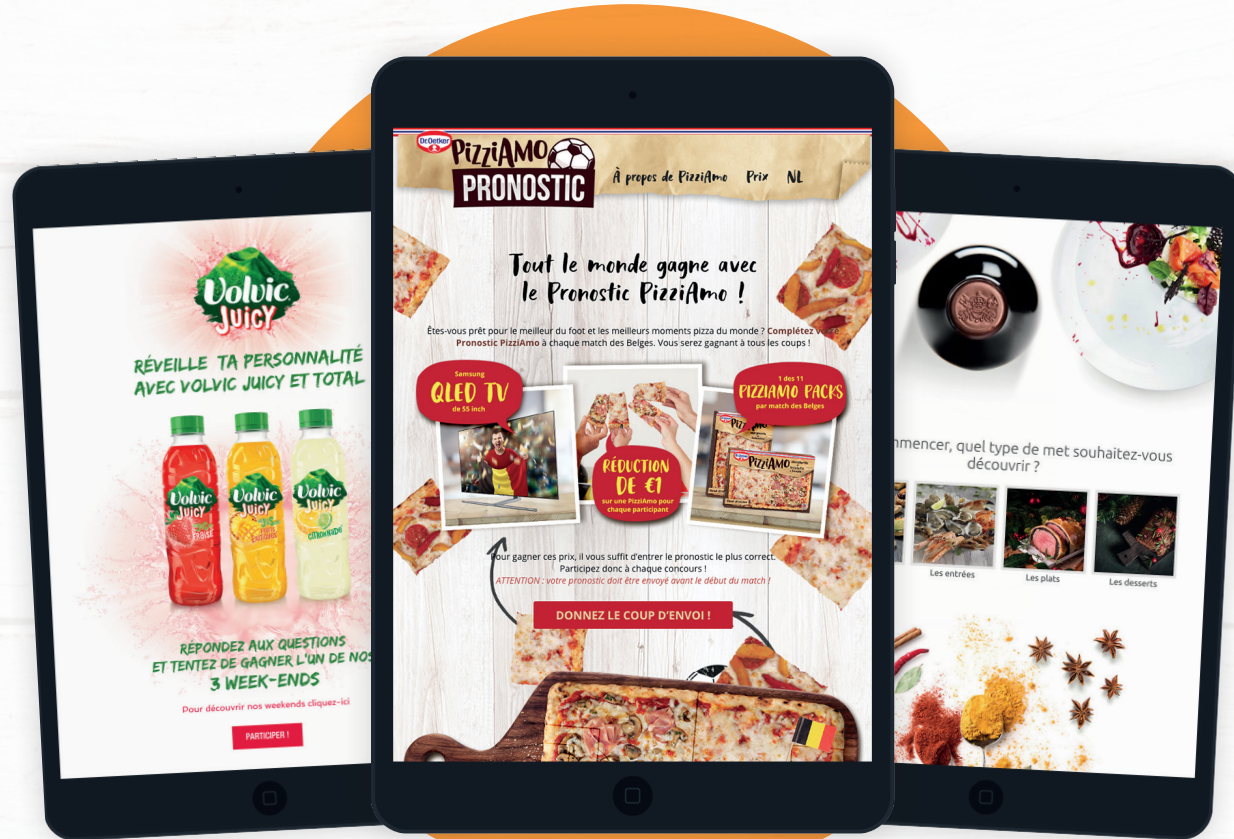


Recopila Información y atrae a tus consumidores



6 ejemplos de campañas de éxito en la industria de la alimentación y bebidas

El sector de productos de alimentación y bebidas constituye la principal industria manufacturera en Europa. Según [FoodDrinkEurope](#), representa un volumen de negocio superior a **1 billón de euros** (2017). En palabras de la [Comisión Europea](#), la alimentación representa cerca del 12,2 % del gasto familiar típico, situándose en tercera posición, por detrás de vivienda y transporte.

Es decir, la alimentación y bebidas no son productos de lujo, sino que obedecen a necesidades básicas y, por tanto, los profesionales del *marketing* no necesitan convencer a los consumidores para que los compren, sino que su función consiste más bien en **convencer a los consumidores de que deben optar por sus productos frente a los de otras marcas**.

Más allá de los diseños atractivos para los envases, ¿cómo consiguen atraer a los consumidores? Lo cierto es que las empresas de alimentación y bebidas deben reforzar sus posiciones para mantener su importancia entre los consumidores y obtener el mayor beneficio posible.

