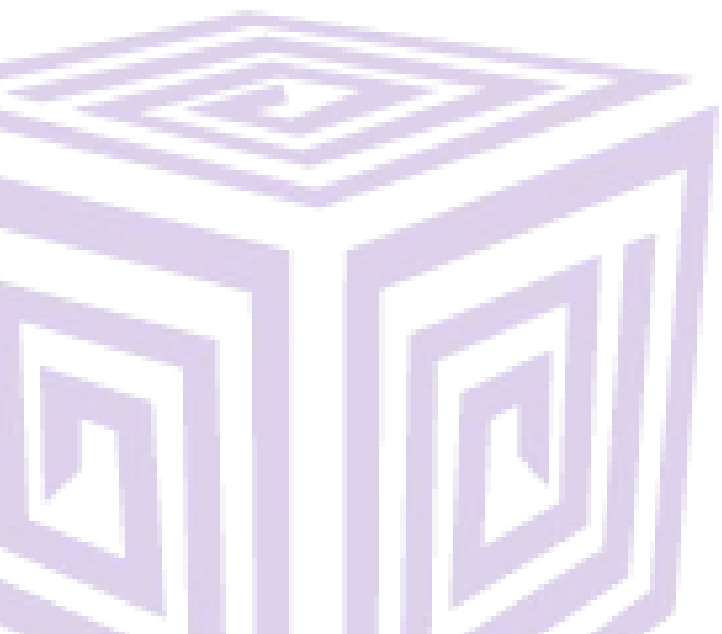




# Plan de Marketing

**SECTOR  
AGRÍCOLA**



# Introducción

---

El presente es un plan de marketing preliminar estandarizado para la mayoría de productos relacionados al sector agrícola de todo el mundo.

*Hace poco pasamos los 40,000 suscriptores en el canal de YouTube de nuestro cliente Vivero Los Viñedos.*

Empezamos a trabajar con ellos casi desde el inicio de Pandora y es muy grato poder ver que esta empresa está cosechando las decisiones que tomaron hace 10 años, momento en el que decidieron renovar su imagen, web, redes sociales, básicamente toda la identidad y marketing de la empresa.

Junto con esta renovación de imagen, vino la implementación de estrategias de marketing como la realización de videos, sesiones de fotografía, participación en eventos, etc.

Buscar



Vivero los viñedos SAC

41.700 suscriptores

SUSCRITO



INICIO

VÍDEOS

LISTAS

COMUNIDAD

CANALES

INFORMACIÓN



Institucionales



REPRODUCIR TODO



PARCELA DEMOSTRATIVA  
VIRTUAL DE PALTO CLONAL



VIVEI  
AÑOS Sin título - Paint



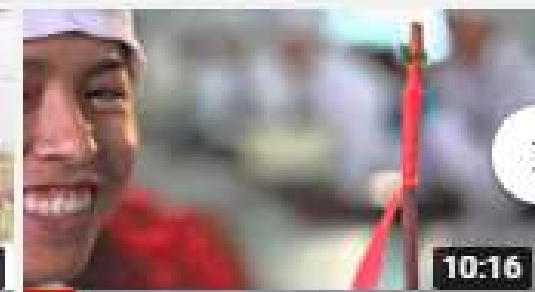
2020  
SAC



¡Nuestra página web tiene  
nueva imagen!



Catálogo de VID  
Vivero los viñedos SAC



Corporate video (ENG)  
Vivero los viñedos SAC



En este documento veremos paso a paso las acciones de Vivero Los Viñedos y cómo puedes aplicarlas a tu empresa ya sea ésta de venta de fertilizantes, agroquímicos, herramientas, maquinaria, entre otros productos y servicios para el sector agro.

# El Logotipo

Empezamos por un buen logotipo que se distinga de cualquier otra empresa de tu rubro y te dé una mirada muy profesional en todo el sector agrícola.

Trata de que este nuevo logo refleje quién eres y a dónde quieres llegar.

