

El poder del marketing de influencers

Reforzando la conexión con agricultores profesionales e introduciendo la gama BePower en un nuevo canal de venta.

¿QUIÉNES SOMOS?

- Fundada en Legazpi (Gipuzkoa) en 1908.
- Fabricante de herramientas de mano desde hace más de 110 años.
- Herramientas profesionales para usuarios profesionales.
- 3 plantas de fabricación: Legazpi , México y Colombia
- Especialistas en el proceso de forja de acero.

HERRAMIENTAS **MANUALES** PARA CADA SECTOR

▶ PARA LA AGRICULTURA



▶ PARA LA CONSTRUCCIÓN



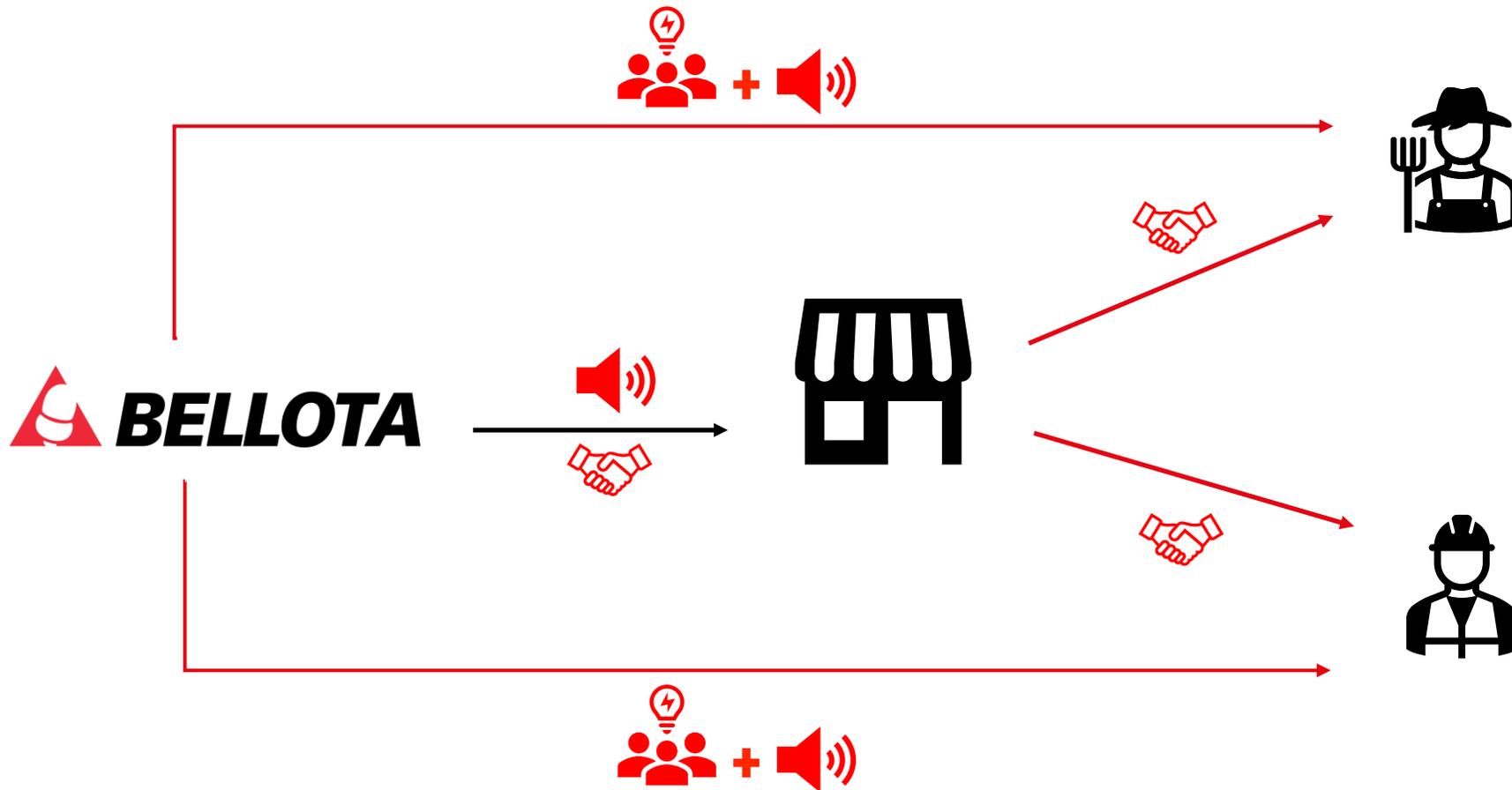
▶ PARA EL TALLER



▶ PARA TU SEGURIDAD



¿CÓMO ES NUESTRO MODELO DE NEGOCIO?





