

# Reunión de **COMISIÓN DIRECTIVA**

15 DE OCTUBRE 2024 | MENDOZA

[LINK GRABACIÓN](#)



# Reunión de **COMISIÓN DIRECTIVA**

## **ORDEN DEL DÍA**

Fecha: Martes 15 octubre 2024  
Hora: 16.30hs  
Lugar: Modalidad virtual vía Zoom.



- 1) Lectura y aprobación del Acta de la reunión anterior.
- 2) Avances Comisión de Comunicación.
- 3) Plan de transición Marketing Digital.



1

# Lectura y aprobación del Acta de la reunión anterior

Disponible en Back Office WofA



2

# COMUNICACIÓN

Avances del  
Comité de Comunicación

Agosto

## BRIEF

Entender la necesidad de la categoría + plasmar los objetivos del proyecto.

Preparación del brief para agencias.

Septiembre

## SCOUTING

Contacto y reuniones con agencias.

Presentación del *pitch de agencias* para la comisión directiva.

Octubre

## SELECCIÓN

Votación abierta a la Comisión Directiva + propuestas adjuntas.

Reunión de Comité para la definición de la agencia a contratar.

# COMITÉ DE COMUNICACIÓN

## TIMELINE



Ago

Reunir  
propuestas.  
Conseguir  
presupuesto.

Sept/Oct

Definición  
de agencia y  
comienzo de  
fase 1  
diagnóstico.

Nov

**INMERSIÓN  
y DIAGNÓS-  
TICO.**

Dic

Elaboración  
de la  
propuesta.

Ene/Feb

Etapa creativa  
de acuerdo a  
propuesta.

Mar/Abr

Presentación  
de resultados.  
Estrategia  
comunicación  
2025-2030.

## FASE 1 **INMERSIÓN**

Objetivo: obtener inputs para el proceso de diagnóstico.

Análisis de la información cualitativa y cuantitativa de la industria vitivinícola argentina, mercados globales del vino y competencia.

Tiempo: de 10 a 14 días.

## FASE 2 **DIAGNÓSTICO**

Objetivo: entender cuál es la percepción de la marca Vino Argentino.

Análisis exhaustivo y profundo de cómo la marca es percibida y valorada por su público objetivo, así como de análisis de tendencias e intereses.

Tiempo: 15 días



3

# ESTRATEGIA

Plan de transición



DMKT. **PLAN DE TRANSICIÓN**

# Objetivo

Transición en las temáticas.  
Curaduría y análisis de la  
pertinencia de los contenidos.  
Sinergia e integración de canales.

# Contenidos

Media Sips (Meet the Wineries y Wineries for Change).

Promoción de artículos del blog.

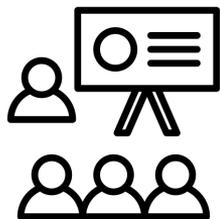
Contenido exclusivo para canales.

Programas transversales.

Eventos en mercados.

Comunicación institucional.





## DMKT. PLAN DE TRANSICIÓN

### NEWSLETTERS (WIP)

Rediseño y eficiencia  
en la comunicación



[Visitanos](#)

[Sobre nosotros](#)

[Contactanos](#)

12 - 09 - 2024

**WofA** sigue haciendo  
Zoom en USA

[Ver más](#)



## Próximos eventos

Canadá

nov

WOFA CANADA:  
SEMINAR & TASTING  
WITH CONSULATE OF  
ARGENTINA IN  
TORONTO NOVEMBER

04

[Ver más](#)

## Exclusivo Bodegas Socias

WOFA: PRESENTACIÓN ACTUALIZACIÓN DE MERCADOS: USA &  
BRASIL

10-09-2024

WOFA: THE DRINKS BUSINESS GREEN AWARDS 2024 - CLOSE  
DEADLINE!

09-09-2024

audiencia TRADE & KOL's



Con Meet the Wineries  
hacemos foco en la diversidad,  
la innovación y el prestigio  
como pilares  
comunicacionales.