*¿Qué es lo que mejor haces?*

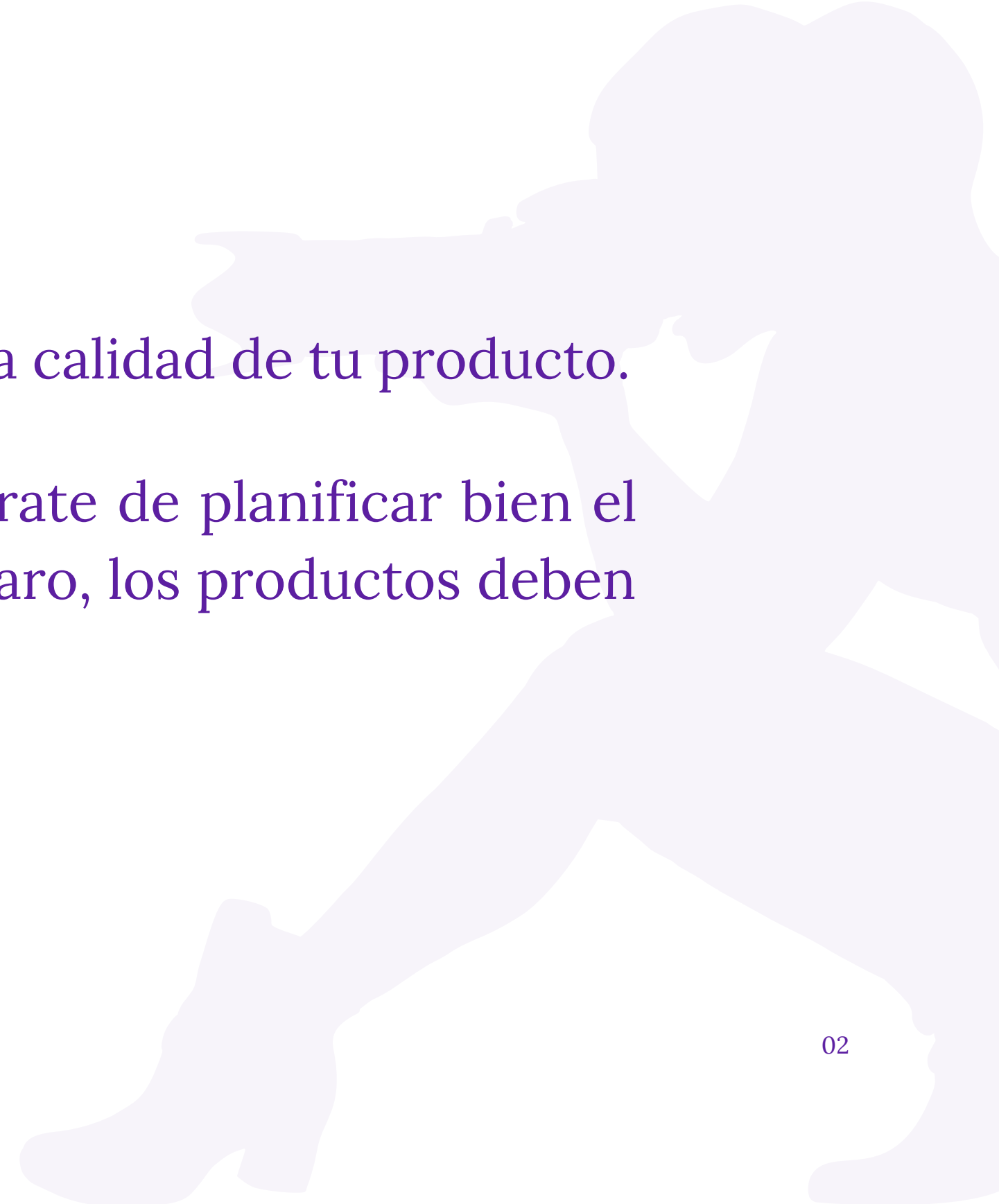
Por ejemplo, si lo tuyo es la pasión, entonces tu estrategia publicitaria estará basada en lo humano, tu personal. Si lo tuyo es la tecnología, entonces debes mostrar tus equipos, instalaciones, etc. Tu logo puede mostrar estos aspectos de manera abstracta en un buen isotipo desarrollado por un profesional de branding.



# Fotografías

Las fotografías en tu negocio son clave para mostrar la calidad de tu producto.

Previo a la contratación de un buen fotógrafo, asegúrate de planificar bien el día de la sesión, que todo esté limpio y ordenado, y claro, los productos deben de aparecer impecables.





FOTOGRAFÍAS



# Publicidad Digital

La publicidad digital está dividida en muchas ramas, aquí las más importantes para ti:

- | Google Business
- | Página web y Blog.
- | Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube
- | Mailing

Si ya tenemos un buen logo y unas fotazos, es hora de dejar listas nuestras plataformas digitales sociales para crear contenido.

**OJO**, aún no vamos a crear contenido. Vamos a implementar, organizar y dejar bien pulidos nuestros medios antes. Todo lo que vamos a mencionar es **GRATIS** y lo puedes hacer tú mismo, pero claro, siempre recomiendo contratar a un **profesional**.

# O | Google Business

---

Primordial crearse una cuenta en Google Business. Solo necesitas una cuenta Gmail. Aquí te mostramos algunos de los pasos.