DE HERRAMIENTAS MANUALES A HERRAMIENTAS MOTORIZADAS



**EL ÉXITO QUE NOS
INSPIRO A DAR EL
PASO HACIA LA
MOTORIZACIÓN**



BELLOTA

DE HERRAMIENTAS MANUALES A HERRAMIENTAS MOTORIZADAS

▶ **PARA LA AGRICULTURA**



▶ **PARA LA AGRICULTURA**



¿A QUÉ RETOS NOS ENFRENTAMOS?

- **Líder** en herramientas **manuales**, **no reconocidos** en herramientas **motorizadas**.
- **Dominio del canal tradicional** **desconocimiento del canal especializado motorizado**.
- **Competencia especialista, líderes y asentados en el mercado**.
- **Productos mucho más complejos**, de **venta más técnica**, **pesados y volumétricos**.

OBJETIVO

DESCUBRIMIENTO Y CONSIDERACIÓN

Llegar a un público altamente especializado (**DISTRIBUIDOR Y USUARIO**) que valora tanto la funcionalidad como la durabilidad de los productos manuales de Bellota, pero que aún **no asociaba la marca Bellota con maquinaria agrícola a combustión, batería y eléctrico.**

ESTRATEGIA DE DESPLIEGE

Implementar una **estrategia de marketing de influencers**, aprovechando su capacidad de **generar confianza, conectar con audiencias específicas y amplificar el alcance** de la campaña para que nos **DESCUBRAN Y CONSIDEREN.**

5 PUNTOS CLAVE

01

RELATO DE MARCA

- *BEPOWER*

02

COLABORACIONES CON INFLUENCERS.

- *Nos aliamos con diferentes perfiles especializados en la creación de contenido y llegar a nuestra audiencia objetivo.*

03

BRAND CONTENT

- *Generemos el contenido de la campaña junto con los influencers.*

04

CAMPAÑAS EN SOCIAL ADS Y GOOGLE ADS

- *RRSS.*
- *LP.*
- *Orgánico & Paid.*

05

ACCIONES OFFLINE

- *Ferias.*
- *Punto de venta.*

01

RELATO DE MARCA.

- *Construimos un logotipo y un relato de marca.*



BEPOWER
+ BELLOTA + POWER

01

RELATO DE MARCA.

- *Construimos un logotipo y un relato de marca.*

YA NOS CONOCES,
EN BELLOTA SIEMPRE
VAMOS A MÁS.
POR ESO AMPLIAMOS
NUESTRO CATÁLOGO DE
PRODUCTOS CON LAS
BEPOWER:
HERRAMIENTAS
RESISTENTES Y
DURADERAS, CON UN
EXTRA DE POWER!
SI ERES UN
PROFESIONAL QUE
SIEMPRE VA A MÁS,
RECUERDA:
**CUANTO MÁS BELLOTA,
MÁS POWER.**



BEPower

+ BELLOTA + POWER



Bellota

La calidad, resistencia
y durabilidad de siempre



**Un extra
de Power**

Eficiencia y comodidad

Trabaja con mayor eficiencia y comodidad

Te hemos escuchado y venimos con más.
Ampliamos nuestro catálogo de herramientas con las BEPOWER:
herramientas profesionales a batería, combustión y electricidad.
¡Con la calidad que esperas de Bellota!



02

COLABORACIONES CON INFLUENCERS.

