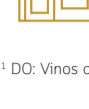


DIGITALIZACIÓN APLICADA AL SECTOR VITIVINICOLA APOSTANDO POR LA VENTA ONLINE Y LAS REDES SOCIALES

BODEGA VALDESNEROS

DE CAMINO AL ÉXITO GRACIAS A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE BODEGA VALDESNEROS

BODEGAS VALDESNEROS



Microempresa - sector industria agroalimentaria
cultivo, elaboración y producción de vino (DO¹ ARLANZA), para su posterior distribución y comercialización.



Localización: Av. La Paz, 4 Torquemada, Palencia



Análisis situación: Índice de intensidad digital bajo

¹ DO: Vinos con Denominación de Origen

ÍNDICE DE INTENSIDAD DIGITAL* // BAJO

Más del 50% de los empleados utilizan computadoras con acceso a Internet para fines comerciales	✓	Tener CRM ⁴	✗
Paquete de software ERP ² para compartir información entre diferentes áreas funcionales	✗	Comprar servicio de Cloud Computing sofisticados o intermedios (2021)	✗
La velocidad de descarga máxima contratada de la conexión a internet fija más rápida es de al menos 30 Mb/s	✓	Cualquier uso de Inteligencia Artificial	✗
Ventas web más del 1% de la facturación total y las ventas web B2C más del 10% de las ventas web	✓	Compra de servicios de Cloud Computing básicos utilizados a través de internet	✗
Cualquier uso de la tecnología de IoT ³	✗	Ventas de comercio electrónico de al menos 1% de facturación	✓
Cualquier uso de red social	✓	Uso de dos o más redes sociales	✓

* Índice Intensidad Digital: Resumen del modelo de evaluación de Índice de Intensidad digital validado por ICE de la Junta de Castilla y León.

² ERP: Sistema de software para la planificación de recursos empresariales de un negocio.

³ Tecnologías IoT: internet de las cosas, se refiere a la red colectiva de dispositivos conectados y a la tecnología que facilita la comunicación entre los dispositivos y la nube.

⁴ CRM: Sistema de software para la gestión de las relaciones con los clientes.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

ÍNDICE INTENSIDAD DIGITAL BAJO

NECESIDADES DETECTADAS

01// INFRAESTRUCTURA DIGITAL

- ▶ Utiliza robots industriales para elaboración y producción de producto
- ▶ Cuenta con diferentes soluciones tecnológicas para gestión de logística y almacenamiento
- ▶ Presencia en internet:
 - ▶ Si página web con ecommerce:
 - Si catálogo de productos
 - No área de clientes/proveedores
 - No realiza análisis de datos visitas o tráfico web, ni herramienta para fidelización de clientes.
 - Si cuenta con pasarela de pago (TPV)
 - Sin desarrollo de SEO ni palabras clave
 - Si diferentes vías de contacto:
 - Formulario web
 - Email
 - Teléfono
 - WhatsApp
 - ▶ Redes Sociales:
 - Escasa actividad y sin estrategia previa de actuación.

02// SISTEMAS GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

- ▶ Dispone de software de gestión para gestionar la información de la empresa:
 - ▶ Recopilar información generada de clientes y proveedores // No usan estos datos para mejorar la experiencia del cliente o tomar decisiones
 - ▶ Herramientas ofimáticas (Excel, Word, BBDD...)
 - ▶ Gestión de inventario de forma manual.
- ▶ Gestión y almacenamiento de datos sin estrategia previa:
 - ▶ No utiliza sistemas en la nube para compartir y almacenar información
 - ▶ Si dispone de algún sistema de fidelización de clientes.
- ▶ No software para análisis de datos o sistema Business Intelligence (BI)
- ▶ No sistema informático para gestionar cualquier proceso de venta de productos
- ▶ Software de gestión de contabilidad y sistema de gestión de Recursos Humanos (soporte externalizado).

03// SEGURIDAD DIGITAL

- ▶ Si herramientas básicas de seguridad (propios del Sistema Operativo)
- ▶ Si realiza copias de seguridad periódicas de datos más relevantes

04// TALENTO DIGITAL

- ▶ No estrategia predefinida para desarrollo talento y capacitación digital de personal.
- ▶ No cuenta con plan de formación para desarrollo de competencias digitales.

ACCIONES

01 // OPTIMIZACIÓN SEO

- ▶ Informe de análisis y situación de la página web con ecommerce de Bodegas Valdesneros (análisis palabras clave, SEO On Page, descripciones meta, mejora estructura web, indexación y jerarquización de contenido) para:
 - Mejorar el posicionamiento online y resultados de búsqueda de la marca en Google
 - Impulsar tráfico online & visitas al sitio web
 - Impulsar número ventas de productos
 - Incrementar tasa de conversión en el sitio web

- ▶ Optimización en la descripción, categorización e imágenes de productos para impulso del canal de venta online.