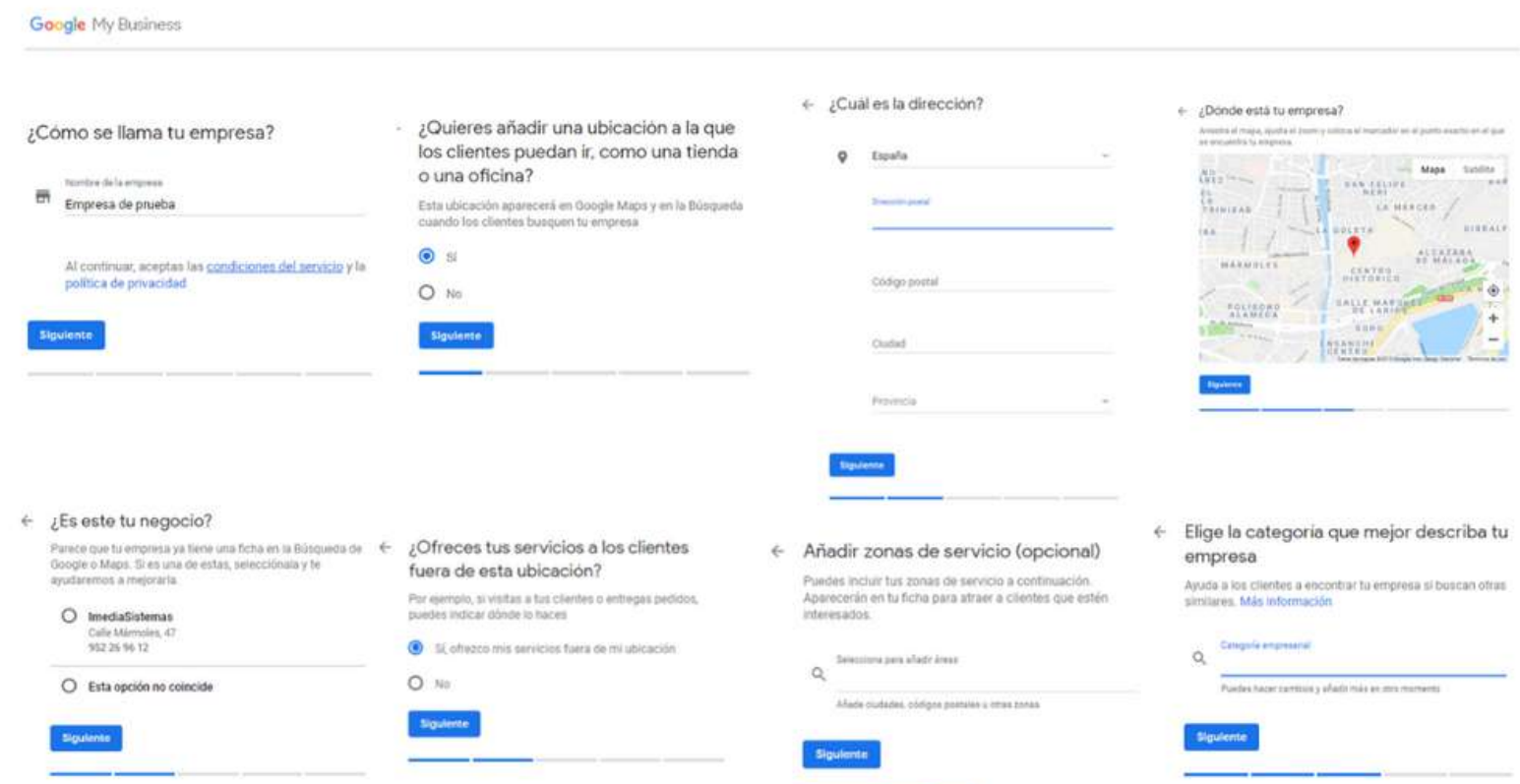
## 1 | **Accede a Google My Business**

Primero de todo debes acceder a la plataforma de Google My business desde la que podrás crear tu cuenta. Accede a empezar ahora y rellena la información requerida.

## 2 | Rellenar la información

Comienza rellenando el formulario en el que deberás introducir el nombre de tu empresa. Se recomienda que incluyas la ubicación real de tu negocio, a la que podrán acudir. Confirma los datos de localización y continúa con el proceso.

Si realizas pedidos fuera de dicha ubicación puedes indicarlo también, de manera que tus clientes puedan disponer de más información útil, aunque no es largo obligatorio de añadir en el momento. En el caso de que la respuesta a dicha pregunta sea sí, deberás añadir dichas localizaciones.