De acuerdo a los datos de 2018 arrojados por la [Encuesta de transformación digital de RSM](#)

Únicamente el **6%** de las empresas del sector de la alimentación y bebidas declaran ser competidores principales en lo que respecta a su madurez digital.





El **53%** de las compañías encuestadas manifiestan su preocupación por su capacidad para alcanzar sus objetivos en materia de transformación digital.

Para un sector que debe mantenerse en constante evolución para cumplir con las expectativas de los clientes en constante cambio, resulta esencial contar con una estrategia digital integral. Ciertas empresas de alimentación y bebidas lo han entendido y, por ello, **utilizan las redes sociales e innovadoras interactividades para conectar con los consumidores y recopilar datos útiles** con los que diferenciar y destacar su marca.

A continuación presentamos **6 ejemplos de importantes empresas de alimentación y bebidas** que pueden servirte de inspiración para atraer a nuevos clientes, conservar a tus consumidores y aumentar tus ingresos.





Indice

Sigue el ejemplo de **Gordon** para conseguir que tus productos destaquen p.5

Asocia tu marca con un contenido altamente viral, al igual que hicieron en **Jupiler** p.6

Sigue el ejemplo de datos de segmentación de **Nestlé** p.7

El ejemplo de **Dr. Oetker** para aumentar la lealtad del consumidor p.9

Sigue la estela de **Volvic** y ofrece a tus consumidores un momento de diversión p.11

Educa a tus consumidores como hicieron en **Millesima** p.13

Más ejemplos de nuestros clientes... p.14



Sigue el ejemplo de **Gordon** para conseguir que tus productos destaquen

Gordon Finest Beers es una emblemática marca de cerveza belga con orígenes escoceses, fabricada por John Martin's Brewery



Interacción con la comunidad



Recopilación de *opt-ins*

¿QUÉ HICIERON EN GORDON?

Gordon creó un **quiz de muerte súbita** con premios de la marca. Tras rellenar sus datos y ser preguntados por su cerveza Gordon favorita, los participantes tenían que contestar preguntas acerca de su gama de productos. Al primer error cometido eran eliminados e incitados a participar de nuevo cada hora para completar el *quiz*. Además, incluyeron un **opt-in de suscripción a la newsletter** en la campaña.

Tasa de *opt-in* del
43%



Asocia tu marca con un contenido altamente viral, al igual que hicieron en **Jupiler**

Jupiler es la marca de cerveza belga más famosa y patrocinadora de la selección de fútbol de Bélgica, Red Devils, desde hace 30 años