- Buscamos **generar confianza y conectar con audiencias específicas.**
- **Amplificar el alcance.**
- **Los influencers humanizan la marca.**

- Documento de “**Catálogo de Influencers**” como herramienta para:
 1. Buscar **perfiles afines al objetivo** de la campaña.
 2. **Recopilar métricas** y acciones realizadas con anterioridad.
 3. Tomar **decisiones** más **informadas.**

LOS INFLUENCERS ELEGIDOS SERÍAN CLAVE PARA EL ÉXITO DE LA CAMPAÑA

** Agricultura

PARA AGRICULTURA – Lander (El guardián de la tierra)

El guardián de la Tierra

Descripción:

Actual embajador de la marca en la categoría de agricultura. Habla sobre sus abejas, bosque de alimentos, la evolución del huerto ecológico, etc.

Comunidad:

Tiktok - Instagram 29,2 K Facebook 3.968 YouTube 411 K

(Última actualización: marzo 2024)

Tema principal:

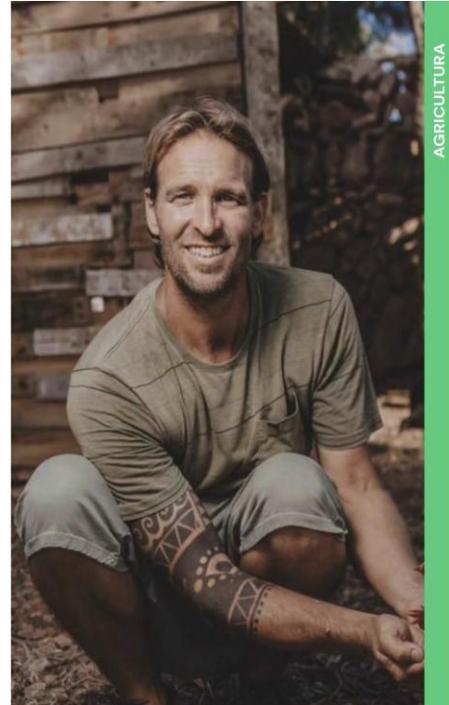
Agricultura.

Colaboraciones realizadas:

Campaña de poda 2024.

Información adicional:

as



- ✓ Embajador de marca
- ✓ Micro influencer:
Engagement

** Agricultura

Miquel Montoro

Descripción:

Gran parte de su contenido son colaboraciones con marcas. Sube publicaciones sobre su vida en el campo.

Comunidad:

Tiktok - Instagram 449 K Facebook - YouTube 320 K

(Última actualización: marzo 2024)

Tema principal:

Agricultura, campo y lifestyle.

Colaboraciones realizadas:

Campaña de poda 2024.

Información adicional:



- ✓ Macro influencer:
Alcance



COLABORACIONES CON INFLUENCERS.

- ***Pruébalos antes*** (Revisa si la audiencia del influencer coincide con tu público objetivo) y ***créate un catálogo de influencers.***
- ***Crea un vínculo con el/los Influencers*** y aprovecha para documentarlo.
- ***Trabaja con influencers que tengan conexión con tu marca.***
- ***Combina la estrategia trabajando con macro y micro Influencers.***

03

BRAND CONTENT.

- El **entendimiento** que tenemos **sobre nuestros usuarios agrícolas** profesionales fue **crucial**.
- **Enfoque** del contenido **cercano, auténtico, real y divertido**.
- **Creación de dos LPs**.
- **Creación de un visor de producto** y materiales para ayudar a la venta de estos productos.
- **Adaptar el contenido** a diferentes canales.