The image shows a multi-step registration form for Google My Business. The steps are as follows:

- ¿Cómo se llama tu empresa?**: Input field for the company name, with a placeholder "Empresa de prueba".
- ¿Quieres añadir una ubicación a la que los clientes puedan ir, como una tienda o una oficina?**: Radio buttons for "Sí" (selected) and "No".
- ¿Cuál es la dirección?**: Fields for "España", "Dirección postal", "Código postal", "Ciudad", and "Provincia".
- ¿Donde está tu empresa?**: A map interface with a "Siguiente" button.
- ¿Es este tu negocio?**: Radio buttons for "Inmediatamente" (selected) and "Esta opción no coincide".
- ¿Ofreces tus servicios a los clientes fuera de esta ubicación?**: Radio buttons for "Sí, ofrezco mis servicios fuera de mi ubicación" (selected) and "No".
- Añadir zonas de servicio (opcional)**: Input field for "Selecciona para añadir áreas" and a note "Añade ciudades, códigos postales o otras zonas".
- Elige la categoría que mejor describa tu empresa**: Input field for "Categoría empresarial" with a search icon and a note "Puedes hacer cambios y añadir más en otro momento".



### 3 | Crear cuenta de Google My Business


Para continuar con el proceso de crear una cuenta de Google My Business, debes indicar el campo o categoría en la que se encuentra tu negocio, por ejemplo: agencia de modelos.

Para hacer la experiencia de los usuarios más cómoda y hacer posible la mejora del SEO de tu web, tienes la opción de añadir la url de la página de tu negocio. Finalmente realiza el último paso y finaliza el proceso.

← ¿Qué información de contacto quieres mostrar a los clientes?

Incluye esta información en tu ficha para que los clientes puedan ponerse en contacto contigo (opcional)

  Número de teléfono de contacto

 URL del sitio web actual

No necesito un sitio web

Obtener gratuitamente un sitio web de la empresa a partir de tu información. [Ver detalles](#)

**Siguiente**

← Mantente informado

¿Quieres recibir comunicaciones con recomendaciones y consejos personalizados para mejorar la presencia de tu empresa en Google?

Sí

No

**Siguiente**

← Terminar de registrarse y verificar esta empresa

Para gestionar tu ficha, tendrás que verificar la conexión con esta empresa. Al hacerlo, podrás:

- ✓ Permitir que clientes nuevos te encuentren en la Búsqueda de Google y en Google Maps.
- ✓ Promocionar tu empresa con fotos y publicaciones.
- ✓ Hacer un seguimiento de las analíticas de tu empresa para comprender mejor a tus clientes.
- ✓ Responder a las reseñas de tus clientes

**Finalizar**

### 3 | Verificación de nuestra cuenta de Google My Business

¡Ya has conseguido crear una cuenta de Google My Business! Pero aún no has terminado.

Una vez hayas finalizado el proceso de inscripción, recibirás una carta de Google por correo postal que contiene el código con el cual estarás verificando tu cuenta de Google My Business. Una vez introducido, ¡ya puedes empezar a trabajar!

**Esto es muy importante para que puedan ubicarte en el mapa de tu localidad. Sugiero añadir toda tu información, horarios de atención, fotografías tuyas, de tu local de atención, personal, etc. Así como tu logotipo, publicidad y más.**

