



GUÍA PRÁCTICA DE MARKETING



© 2010 Gobierno de La Rioja. Consejería de Turismo,
Medio Ambiente y Política Territorial.

Autoría del libro: WINC (Martorell & Cabré Comunicación)

Coordinación de textos: Susana Gómez Urizarna, Alicia
Sáinz Cuadra y José Gallo Férrez

ISBN: 978-84-679-0315-7

Contenido

Prólogo 4

1ª PARTE: Introducción 8

2ª PARTE: El Papel de las marcas hoy 14

3ª PARTE: Las Marcas y la RSE 20

4ª PARTE: La Marca La Rioja, Reserva de la Biosfera 28

El Modelo BULB 28

Estrategia de Marca 32

Visión 34

Misión 42

Valores 44

Personalidad 56

Posicionamiento 58

Beneficio 62

Credibilidad 64

El concepto 66

5ª PARTE: Planteamiento estratégico de la comunicación 70

Público Objetivo 70

Estudio de mercado 72

Objetivos de Marketing 74

Estrategia de Comunicación y Promoción 78

Medios y soportes 82

El tono de la comunicación 84

Estrategia de Precio 88

Estrategia de Distribución 89

Estrategia de Producto 90

6ª PARTE: Acciones de Marketing 94

Prólogo

La Guía de Marketing de Productos y Servicios Sostenibles de la Reserva de la Biosfera que les presentamos pretende ser una herramienta de ayuda eficaz para que las empresas y entidades adheridas a la marca 'La Rioja Reserva de la Biosfera' puedan comercializar mejor sus productos y servicios.

La elaboración de esta publicación que tienen en sus manos, de contenido eminentemente práctico, forma parte de las acciones del proyecto 'Reserva más responsable', puesto en marcha el año pasado por la Consejería de Turismo, Medio Ambiente y Política Territorial en colaboración con la Fundación Biodiversidad. Con esta iniciativa perseguimos fomentar la cultura de la sostenibilidad entre las empresas de los valles del Leza, Jubera, Cidacos y Alhama, declarados por la UNESCO Reserva Mundial de la Biosfera el 9 de julio de 2003. Este espacio natural de gran singularidad abarca una superficie de 120.000 hectáreas, que supone aproximadamente el 24% del territorio riojano, y alberga 40 municipios con una población fija de 9.000 habitantes.

El programa 'Reserva más responsable' incluye acciones formativas, estudios de mercado, la creación de la marca 'Reserva de la Biosfera', servicio de asesoramiento y jornadas de sensibilización, entre otras actuaciones, y sus principales objetivos van dirigidos a dinamizar esta zona, favoreciendo tanto su desarrollo económico como la creación de empleo, a la par que se convierte en experiencia piloto reproducible a toda La Rioja.

Conseguir una Reserva de la Biosfera más responsable pasa por apostar por la sostenibilidad como incentivo empresarial, y ello supone cumplir la normativa ambiental, fomentar la disminución de residuos, reducir el consumo de materias primas y energías, y aumentar la cualificación de los trabajadores en temas ambientales. Sólo así conseguiremos ofrecer productos y servicios con un plus añadido para el consumidor que los diferencie de otras ofertas del mercado y los haga más atractivos. En este camino hacia la sostenibilidad estoy convencida de que esta guía que hemos elaborado con la ayuda de ayuntamientos, empresarios y de nuestros técnicos se convertirá en una inseparable compañera de viaje.

Aránzazu Vallejo Fernández

Vicepresidenta y Consejera de Turismo, Medio Ambiente y Política Territorial



1ª Parte

Introducción

1ª Parte

Introducción

Antecedentes

El Gobierno de La Rioja está desarrollando una nueva iniciativa con la que pretende dar un nuevo apoyo a los habitantes de su Reserva de la Biosfera, a la vez que se impulsa, de forma piloto, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en este territorio: El desarrollo de la marca: “La Rioja, Reserva de la Biosfera. Valles de Leza, Jubera, Cidacos y Alhama” y el apoyo a los productos y servicios asociados a la misma.

Podrán participar en esta iniciativa aquellas actividades e instituciones que previa solicitud, y cumpliendo los requisitos establecidos en la Orden 6/2010, de 15 de marzo, de la Consejería de Turismo, Medio Ambiente y Política Territorial, obtengan licencia para el uso de la marca “La Rioja, Reserva de la Biosfera. Valles del Leza, Jubera, Cidacos y Alhama” (en adelante, RRB).

Esta guía práctica de Marketing pretende ser una herramienta didáctica para que todas las empresas, instituciones y productores que participan en esta iniciativa puedan impulsar la marca en una misma dirección, a la vez que se organiza la “acción comercial” de la marca.

Para la elaboración de esta guía se ha realizado un estudio de investigación de mercado entre riojanos y turistas de la zona, se han realizado unos talleres de trabajo en los que han participado representantes de la Dirección General de Calidad Ambiental y Agua del Gobierno de la Rioja, Alcaldes de los municipios de la Reserva de la Biosfera, representantes de la distribución y productores de los valles de la Reserva con el objetivo de definir la marca en todas sus dimensiones.

Acerca de esta guía

¿Qué es?

Esta guía explica la definición de la marca “RRB” y se extiende en su recorrido hacia la estrategia de Marketing y las posibles actividades que de ella se desprenden. Al definir y gestionar una marca es importante entender que no sólo estamos hablando de la comercialización de productos y servicios, sino que vamos más allá. La gestión de una marca hoy implica optimizar el beneficio de todos aquellos que se relacionan con ella. En este caso la marca tendrá que satisfacer las necesidades de productores, consumidores, instituciones y la sociedad en general.

Está concebida para ser una referencia útil para cualquier persona o empresa que tenga relación con la marca “RRB”. Es por ello que se han incluido definiciones de cada uno de los aspectos que se analizan en ella, de forma que pueda ser comprendida por cualquier persona, sin necesidad de ser experta en Marketing.

¿Para qué sirve?

La guía está diseñada para que las empresas inscritas en el sistema de la marca puedan llevar a cabo acciones que les ayuden a promocionar sus productos y servicios y, además, para que estas acciones sean coherentes entre sí y que, aún procediendo de diferentes productores, entre todos contribuyan a fortalecer la marca “RRB”.

En un segundo nivel, esta guía esta diseñada para que las empresas que todavía no están inscritas en el sistema puedan ver las ventajas de unirse a la marca.

¿A quién sirve?

A cualquier persona, empresa, organismo o institución implicada en la organización, creación y desarrollo de acciones de Marketing y comunicación relacionadas con la marca.

A los **impulsores** del proyecto: técnicos del gobierno y ayuntamientos de La Rioja, Reserva de la Biosfera, porque verán reflejada la visión de la marca a largo plazo.

A los **productores** de La Rioja, Reserva de la Biosfera, porque sirve de herramienta para el desarrollo del su negocio, la relación con distribuidores, colaboradores, clientes, entre otros.

A las **agencias colaboradoras** con el proyecto porque sirve de “briefing” (documento que resume las principales características y enfoques de la marca), ayudándolas a entender cómo es y cómo se expresa en el mercado.