Interacción con la comunidad



Imagen de marca

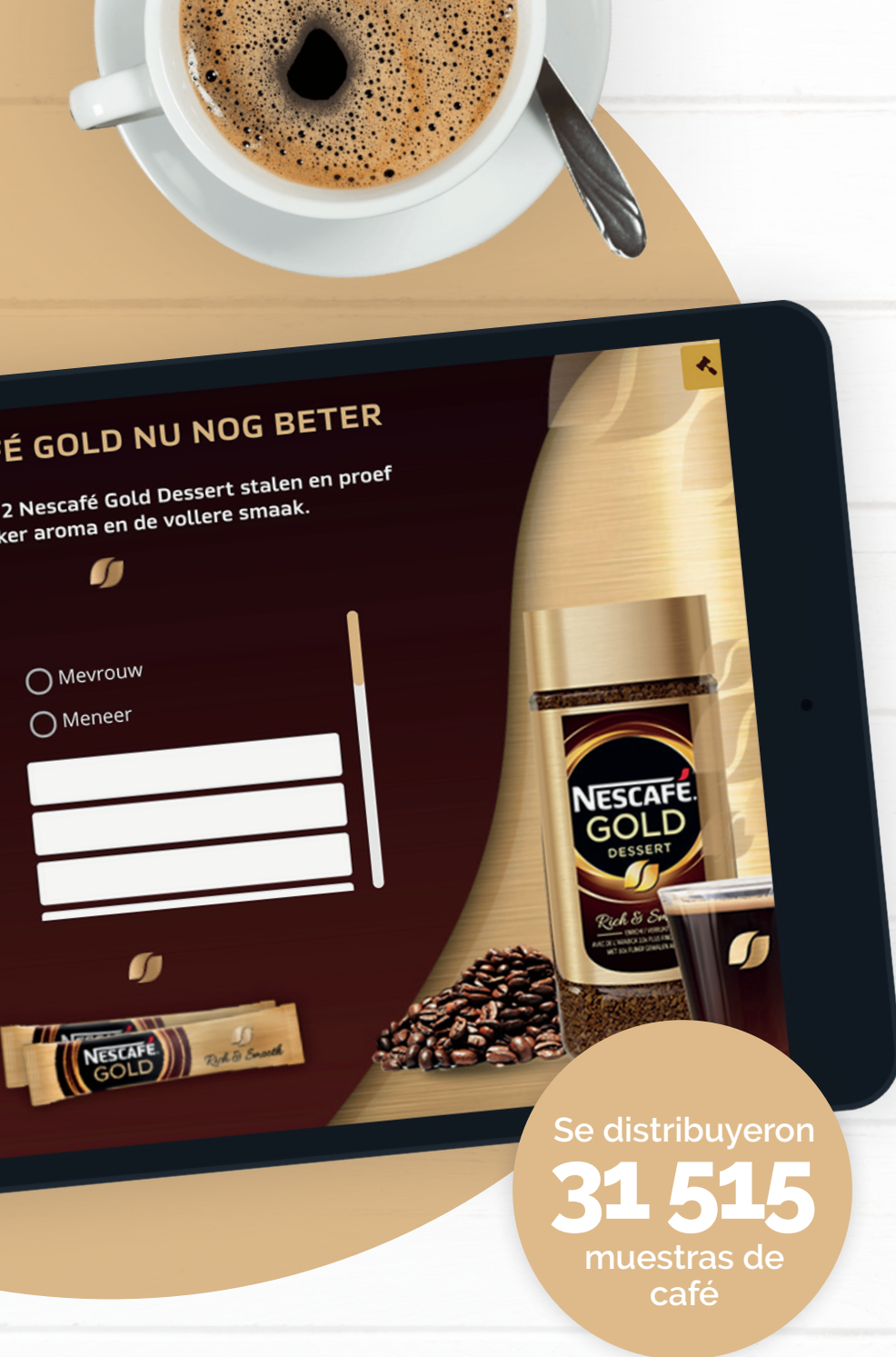


Visibilidad en redes sociales

¿QUÉ HICIERON EN JUPILER?

Para mostrar su apoyo al equipo belga durante la Copa del Mundo 2018, **Jupiler** pasó a llamarse **"Belgium"** durante 5 meses (¡¿brillante verdad?!). Durante el torneo, la marca también lanzó una campaña de **selector de equipo**, dando a los usuarios la oportunidad de ponerse en la piel de Roberto Martínez, seleccionador belga, y componer así su once ideal. Una vez finalizada la selección, se les animaba a compartir sus resultados en RRSS.





Sigue el ejemplo de datos de segmentación de **Nestlé**

Nescafé es una de las marcas de café Nestlé más conocida en todo el mundo.



Recopilación de datos de segmentación



Aumento de las ventas físicas y digitales



Lealtad del consumidor

¿QUÉ HICIERON EN NESTLÉ?

Para promocionar su Nescafé Gold, Nestlé decidió **dar muestras gratuitas de café** a través de una campaña en su web. Para recibir las muestras, los participantes tenían que reñlenar un formulario con su información e indicar cuan a menudo beben una taza de Nescafé Gold. Esta resultó ser una buena manera de cualificar y segmentar a sus consumidores en función de su consumo de café. A su vez se mostraba un *opt-in* a las últimas noticias y ofertas, así como para las otras marcas del grupo.





Conectar el mundo físico y el digital

Nestlé también utiliza campañas interactivas para repartir cupones de descuento.

- **Descarga de cupones de descuento en la pantalla de salida** de la campaña: una vez hayan facilitado su información de contacto, los participantes pueden descargar sus cupones de la pantalla de salida y utilizarlos en establecimientos de venta.
- **Envío de cupones de descuento por correo electrónico:** una vez hayan facilitado su información de contacto, los participantes reciben directamente el cupón en su bandeja de entrada.

Descubre más detalles de la estrategia de recopilación de datos y segmentación de Nestlé con Qualifio en [esta historia de éxito del cliente](#).