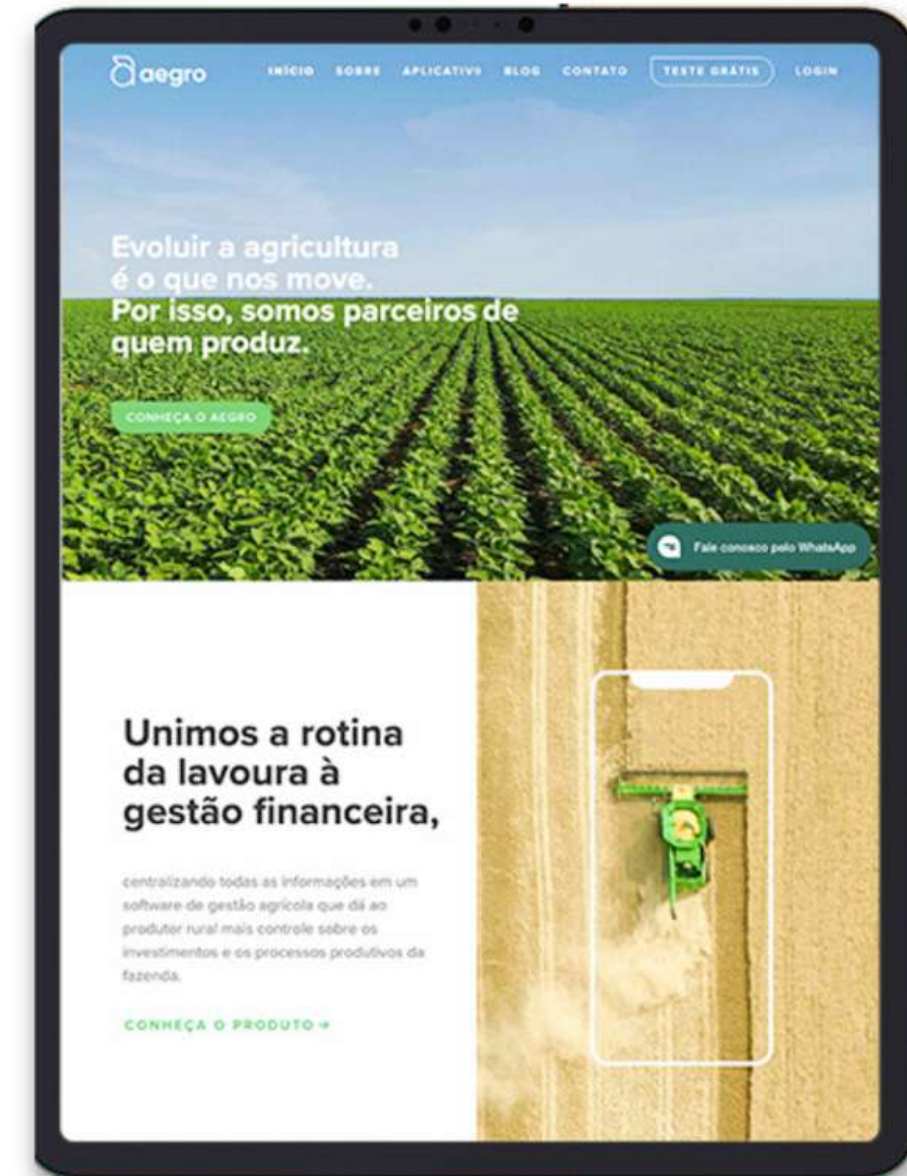


## 02 Página Web

PUBLICIDAD DIGITAL

Obligatorio contar con una página web moderna, que se pueda ver muy bien en cualquier dispositivo. Es importante contratar un buen profesional para armar una web buena por fuera y dentro, ello te permitirá posicionarte correctamente en Google.

Agrega fotografías de tus productos, de tus trabajadores, instalaciones, etc. **Es importante que sea muy visual.**