02 // MARKETING EN REDES SOCIALES

ESTRATEGIA DE MARKETING EN REDES SOCIALES

- ▶ Mejora catálogo y descripción productos para:
 - Mejorar calidad de imágenes de productos y actualización de contenido para redes sociales y web/ecommerce
 - Impulsar branding de Bodega Valdesneros y venta online

- ▶ Reactivación canales sociales ya creados: Instagram & Facebook

- ▶ Contratación de agencia especializada para:
 - 01. Publicaciones diarias, atractivas y dirigidas a público objetivo (incluyendo calendarización de contenido a publicar).
 - 02. Promoción de productos y de contenido a través de campañas de publicidad online en redes sociales.
 - 03. Realización de campañas y acciones promocionales para despertar interés de los usuarios e impulsar visibilidad de la marca en redes sociales.
 - 04. Utilización herramientas propias (Reels Instagram) para impulsar el canal y realizar publicaciones de mayor calidad.
 - 05. Utilización bono Kit Digital para poder materializar y llevar a cabo estas acciones.

- ▶ Optimización de mercados con Marketplace de venta:

- Búsqueda de mercados potenciales y asesoramiento para impulsar ventas y visibilidad de la marca.

RESULTADOS

RESULTADOS ACCIÓN 01 //

- ▶ Actualmente han experimentado un incremento del tráfico web de un 10%
- ▶ Mejora del 10% en el posicionamiento orgánico de la web actualizada con ecommerce.
- ▶ Se espera un incremento de ventas online entorno al 15%
- ▶ Revisión periódica de métricas y resultados (informes y estadísticas para la toma de decisiones estratégicas)

RESULTADOS ACCIÓN 02 //

- ▶ Mejora credibilidad y confianza usuarios en la red
- ▶ Impulso canales sociales
 - Aumentos seguidores en 60%
 - Aumento interacciones en 50%
- ▶ Actualmente han experimentado un incremento de visitas a la web de un 25% procedente de sus redes sociales
- ▶ Nuevas oportunidades de negocio con potenciales clientes.
- ▶ Aparición y mención en diferentes medios de comunicación gracias a las campañas de publicidad online realizadas (La Vanguardia, El País, etc.)

RETOS TÉCNICOS Y ADAPTATIVOS

Reto técnico en proceso

- ✓ Impulso del canal de venta online conectado con la página web

- Implantación reciente y en proceso de maduración.
- Realizando otras acciones complementarias para conseguir superar este reto con éxito (campañas de publicidad online, participación en Ferias, eventos, etc.)

Reto técnico superado con éxito

- ✓ Contratación agencia experta para impulsar redes sociales de Bodegas Valdesneros.

Reto adaptativo superado con éxito

- ✓ Al tratarse de una empresa individual sin asalariados (contrataciones temporales durante vendimia, temporada de cosecha, etc.), la inversión de tiempo para formación e implantación de acciones en digitalización están requiriendo gran inversión en:

- Tiempo invertido (horas extra)
- Esfuerzo dedicado
- Motivación para digitalizarse

FACTORES CLAVE DEL ÉXITO

Liderazgo

Iniciativa y liderazgo del propietario de Bodegas Valdesneros a la hora de tomar decisiones estratégicas ha sido clave para impulsar la marca a través de las redes sociales.

Estrategia

El tiempo invertido para poder planificar e implantar una buena estrategia de branding & redes sociales conjunta.

Subvenciones

Subvenciones que apoyan el desarrollo y mejora digital de comercios minoristas // El Kit Digital⁵ y el programa CODIPA⁶ de promoción y apoyo a la digitalización lo han hecho posible

⁵ Kit Digital: Iniciativa del Gobierno de España para subvencionar la implantación de soluciones digitales disponibles en el mercado y conseguir un mayor avance en el nivel de madurez digital de una PYME.

⁶ Programa CODIPA: Programa de promoción y apoyo a la digitalización, de empresas de la provincia de Palencia, desarrollado por el ICE de la Junta de Castilla y León, en colaboración con la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Palencia.



TESTIMONIO

RUBÉN MONTERO MERINO
GERENTE Y PROPIETARIO DE BODEGA VALDESNEROS

"El trabajo en comunicación y redes sociales está siendo clave para impulsar la Bodega Valdesneros y conseguir que nuestra marca crezca para llegar a más clientes. Gracias a las campañas de publicidad que hemos realizado, numerosos medios se han hecho eco de nuestro trabajo para mostrar la calidad de nuestros vinos. Para mí las redes son un escaparate virtual fundamental que podemos usar de muchas formas"

"La venta online sigue siendo un reto para nosotros, pero estamos trabajando duro para ver resultados. Las acciones en digitalización ya no son algo opcional para no quedarte atrás y continuar creando nuevas oportunidades de negocio"

BODEGA VALDESNEROS

630 879 691

bodegasvaldesneros.com

info@bodegasvaldesneros.com

bodegasvaldesneros.com/contacto

Cámara

AUTORÍA DEL CASO DE ÉXITO CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y SERVICIOS DE PALENCIA
ACTIVIDAD FINANCIADA POR LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN A TRAVÉS DEL INSTITUTO PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DE CASTILLA Y LEÓN

ICE
Junta de Castilla y León