El ejemplo de Dr. Oetker para aumentar la lealtad del consumidor

Dr. Oetker es un negocio familiar de origen alemán que produce varios productos alimenticios (ingredientes para hornear, pizza congelada, postres, etc.)



Interacción con la comunidad



Aumento de las ventas físicas y digitales



Lealtad del consumidor



Segmentación del mercado para las diferentes marcas

¿QUÉ HICIERON EN DR. OETKER?

Con motivo de los 5 partidos de la selección belga durante el Mundial de Fútbol de 2018, Dr. Oetker lanzó una **campana de predicción** en francés y neerlandés en la que se invitaba a los participantes a predecir el resultado de Bélgica y sus oponentes antes del comienzo de cada encuentro. Todos los participantes ganaban: se regalaron cupones de descuento o pizzas solo por participar, pero únicamente aquellos capaces de predecir los resultados exactos (o los más cercanos posibles) resultaban ganadores de una televisión Samsung. El ganador se elegía a partir de las respuestas a una pregunta de desempate: «*¿en qué minuto se marcará el primer gol del partido?*»

14 500
participaciones

"Nuestro objetivo con esta campaña era generar visibilidad de un nuevo producto que acabamos de lanzar y atraer a los amantes de la pizza que aún no formaban parte de nuestra comunidad. Una vez que el equipo Studio de Qualifio creó la primera predicción, fue muy sencillo duplicarlas para el resto de partidos. Simplemente teníamos que fijar la hora de publicación de la acción, definir el mensaje de fin de la campaña y notificar a los ganadores desde la herramienta. ¡Muy, muy sencillo!"

Valérie Deflandre - Digital Media Coordinator
@ Dr. Oetker

se recopilarn
6 830
nuevos perfiles





Sigue la estela de **Volvic** y ofrece a tus consumidores un momento de diversión

Volvic es una marca francesa de agua mineral que se vende en todo el mundo y forma parte del Grupo Danone



Lealtad del consumidor



Percepción de la marca



Conocimiento del consumidor

¿QUÉ HICIERON EN VOLVIC?

Se asociaron con las estaciones de servicio Total, crearon un **test de personalidad** con las aguas minerales de sabores de Volvic y lo publicaron en la página web de Total. Los participantes podían ganar un viaje de un fin de semana y descubrir qué sabor de Volvic Juicy encaja mejor con su personalidad.



se recopilaron
12 400
nuevos perfiles



Tasa de
opt-in del
30%



FÉLICITATIONS, TU ES VOLVIC JUICY FRUITS EXOTIQUES !

Amateur(rice) de sensations fortes, tu ne recules devant rien. Escalade, accrobranche, tyrolienne, tu es un(e) vrai casse-cou qui a continuellement soif de nouvelles aventures !

Lors de tes activités, désaltère-toi avec Volvic Juicy fruits exotiques : une boisson à l'eau minérale naturelle, au jus de fruits à base de concentré (4% d'ananas et 2% de mangue) et aux arômes naturels.



📱 DÉCOUVREZ VOLVIC JUICY FRUITS EXOTIQUES DANS NOS STATIONS ! *

f Je partage ce bon plan !

🐦 Je partage ce bon plan !

Para poder participar en el sorteo, los usuarios debían responder antes a una serie de preguntas acerca de las vacaciones de sus sueños: ¿montaña, playa o campo? ¿Por qué motivo pararías en una estación de servicio: para comprar café, productos locales o para descansar? **Se trata de un excelente ejemplo de cómo conocer las expectativas de los clientes y poder ofrecer así los servicios apropiados.**

En segundo lugar, tenían que cumplimentar un formulario en el que se proponía **un opt-in al newsletter de Volvic**. A continuación aparecía un mensaje en el que se les informaba de su registro para el sorteo, junto con la bebida que encajaba con su perfil. En la pantalla aparecía también un *call-to-action* para permitir a los usuarios compartir sus resultados en Facebook o Twitter y otro para descubrir en qué estación(es) pueden encontrar los productos Volvic Juicy.



Educa a tus consumidores como hicieron en **Millesima**

Millesima es una distribuidora de vinos de calidad con sede en Burdeos. Proponen selecciones de vinos de todo el mundo



Percepción de la marca



Personalizar la experiencia del consumidor



Educar a los consumidores acerca de los productos

¿QUÉ HICIERON EN MILLESIMA?