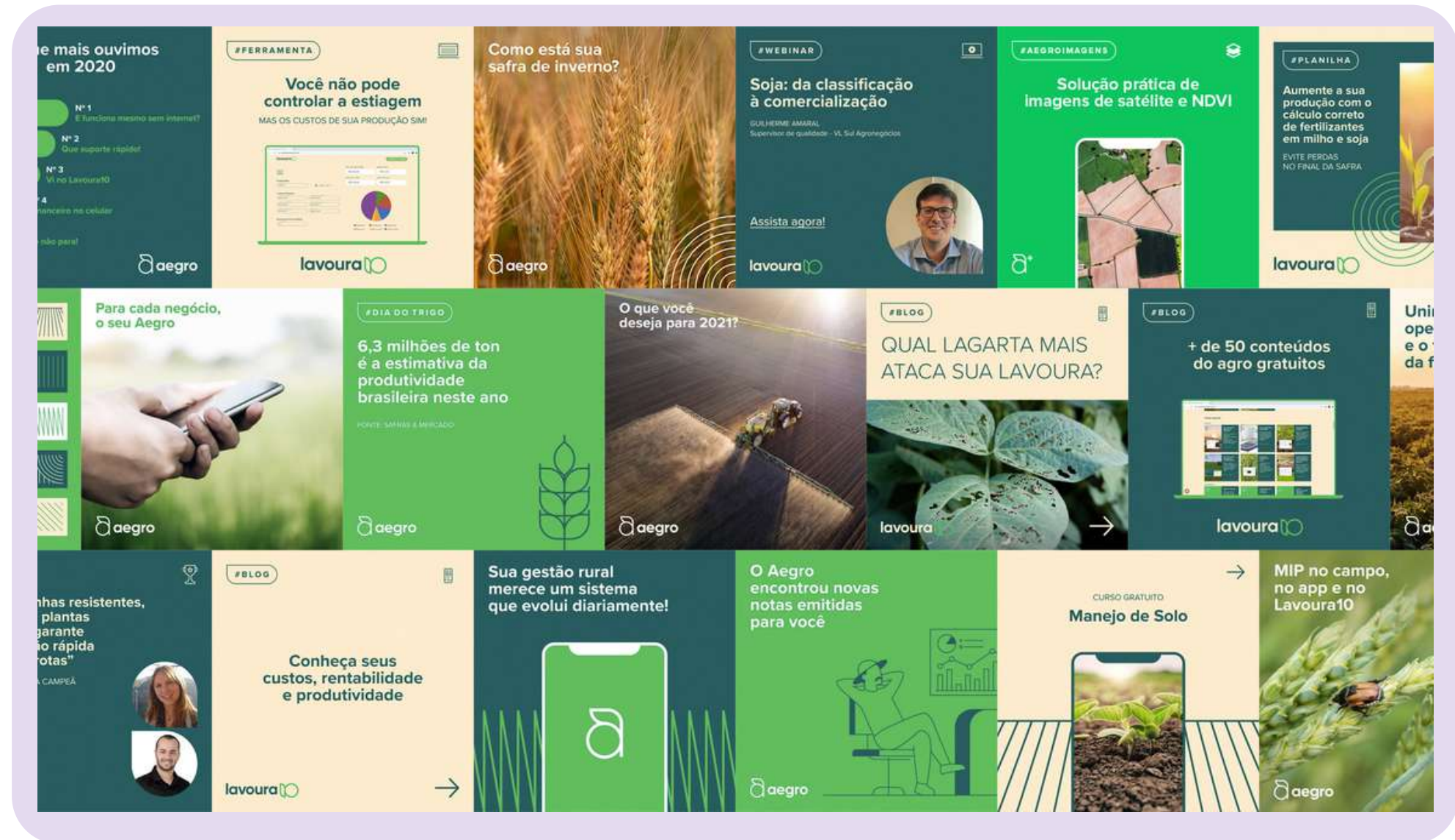
# 03 Redes Sociales

PUBLICIDAD DIGITAL



Asegúrate de contar con un buen diseño para estas plataformas. Una buena foto de perfil y portada, la información correctamente llenada, fotos de ti, de tu equipo, videos explicativos, etc.

Es importante que tus redes sociales se vean muy profesionales, que sigan una sola línea gráfica, y sobre todo que, cuando invites a otras personas a seguirte, estas encuentren buen contenido tuyo que las motive a quedarse.



# Posicionamiento Digital

Si ya tienes creada tu web y tus redes sociales, es hora de ver maneras de posicionarnos. **Empecemos por Google.**

Si quieres dominar tu sector, tienes que dominar Google. ¿Qué significa?  
Que debes de aparecer entre los primeros puestos por cada palabra clave de búsqueda, por ejemplo: Fertilizantes Perú, agroquímicos para arándanos, etc.

## ¿CÓMO VAS A DOMINAR GOOGLE? HAY 04 ALTERNATIVAS:

**A**

---

Tienes que crearte una **cuenta Google Business**. Esta cuenta te permitirá aparecer en el mapa de Google y por ende, aparecerás automáticamente cuando alguien en tu localidad busque tus servicios o productos. Pero no solamente debemos crear la cuenta, **tienes que llenarla correctamente de mucha información**, tus horarios, tu dirección, teléfonos, servicios, etc. Y muchas fotos. Coloca fotos de la fachada, del interior, de ti mismo, tu equipo y tus clientes para inspirar confianza. **Dale seguimiento y actualízala constantemente.**

## ¿CÓMO VAS A DOMINAR GOOGLE? HAY 04 ALTERNATIVAS:

# B

---

Tu **página web** también es clave para lograr un buen posicionamiento. Solicita a tu proveedor la implementación de un **sistema SEO y un blog**. Asegúrate de crear mucho, mucho contenido original sobre ti mismo, artículos sobre tu experiencia, tus clientes, novedades, etc. **Así le darás movimiento a tu página y Google te echará el ojo**. Pero recuerda, es importante contar con el respaldo de un profesional que te ayude con el SEO y palabras clave para lograr un mejor posicionamiento.



## ¿CÓMO VAS A DOMINAR GOOGLE? HAY 04 ALTERNATIVAS:

Las anteriores alternativas toman tiempo, no vas a posicionarte de un momento a otro. Se trata de un trabajo constante de meses o incluso años, todo depende de qué tan versátiles sean tus competidores también digitalmente.

La alternativa final son los **Google Ads**. Es decir, pagarle a Google, para posicionarte. Esto va a generar una dependencia publicitaria y costosa a tu empresa, y los resultados van a depender mucho también de tus otros competidores. **Para rentabilizar esta inversión tienes que ser estratégico**, usa correctamente las palabras clave y asegúrate de contar con una web que brinde resultados rápidos a tu público.

## ¿CÓMO VAS A DOMINAR GOOGLE? HAY 04 ALTERNATIVAS:

# D

En cuanto a tus **redes sociales**. Publica frecuentemente, pero no publiques por publicar. Asegúrate de subir contenido de valor, algo que tú mismo verías. ¿Qué es lo que mejor sabes hacer? ¿Qué problemas resuelve tu producto? Habla de eso. Crea videos profesionales donde salgas hablando tú y/o tu equipo. Puedes subir esos videos a YouTube, Facebook y otras plataformas, y luego, puedes cortar lo más importante y crear videos cortos para redes sociales más rápidas como Instagram y TikTok.

### 3 Consejos ganadores:

- Constancia (01 vez a día mínimo).
- Material audiovisual (01 video a la semana)
- Sé profesional, usa una buena línea gráfica, sé moderno, y atiende rápido cualquier consulta o comentario.