Por otro lado, con Wineries for  
Change ponemos en valor el  
trabajo por la sostenibilidad  
que realiza cada bodega.

DMKT. PLAN DE TRANSICIÓN

**MEDIA SIPS**

Wineries for Change  
Meet the Wineries

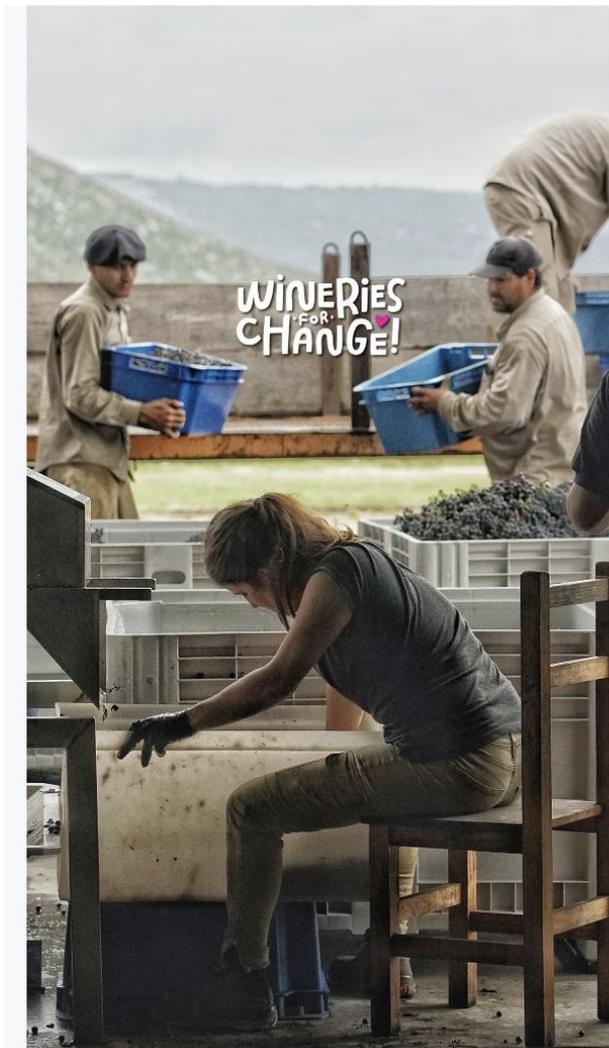


[LINK AL VIDEO](#)

DMKT. PLAN DE TRANSICIÓN

**MEDIA SIPS**

Wineries for Change  
Meet the Wineries



**4.65%**

Engagement rate

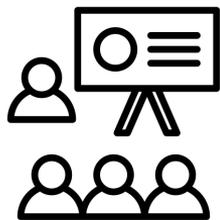


**24,930**

Reach

♥ Number of Likes every 30 minutes

Likes in the first 24 hours: 600 / **+852.38%** compared to previous post



DMKT. PLAN DE TRANSICIÓN

COM. INSTITUCIONAL

Sustenta Vitis y más

 **Wines of Argentina** 8.972 seguidores  
1 día · 🌐

📌 "En **#Argentina**, uno de los principales productores de vino de la región, se vio un aumento en el número de las bodegas ... más



**Las claves detrás del movimiento vitivinícola sustentable en Argentina**  
forbesargentina.com

 22 · 4 veces compartido

 **Recomendar**  **Comentar**  **Compartir**  **Enviar**

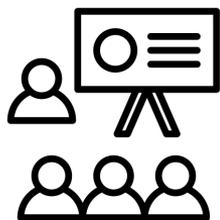
 **Wines of Argentina** 8.972 seguidores  
1 semana · 🌐

★ **#Otronia** ha sido nominada como "Mejor Bodega del Nuevo Mundo" por la prestigiosa revista **Wine Enthusiast** que entrega los ... más