5 PIEZAS DE CONTENIDO VIDEO...

01



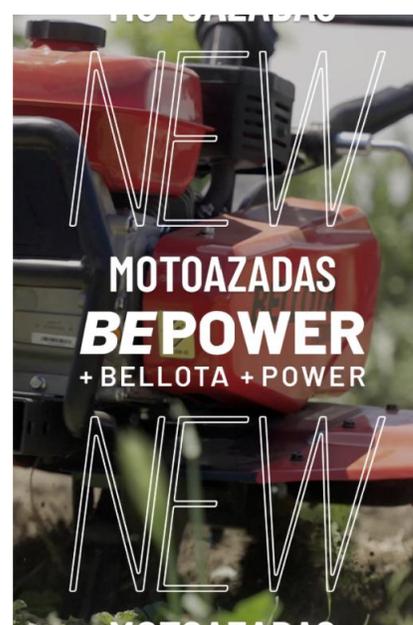
02



03



04



05









2 LP GENERADAS

01

LP MAQUINARIA



02

LP BEPOWER





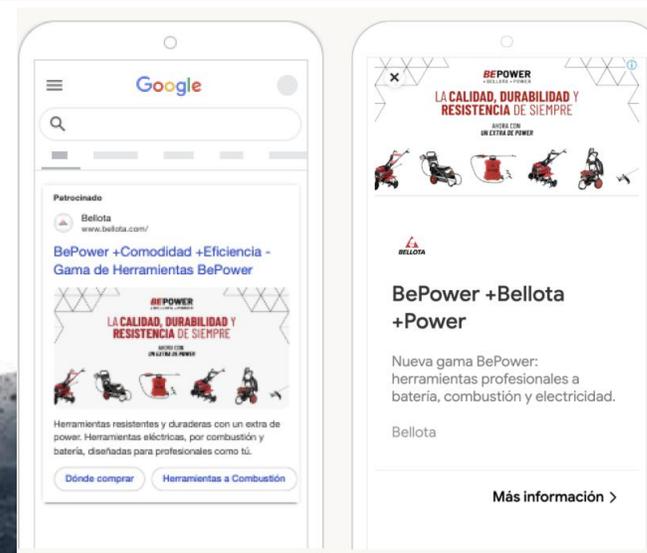
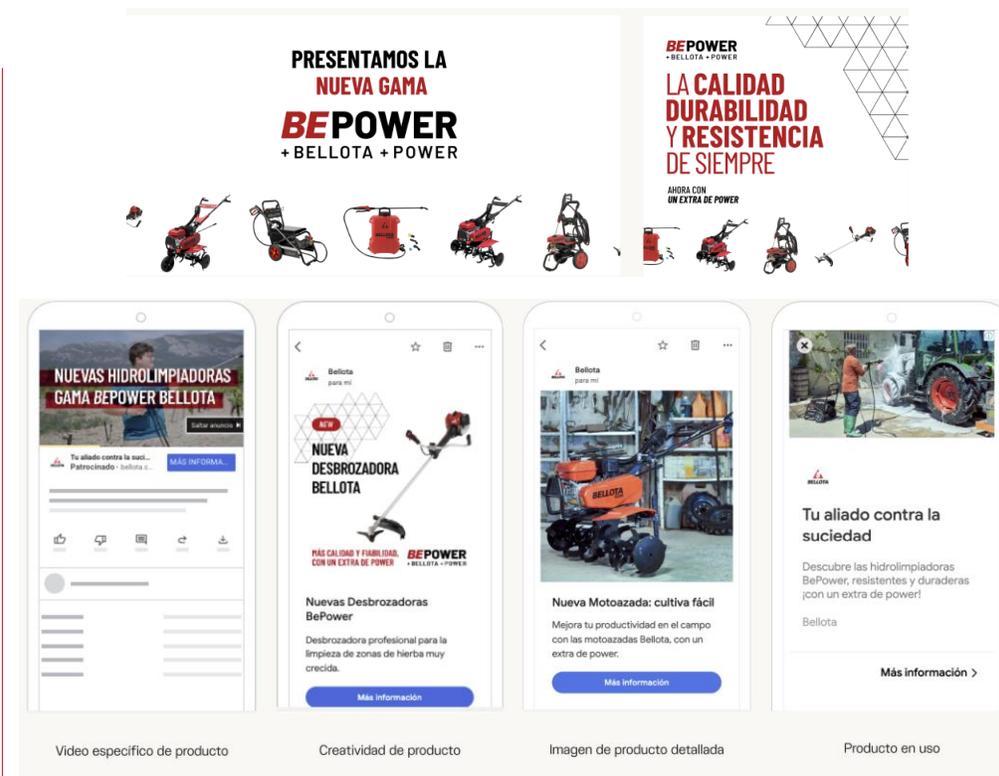
BRAND CONTENT.