# Publicidad Tradicional



Vivimos en un mundo digital, sí. Pero eso no significa que dejemos de lado la publicidad tradicional. Sobre todo si la mayor parte de nuestro **público es local**. Radio, televisión, periódicos, revistas, eventos, etc. Todos son medios válidos para lanzar nuestra publicidad, pero claro, todo depende de nuestro presupuesto.

Es importante definir **un solo mensaje** para toda la publicidad que realices. No iremos a la radio a decir “somos la empresa con mejor tecnología” y luego en la revista colocar “la empresa de maquinaria más antigua del Perú”. Es importante sesgarnos a un solo mensaje sólido y repetirlo constantemente.



# Planificación

Ningún plan funciona sin objetivos, estrategias y presupuesto. Repasemos algunos puntos clave para ti:

## 1 | Definición de mí mismo y mi producto.

¿Quién soy?, ¿Qué vendo?, ¿Qué hago mejor que nadie?

## 2 | Mi público objetivo.

¿Quién deseo que tome mis servicios? Por ejemplo: empresas agrícolas de la ciudad de Piura. ¿Dónde los ubico geográficamente? ¿Qué lugares frecuentan? ¿Qué medios visualizan?

Ningún plan funciona sin objetivos, estrategias y presupuesto. Repasemos algunos puntos clave para ti:

### 3 | **Mi competencia**

¿Qué está haciendo mi competencia? ¿Qué ofrecen y a qué precio? ¿Quiénes son sus clientes? ¿Qué están haciendo publicitariamente? ¿Qué puedo imitar? ¿Qué puedo hacer mejor?

### 4 | **Objetivos y medición**

**¿Qué objetivos deseo para el siguiente año?**

Aquí es importante hacer un análisis. Si no contamos con información previa, es relevante empezar a medir ya mismo. Por ejemplo: El mes pasado tuve 10 clientes, este mes 15 personas me escribieron al whatsapp por mi página web, 20 personas me llamaron a mi teléfono por Google Maps.

Si no medimos, no podemos trazar objetivos reales. No importa que contratemos a la mejor agencia publicitaria del mundo. Si no medimos nuestros resultados, no tiene caso.

**Aquí un ejemplo de medidores que deberías revisar:**

- Nuestras estadísticas arrojan que crecimos 10,000 seguidores en YouTube en 01 año, para el siguiente año queremos llegar a los 30,000 mínimo. Ya no realizaremos un video semanal, sino dos.
- Hemos tenido un crecimiento mensual de 20 personas que nos han contactado mediante Facebook. Vamos a aumentar el gasto en Ads de Facebook para triplicar ese número.
- Tenemos una tasa de conversión del 30% de clientes. Vamos a contratar a una persona que llame a todos los prospectos y enviaremos publicidad vía whatsapp e email para hacer seguimiento.

**Mediciones reales, objetivos reales.**

# Identificación de oportunidades

## Identifica los mercados emergentes

- ¿Dónde van a abrir nuevos proyectos de irrigación?
- ¿Cuántas hectáreas se van a aperturar?
- ¿Cuántos agricultores hay en la zona?
- ¿Cuál es su situación económica?
- ¿Qué cultivos prefieren o les conviene?

## Tendencias mundiales

- ¿Qué nuevos productos puedo incorporar a mi cartera?
- ¿Qué problemas logísticos hay en el mundo?
- ¿Quiénes me van a necesitar?

# Identificación de amenazas

## Nuevos competidores

Recuerda que vivimos en un mundo sobrepoblado, **cada día nace un nuevo competidor**. Hay cada vez más pequeños negocios dedicados a la agricultura con precios de introducción.

## Comprar más barato

La calidad cuesta, eso todos lo sabemos, pero al momento de ahorrar miles o millones de soles, lamentablemente, el gran porcentaje de las empresas **eligen la opción más cómoda**.

## Más pequeños agricultores que grandes

Los mercados grandes, en su mayoría, ya fueron tomados. Por lo que los **nuevos agricultores que aparecerán serán pequeños** o medianos, con menor capital y capacidad de riesgo.

# Definición de estrategias

01  
Precio

02  
Diversificación

03  
Asesores

04  
Promueve el conocimiento

# O | Precio

---

Un precio más cómodo siempre llama la atención, ¿puedes lograrlo? Depende de tu capacidad productiva y economía de escala. Si te enfocas en brindar un producto barato y crees poder sostenerlo a lo largo de tu vida, pues en buena hora. Recuerda que si te posicionas de esta manera va a ser muy difícil **cambiar la perspectiva del público** si decides aumentar tus precios o lanzar un producto mejor.

De la misma manera, si te posicionas por brindar un producto caro, pero de mucha calidad, recuerda que no eres un producto Premium, un reloj suizo o un iPhone, vendes un producto de necesidad, **lo que importa es el resultado final y la economía.**

Si tienes un producto costoso, recuerda lo que hablamos antes en las amenazas, nuevos competidores, producción propia de las agroexportadoras, más mercado pequeño emergente, es una situación complicada.