 164 · 5 comentarios · 22 veces compartido

 **Recomendar**  **Comentar**  **Compartir**  **Enviar**



DMKT. PLAN DE TRANSICIÓN  
COM. INSTITUCIONAL  
Sustenta Vitis y más

Datos destacados

Datos de: 27/6/2024 - 24/9/2024

1.608

Reacciones

▲7,2 %

 **Wines of Argentina** 8.972 seguidores  
1 semana · Editado · 

💡 ¿Querés implementar la **#EficienciaEnergética** en tu bodega? Con nuestro Programa de Apoyo para la Eficiencia Energética vas a poder ... más



   40 · 1 comentario · 5 veces compartido

     
Recomendar Comentar Compartir Enviar

 **Wines of Argentina** 8.972 seguidores  
1 semana · 

  El **#VinoArgentino** sigue haciendo zoom en USA  ... más



   70 · 3 comentarios · 2 veces compartido

     
Recomendar Comentar Compartir Enviar

audiencia CONSUMIDORES



DMKT. PLAN DE TRANSICIÓN  
**CONTENIDO EXCLUSIVO**  
y dedicado para redes sociales

[LINK AL VIDEO](#)





DMKT. PLAN DE TRANSICIÓN

**CONTENIDO EXCLUSIVO**

y dedicado para redes sociales

[LINK AL VIDEO](#)



DMKT. PLAN DE TRANSICIÓN  
**PROGRAMAS TRANSVERSALES**  
contenido adaptado

[LINK AL VIDEO](#)

**WOFA**  
**ZOOM IN**  
ARGENTINA  
USA EDITION  
2024



DMKT. PLAN DE TRANSICIÓN  
**PROGRAMAS TRANSVERSALES**  
contenido adaptado

[LINK AL VIDEO](#)

**WOFA**  
**ZOOM IN**  
ARGENTINA  
USA EDITION  
2024



audiencia CONSUMIDORES

NUEVA  
PROPUESTA



[LINK AL VIDEO](#)

# Concepto

La belleza de Argentina nos apasiona,  
nos llena de orgullo y asombro.

La argentinidad es contagiosa,  
Argentina es irresistible.

El Vino Argentino evoca esa belleza,  
es un viaje sensorial que te conecta con nuestro país.