- **Construir una conexión emocional:** A través de contenido relevante y auténtico.
- **Crea contenido de marca real junto a los influencers.**
- **El humor puede ser muy efectivo,** pero debes asegurarte de que encaje bien con el mensaje de tu marca, la personalidad del influencer y el tipo de público que deseas alcanzar.
- **Adapta el contenido a los diferentes canales.**
- **Anímate con visores 3Ds.**

04

CAMPAÑAS EN SOCIAL ADS Y GOOGLE ADS

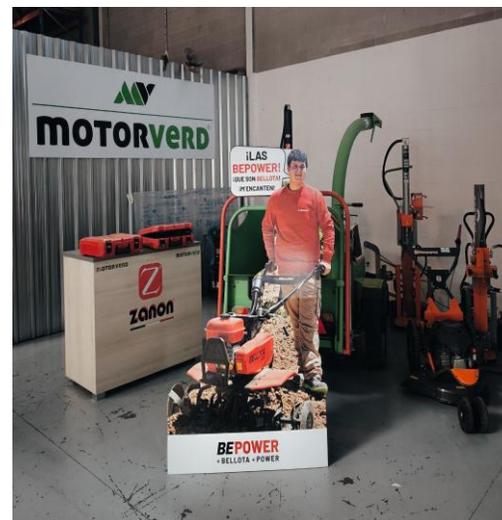
- Inversión combinada en **Google Ads, Meta Ads** nos permite maximizar el alcance, las conversiones y la fidelidad de los clientes y/o usuarios.
- **Las RRSS** como canal para llegar al agricultor profesional y al cliente.



05

ACCIONES OFFLINE

- Presencia en ferias de clientes.
- PV: Tótem Miquel Montoro.





RESULTADOS CAMPAÑA

BFPPOWER

Google Ads

Impresiones en Google Ads

+1,5 M

CTR 4,16%

**4-12-2024 al 31-01-2025*

Meta Ads

Impresiones Meta Ads, video Miquel y Lander

162K

CTR 2,57%

**9-10-2024 al 31-01-2025*

Impresiones de la campaña total

365K

CTR 2,33%

Ecosistema web

Visitas a landing page de campaña

21.579

Descargas de folletos

5.565

Tiempo en página

1:21s

Rebote 12,58%

BEPPOWER

Generamos tráfico a las webs y PV de los distribuidores

Visitan la página de
Maquinaria

18.031

Hacen click en
"Ver producto"

11.211

Hacen click en
"Dónde comprar"

3.160

Hacen click en
"Distribuidor"

