de incorporar cualquier empresa en las redes sociales, lo que alcanza a las bodegas.

El libro describe cómo integrar el plan de marketing de social media en la estrategia de una empresa, da pautas de cómo hacerlo y pone estas habilidades al alcance de cualquier profesional o directivo interesado en el asunto.

Es evidente que muchas empresas de éxito han sabido conectar con su presencia online con los jóvenes y los nativos digitales, cada vez más propensos a comunicarse con asiduidad y preferencia a través de sus canales y con herramientas transmedias.

En el caso del vino, las bodegas cuentan con la ayuda adicional de los medios especializados y generalistas, en papel y en formato digital, que asesoran a los consumidores, les informan y extienden la cultura del vino, aunque cuando merme el consumo doméstico.

Para fortalecer la comunicación del vino, las bodegas y los organismos que lo promocionan, si aún no lo han hecho, deberían recurrir a expertos internos o externos en comunicación capacitados para trabajar con los medios convencionales y las redes sociales.

Se puede adaptar las políticas de comunicación a las posibilidades de cada cual, porque hoy hay medios al alcance bien baratos.

Para concluir les doy un dato: en Castro Galiana tenemos que fichar con datos fiables para luego auditar la imagen emitida en los distintos medios por miles de bodegas y vinos. Muchas veces, localizar vinos y bodegas referidos en los medios nos lleva cien veces más tiempo de lo que emplea un internauta interesado, antes de desistir. ¡Una pena!

Cómo preparar un plan de social media marketing: En un mundo que ya es 2.0 Pedro Rojas y María Redondo Barcelona. Gestión 2000. 2013.