# 02 Diversificación

DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS

*Se terminó la temporada de aguacate, y ahora?*

Pues tengo productos para vid, para cítricos, para berries... ¿Se fue al tacho la agroexportación? No importa, tengo productos para productores de papa, de arroz... **Si diversificas lo suficiente, nunca te va a faltar dinero.**



# 03 Asesores

Como dijimos previamente, la diversificación es muy importante. Pero no solo de productos, te recomendamos siempre brindar el servicio de **asesoría agrícola**.

*¿Por qué esperar a que te contraten si puedes auto-contratarte?*

Imagina que las agroexportadoras, del tamaño que sean, tercericen contigo la asesoría agrícola que requieren sus fondos, así, podrías recomendar fácilmente la compra de tus propias plantas y brindarles un manejo adecuado en campo.

# 04 Promueve el conocimiento

Una parte vital del éxito de tu producto es que tu cliente sepa manejarlo. Las plantas son organismos vivos de mucho cuidado y, por lo tanto, merecen un trato especial y a un asesor muy capacitado para lograr una producción exitosa. Es importante que brindes **asesoría** mediante capacitaciones, eventos, charlas, e incluso a través de videos a través de tus redes sociales. Esto no solo generará mejores resultados con sus plantas, sino que, además, fidelizarás a tu público y será una gran publicidad para tu marca.

# ¿Estás listo para empezar?

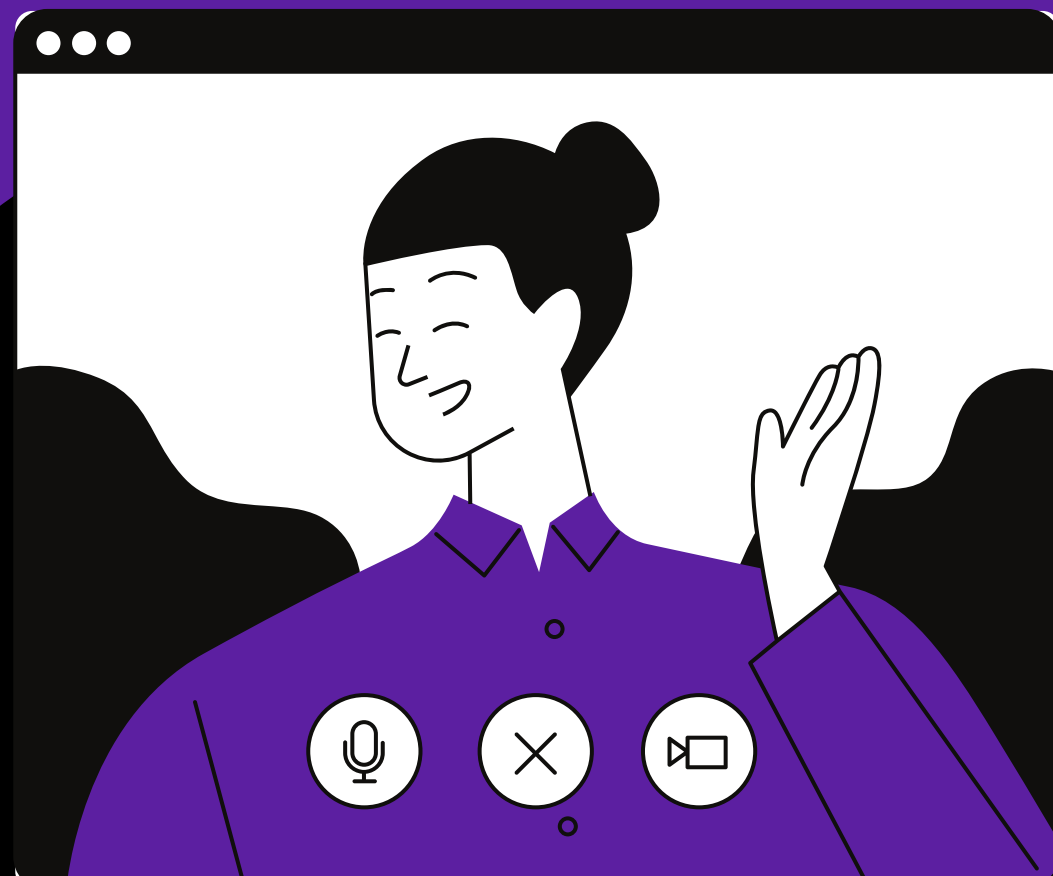
Contáctanos para una asesoría especial dedicada a tu negocio.

**TELÉFONO**

+51 993 856 531

**CORREO**

[info@pandoramarketing.net](mailto:info@pandoramarketing.net)



**pandora**  
MARKETING & PUBLICIDAD