602

CTR 28,18%

CTR 19,05%

*18-09-2024 al 03-02-2025

BEPPOWER

Brand Content + Contenido influencers en ORGÁNICO

Alcance en personas del contenido en redes

695k

+2.698,94%

Impresiones contenido en redes

3,11 M

Reproducciones en redes

902 K

Interacciones en redes

13 K

**18-09-2024 al 3-03-2025 **

Seguimos con la campaña

BEPPOWER

Contenido influencers + Sorteo + Tótem

Reproducciones de visita a
fábrica de Lander y Miquel

94 K

Likes visita a fábrica
de Lander y Miquel

603

Reproducciones
sorteo de Miquel

144 K

Seguidores en
intagram

3.194

211% visitas

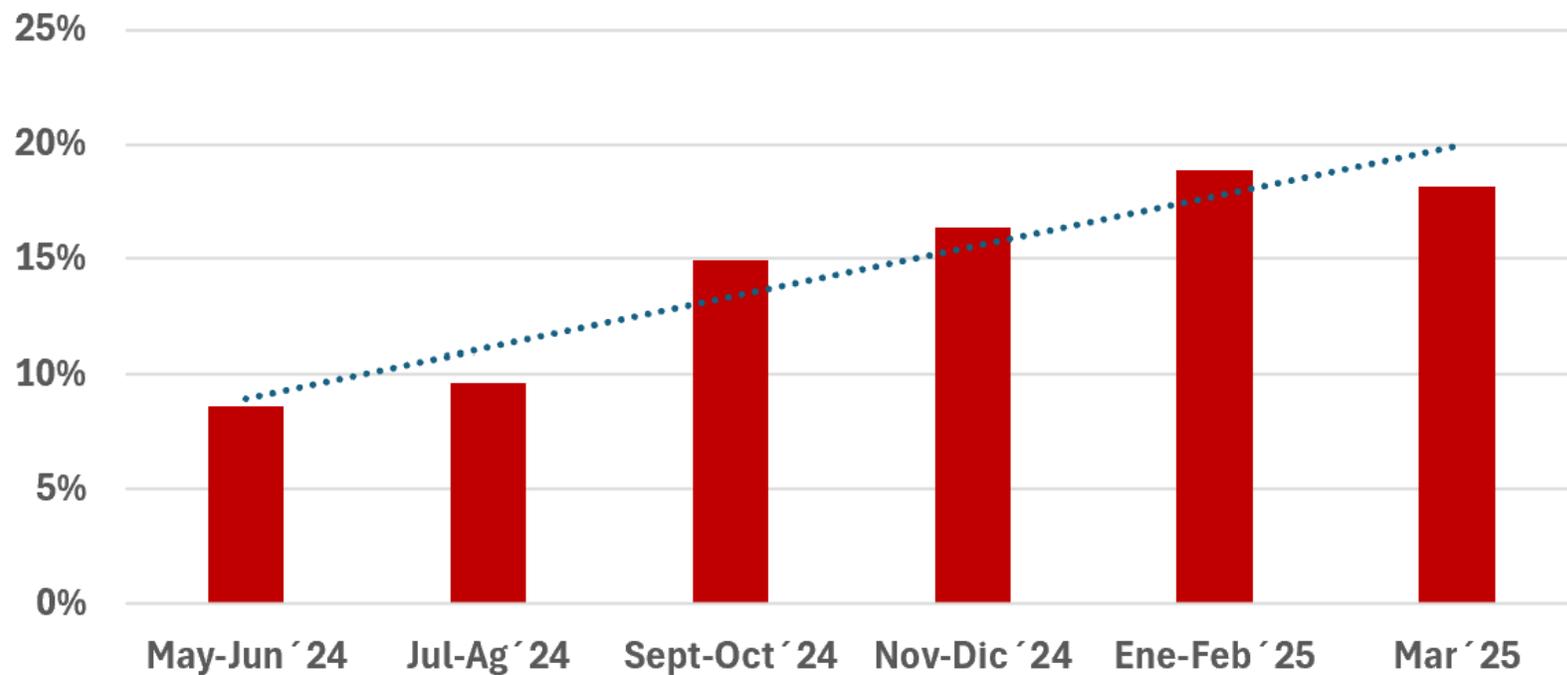
Puntos de venta que
colocaron el tótem de Miquel