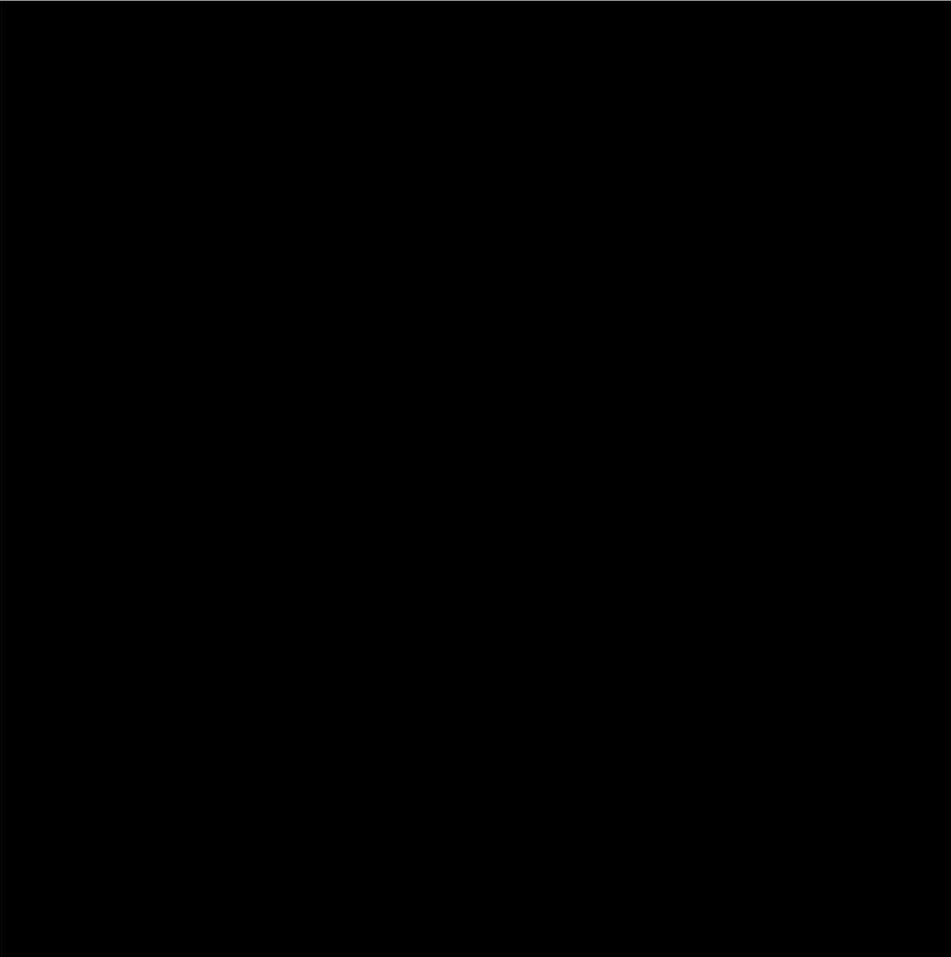
# Objetivo

Posicionar al vino argentino  
como un producto premium,  
deseable,  
*lovable,*  
*charming,*  
ligado a experiencias,  
asociado a la rica cultura y diversidad de Argentina,  
generando un vínculo emocional con la marca  
y aumentando el interés por los vinos argentinos.

**#ArgentinaEnCadaCopa #DescubreArgentina #ViveArgentina.**

# Tópicos

Flora y fauna.  
Regiones y costumbres.  
Arquitectura.  
Paisajes.  
Arte (visual/audiovisual).  
Música.  
Literatura.  
Deportes.  
Gastronomía local,  
y más.



## Tópicos

Región Norte.

Costumbres.

Alegría.

---

[LINK AL VIDEO](#)



## **Tópicos**

Región Cuyo.

Mendoza.

Agua.

---

[LINK AL VIDEO](#)

¡GRACIAS!

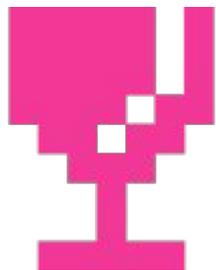


4

Varios

# WOFA INNOVA

## Demo Day - 17 octubre



### Demo Day

**17 de octubre**

Cada uno de los equipos participantes expondrá el pitch de su idea proyecto. Un jurado especialista en innovación y vitivinicultura, seleccionado por Wines of Argentina + Incubadora UNCUYO + Lodo + fondos de inversión, seleccionará la idea ganadora.



Acceso Sur Lateral Este 5279,  
Luján de Cuyo

## DESAFÍO VINO LA IDEA.



Colaborado por  
la Unión Europea

SITEVINITECH



LODO



MINISTERIO DE  
PRODUCCIÓN



# VARIOS NUEVO SOCIO ESTRATÉGICO



## CATA DE CONVERSACIONES

El Arte de Comunicarse

Taller de comunicación para el desarrollo de equipos comerciales y fuerzas de venta.

### CUÁNDO

Martes 22 de Octubre  
16hs.

### DÓNDE

**Espacio Lodo**

Acceso Sur Lateral Este 5279,  
Luján de Cuyo, Mendoza, Argentina

INVITAN:

**belog**



## TALLER DE COMUNICACIÓN PARA COMERCIALES Y FUERZAS DE VENTA

Encuentro pensado **equipos comerciales y fuerzas de venta** de bodegas.

Permitirá adquirir **herramientas de comunicación** y ejercitar **técnicas de persuasión con especial foco en la venta.**

Fundamental para aplicar a la hora de **vincularse con representantes del trade** (importadores, distribuidores, compradores de grandes cadenas).

**MARTES 22 OCT. - 16hs.**

Espacio Lodo



Próximo  
encuentro

**JUEVES 07  
NOVIEMBRE**

**HUALTA HOTEL**  
Mendoza



MUCHAS  
**GRACIAS**

