



JORNADA TÉCNICA AEMO

Marketing on-line en el sector oleícola

Sinergias entre el e-comercio y las redes sociales.

Palacio de la Merced, Córdoba. 8 de octubre de 2012

FUNDAMENTOS

La comunicación entre las empresas que venden algo y sus potenciales clientes ha cambiado radicalmente en los últimos tiempos. Los medios de comunicación tradicionales (escritos, hablados y televisados) son y seguirán siendo necesarios pero su carácter unidireccional (empresa=>cliente), su impacto no selectivo y sus altos costes están dando paso a nuevas formas de comunicación que son más directas y permiten la interacción del comprador hacia el vendedor.

Las ventajas del e-marketing, o marketing electrónico a través de la Red, son muchas y cada día más potentes: bajos costes, carácter bidireccional, atención particularizada al cliente, impacto discriminado y seleccionado, valoración del producto a través de respuestas directas, etc. Por tanto las empresas que quieran afrontar el futuro con garantías tienen y deben de estar ahí.

Ya en el ámbito del comercio electrónico, y su comunicación, también ha existido un cambio radical en su corta vida. En los inicios eran las páginas webs o el mailing masivo las únicas armas para comunicar a los clientes, pero en los últimos cinco años han irrumpido las redes sociales con especial fuerza lo que está suponiendo una potentísima arma de comunicación para las empresas que las saben utilizar.

El sector oleícola, en general, ha sido especialmente rígido y lento en la adopción de innovaciones, especialmente en el campo de la comercialización. Esto se contradice con el éxito particular que tiene el producto que vende, el aceite de oliva que es, por sí mismo, probablemente el producto agroalimentario que mayor número de noticias genera en la red. Y lo hace por su imparable prestigio en el área saludable y culinaria.

Por ello, con esa base, las empresas que comercializan el fruto del olivo pueden y deben aprovechar ese publishing propio del producto y utilizarlo en su beneficio pero para ello deben conocer la red con sus potenciales y habilitarlas.

AEMO cuenta con experiencia en este sentido, nuestra página en FaceBook tiene más de 1.000 seguidores y es visitada semanalmente por más de 20.000 personas diferentes debido a la alta redifusión de sus post, labor de todos. Es en esa experiencia de dos años donde hemos detectado el altísimo interés del público hacia el olivo, la aceituna y el aceite de oliva y el alto poder de interacción de nuestros seguidores.

Existen casos reales de empresas oleícolas que han sabido conectar y comunicar con el gran público, las conocemos, las seguimos y las vamos a invitar a que nos cuenten sus experiencias.

Estas jornadas, pues, pretenden mostrar a los iniciados, y no iniciados, cual es el potencial del e-marketing en el sector oleícola, como utilizar las redes sociales para conectar con el gran público y mostrarles las excelencias de nuestro producto... en síntesis cómo optimizar los recursos humanos, económicos y tecnológicos del siglo XXI para hacer marca y, porqué no, aumentar las ventas.



JORNADA TÉCNICA AEMO
Marketing on-line en el sector oleícola
Sinergias entre el e-comercio y las redes sociales.
Palacio de la Merced, Córdoba. 8 de octubre de 2012

PROGRAMA

- 9:00 Recepción de participantes**
- 9:30 Presentación de las Jornadas.**
M^a Luisa Ceballos. Presidenta de la Diputación de Córdoba y AEMO
- 10:00 Comercio electrónico: Tienda On line 2.0 y Marketing Digital**
Pedro Rodríguez. Ingeniero Informático. Director de Otherway Creatives. Córdoba
Francisco Javier Climent. Secretario Gral Cátedra Internacionalización. Universidad Loyola
- 11:00 Pausa**
- 11:30 D.O. Estepa en la red: Caso práctico**
José Carlos Sánchez. Responsable de Comunicación de la D.O. Estepa. Sevilla.
- 12:00 Basilippo en la red: Caso práctico**
Juan Antonio Morillo. Gerente y Community Manager de Basilippo. Sevilla.
- 12:30 Carbonell en la red: Caso práctico**
Delia Alexandra Atodiresei. Marketing Grupo DeOleo. Madrid.
- 13:00 Aceite 2.0. Visión de un e-periodista**
Jorge Pastor. Redactor Diario Ideal.
- 13:30 Clausura de las Jornadas**
Julio Criado. Diputado Agricultura y Medio Ambiente. Diputación de Córdoba

PROPOSICIONES:

Plazas limitadas: 60.

Cuota: 40 € para los inscritos residentes en municipios no socios de AEMO.
0 € para los inscritos residentes en municipios socios de AEMO.

Los municipios de AEMO se pueden consultar en www.aemo.es/socios/socios.php

Inscripción electrónica.

Difusión a través de la red.

Coordinación y organización de las Jornadas: Salvador Cubero y José M^a Penco

Más información en: info@aemo.es; 957325313; Asunto: Jornadas e-Marketing.