En Millesima crearon una **guía de vinos para las comidas de Navidad**. Los usuarios de Internet tenían que indicar el tipo de comida sobre el que querían asesoramiento (aperitivos, entrantes, principales, postres) y la guía mostraba automáticamente el vino más apropiado en función de sus respuestas. Se trata de una forma excelente de exponer los productos junto con contenido útil.



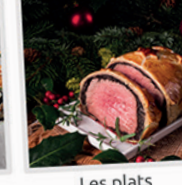
Pour commencer, quel type de met souhaitez-vous découvrir ?



Les apéritifs



Les entrées



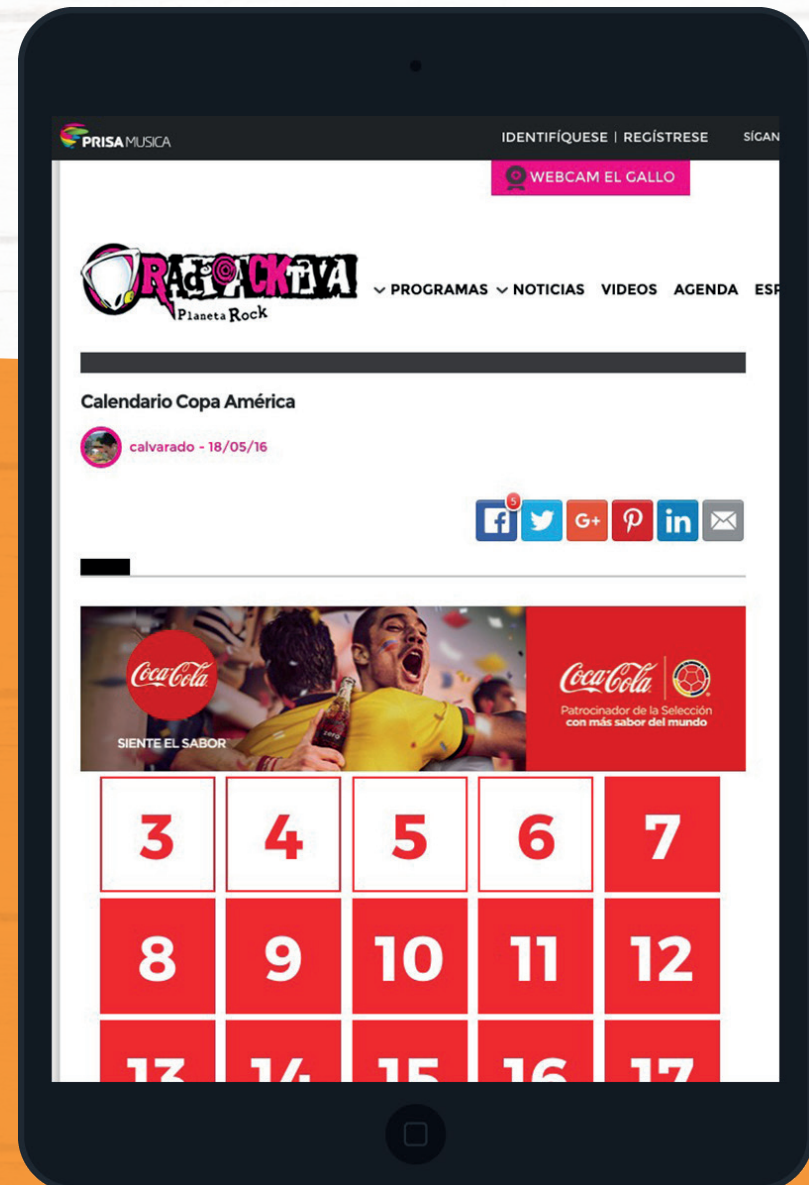
Les plats



Les desserts



Más ejemplos de nuestros clientes...





JUSQU'AU 17 JUIN,

QUIZ PRINCE ! POUR LES HÉROS LES PLUS GOURMANDS.

RÉPONDEZ CORRECTEMENT À TOUTES LES QUESTIONS DU
QUIZ ET TENTEZ DE GAGNER L'UN DES LOTS MIS EN JEU :

3 packs de méga gourmand

1 sac à dos + 1 montre Prince
+ 8 paquets de biscuits Prince



50 packs de gourmand confirmé

1 sac à dos + 5 paquets
de biscuits Prince



100 packs d'apprenti gourmand

1 jeu de 4 porte-clés + 5 paquets
de biscuits Prince

LET'S MEAT

BBQ - TIP VAN DE WEEK

DE TANG OP HET VARKEN

Treat your meat, gebruik een barbecuetang.
Bovendien bespaar je er heel wat handelingen
mee en heb je zo een hand vrij, voor
die frisse Jupiler.