+ 80

**18-09-2024 al 3-03-2025 *
Seguimos con la campaña*

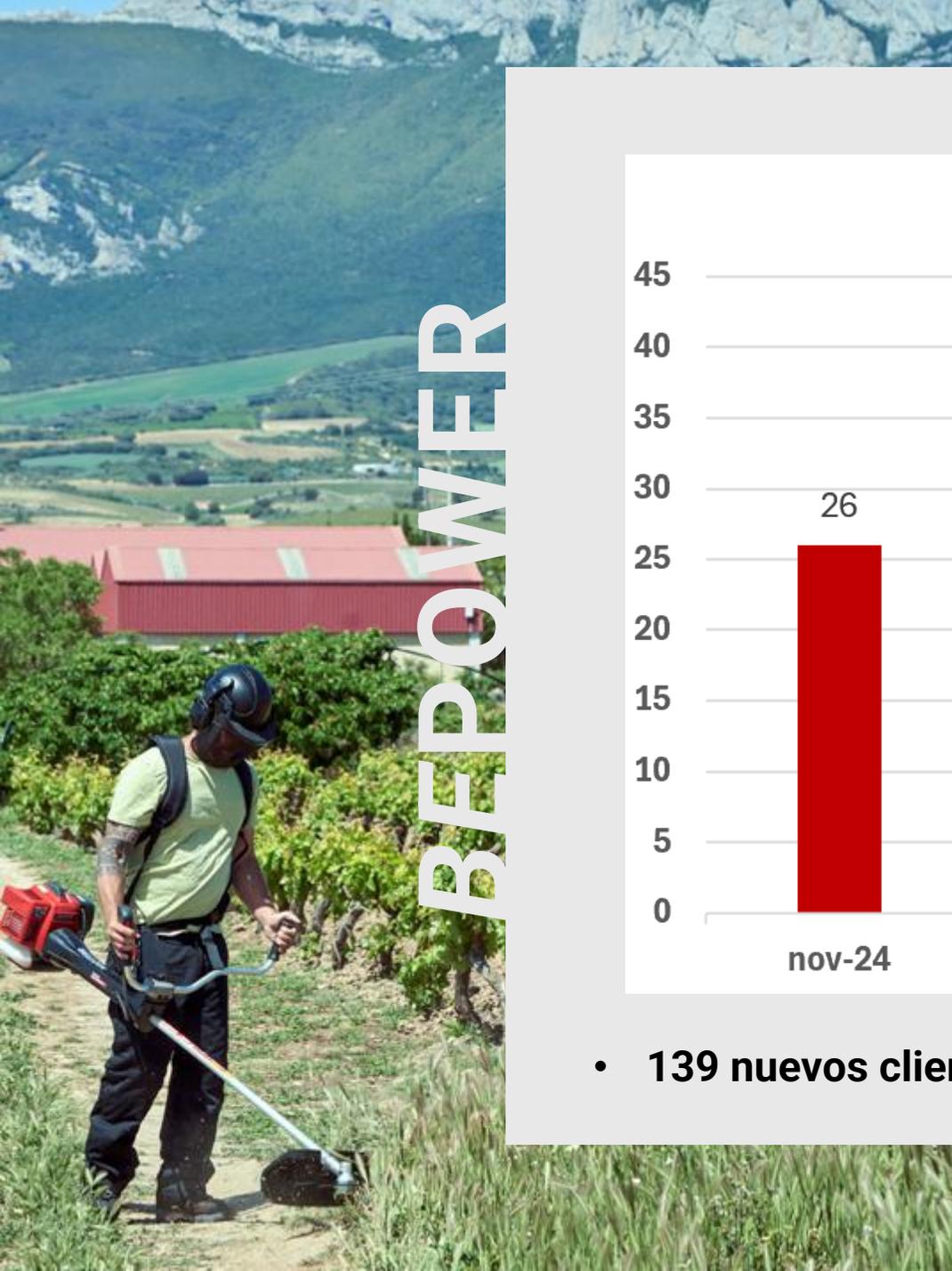
BEPPOWER

Evolución Ventas Maquinaria "Bimensual"