WIN EEN JUPILER BBQ-PAKKET

Barbecueën doe je niet alleen. Neem deel aan onze wedstrijd en
win een Jupiler BBQ-pakket* voor jezelf én je vrienden.

#LetsMeat

☒ Ja, ik heb kennis genomen van het reglement.

Neem deel !

MANNEN WETEN WAAROM
Bier met liefde gebrouwen, drink je met verstand

budgetslager

Pour le gagnant ?

Accrochez-vous. Direction la grosse pomme !
Préparez-vous à vivre un INCROYABLE voyage à New-York City avant la fin de l'année,
accompagné de votre voisin, votre collègue ou votre moitié ;)



RDV dans vos magasins préférés près de chez vous,
du 1^{er} juillet au 31 août.

FOU ! Prenez une photo de vous en poirier
avec nos recettes cet été
et tentez de **REMPORTER**
un voyage INÉDIT pour New-York.



☒ Je déclare solennellement sur la tête du bananier que : 1/ J'ai soufflé mes 10 bougies. 2/ J'ai lu 3 fois à l'endroit et à l'envers en faisant le poirier, le règlement très TRÈS officiel.

Postez votre photo

Votez pour votre photo préférée

3,2,1

Nestlé
Nesquik

STUDIOS



[Règlement](#)

Pourquoi la vitamine D, présente dans Nesquik, est-elle importante ?

- ☐ Pour favoriser la concentration
- ☐ Pour l'absorption du calcium du lait ainsi qu'au maintien d'une ossature solide
- ☐ Pour donner un teint halé

[QUESTION SUIVANTE](#)

Nestlé
Nesquik

Avec un bon départ, tout est possible !

Conformément à la loi sur la protection des données à caractère personnel, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition concernant vos données. Si vous souhaitez faire usage de ce droit, veuillez nous contacter.



GRAND JEU TOP CHEF 

À GAGNER **PIERRE AUGÉ** & **10 INVITATIONS POUR 2**
S'INVITE CHEZ VOUS ET **DANS UN DES RESTAURANTS**
CUISINE POUR 10 PERSONNES **DES TOP CHEF**

[VOIR LE RÈGLEMENT](#)

POUR JOUER, JE SAISIS :

LE CODE BARRES 

PACK 6 X 1 LITRE PERRIER FINES BULLES
SAISISSEZ SANS ESPACE LE CODE BARRES CI-DESSOUS

CODE:

[JE VALIDE](#)





**Ga dankzij HLN als eerste
jouw Burger King uitproberen!**

Doe mee met onze wedstrijd en maak kans op een duoticket voor
de avant-première in Kuurne op 22/04 tussen 18u30 en 20u.



[KLIK HIER!](#)

[Prijzen](#) [Reglement](#)



¿Qué es Qualifio?

Qualifio es el SaaS líder en Europa en marketing interactivo y recopilación de datos. Le permite crear y publicar fácilmente contenidos interactivos (cuestionarios, tests de personalidad, encuestas y más de 50 formatos innovadores) en todos sus canales digitales con el fin de captar audiencias, recopilar datos y aumentar los ingresos.

¿Cómo funciona?



CREAR

Elige tu campaña interactiva entre más de 50 formatos, totalmente personalizables y sin desarrollo extra



PUBLICAR

Fácil de publicar en tu página web, aplicaciones móviles y redes sociales



OBTENER RESULTADOS

Se pueden visualizar y extraer los datos y resultados de campañas a tiempo real



SEGMENTAR Y MONETIZAR

Puedes integrar la plataforma a tus herramientas de marketing y datos (CRM, DMP, SSO, Analytics, etc.)

www.qualifio.com

¿Convencido?

Solicita una demo con ejemplos de clientes a tiempo real

SOLICITA UNA DEMO

¿Deseas recibir más contenido como este? [Suscríbete a nuestra newsletter](#) – recibirás en tu bandeja de entrada consejos de expertos, casos de éxito, recomendaciones sobre el RGPD, vídeos, seminarios web gratuitos y otros contenidos premium.



www.qualifio.com