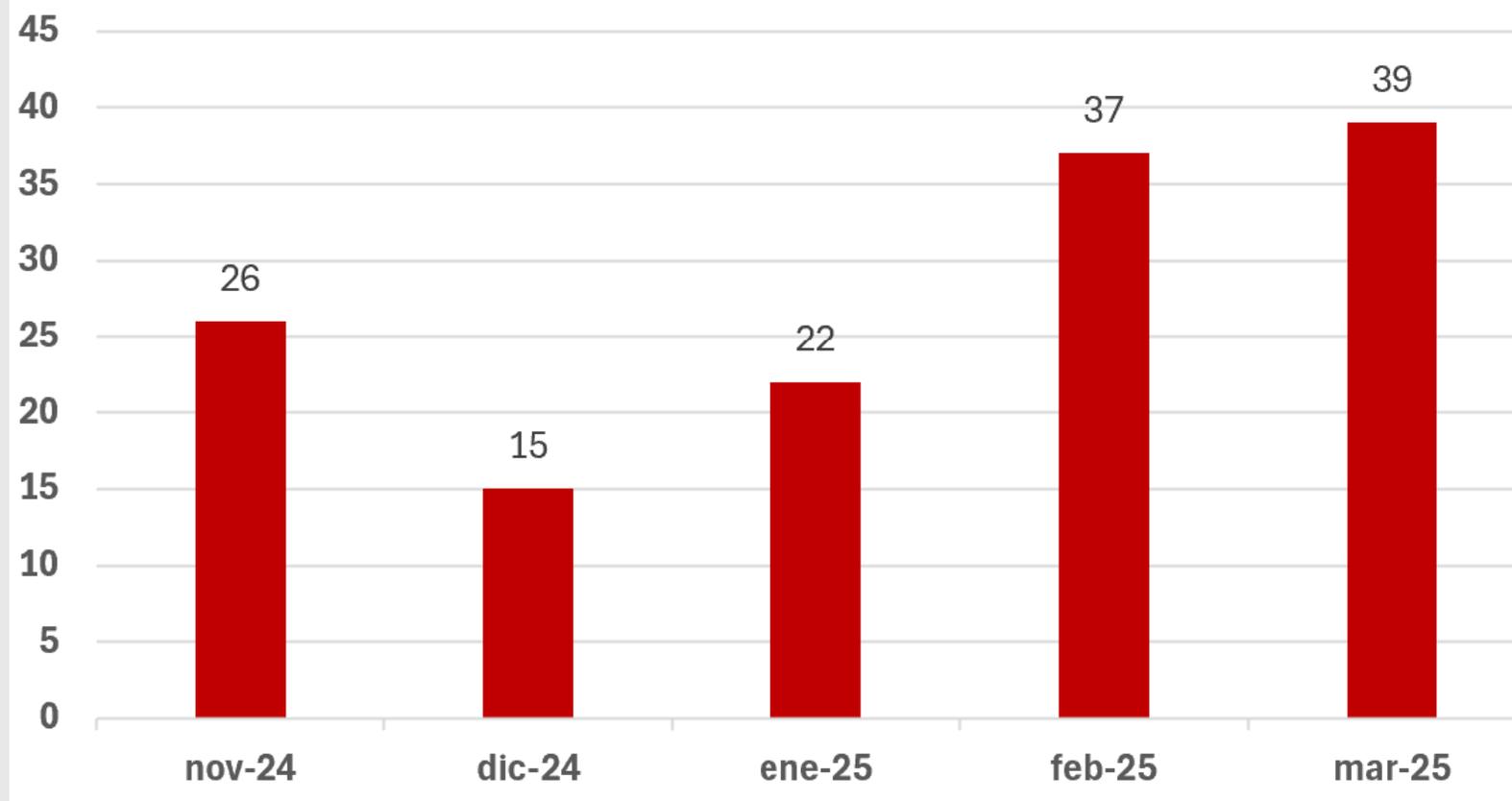


- Incremento de las ventas en periodo campaña (Octubre –Marzo)

BEPPOWER

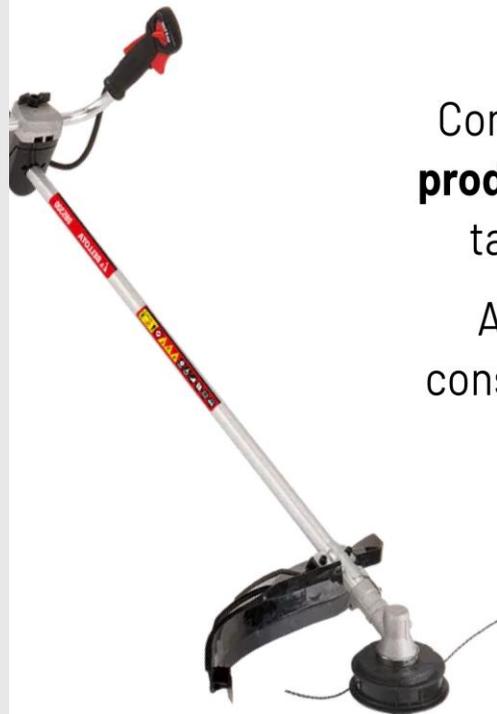


Nº Clientes nuevos



- 139 nuevos clientes.

BEPOWER



Comenzamos a tener **búsquedas orgánicas de productos de maquinaria** de la gama BePower. Y también búsquedas orgánicas de BePower.

Además, la campaña **sigue activa** y hemos conseguido mejores resultados con el sorteo de Lander.



CONCLUSIONES

- La **campaña de influencer marketing** para la nueva maquinaria de Bellota ha tenido un **gran éxito**, alcanzando alta visibilidad e interacción en un **mercado B2B especializado**.
- A pesar del **reto de llegar a un público nicho**, la participación de los influencers Miquel Montoro y Lander generó contenido auténtico y orgánico, superando las expectativas.
- La **campaña posicionó eficazmente la gama Bepower, aumentando la notoriedad y el engagement, y cumpliendo los objetivos de marca.**
- **Innovación en el sector:** El uso de influencers de esta manera es una novedad en nuestro sector, aportando un enfoque único y diferente.
- **Estrategia coherente:** Es una estrategia bien organizada, donde cada acción tiene un propósito y refuerza el objetivo general.
- **Transferibilidad de aprendizajes:** Los aprendizajes y las aplicaciones obtenidas (**TIPS**) son fácilmente transferibles a otros sectores.

Eskerrik asko

 **BELLOTA**

