

# ENERO

## **Objetivo del Mes**

### **Mes de Visibilidad, Nuevos Comienzos y Base de Marketing**

Enero es el momento ideal para **ganar visibilidad, organizar el marketing del año y atraer nuevos clientes.**

Después de las fiestas muchos negocios reducen su actividad de marketing, lo que significa **menos competencia por la atención del público.**

Aprovecha este momento para:

- aumentar la visibilidad de tu negocio
- captar nuevos clientes
- crear una base de clientes recurrentes
- preparar canales de marketing para todo el año

No necesitas grandes campañas. Las **pequeñas acciones constantes** generan los mejores resultados.



# 1. Visibilidad y Presencia Online

## a) Perfil de Empresa en Google

Darse de alta en el **Perfil de Empresa en Google** es la acción de este tipo que primero deberías hacer porque es el puente directo entre la búsqueda de un usuario ("cafetería cerca de mí") y tu puerta física. Es el activo que genera mayor **confianza inmediata** y visibilidad gratuita en el buscador más usado del mundo.

Si ya estás dado de alta aprovecha para actualizar la información o date de alta en otras de las propuestas que tienes en la guía en este mismo apartado.


### Guía rápida de alta (Paso a paso)

01	02	03	04
<b>Acceso</b>	<b>Nombre y Categoría</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Contacto</b>
Entra en <a href="https://business.google.com/es/business-profile/">https://business.google.com/es/business-profile/</a> e inicia sesión con la cuenta de Gmail de tu negocio.	Introduce el nombre comercial exacto y selecciona una categoría precisa (ej: Cafetería).	Añade la dirección física para que aparezcas en Google Maps. Si solo haces envíos, marca tu zona de servicio.	Introduce tu número de teléfono y la URL de tu sitio web para facilitar las reservas o pedidos.
05		06	
<b>Verificación</b>		<b>Optimización</b>	
Google te pedirá verificar que el negocio es tuyo (normalmente mediante un código por correo postal, teléfono o vídeo del local).		Sube fotos de alta calidad de tu café y local, y añade tu horario comercial actualizado.	

## b) Contacta con medios locales

Envía un email corto a un medio local como un periódico, una revista, una radio... (mira el listado de propuestas en el documento "00 – Guía.pdf" en el apartado Webs y directorios online relevantes de esta misma sección). Ideas de historias que puedes proponer:

- "5 lugares perfectos para empezar el año en {Ciudad}"
- "El lugar ideal para teletrabajar en {Barrio}"
- "Cómo un pequeño negocio está creando comunidad en {Ciudad}"
- "Un negocio local que empieza el año con nuevas ideas"

 **Consejo:** A los medios **les interesan historias humanas**, no publicidad directa.

## 2. Redes Sociales

📌 No necesitas publicar todos los días. **3-4 publicaciones por semana son suficientes.**

### Calendario

#### Lunes — Vida real del negocio

Muestra el día a día.

Ejemplos:

- preparando productos
- ambiente del local
- clientes disfrutando
- el equipo trabajando

Texto ejemplo:

“Así empiezan los lunes en {nombre del negocio} ☕”

#### Miércoles — Interacción

Publica encuestas o preguntas:

- ¿dulce o salado?
- ¿café fuerte o suave?
- ¿para llevar o para disfrutar aquí?
- ¿mañanas o tardes?

Esto aumenta mucho el alcance.

#### Viernes — Inspiración

Comparte algo ligero o motivador.

Ejemplos:

- frase inspiradora
- reflexión corta
- momento del día

Texto ejemplo:

“Los pequeños momentos hacen grandes días.”


#### Domingo — Comunidad local

Comparte:

- otro negocio local
- un mercado o feria
- un evento en la ciudad
- una recomendación

Etiqueta al negocio para aumentar visibilidad mutua.

## 3. Contenido en Vídeo

 **Nota:** ver Plataformas Recomendadas en esta sección en la Guía.

**Recuerda:** No necesitas producción profesional.

**Duración ideal:** 10–20 segundos.

**Publica:** 1–2 videos por semana.

### Formato que funciona muy bien

Antes / después

Ejemplo: “De granos a tu taza ”

### - Ideas de videos -

**1** Un día en nuestro negocio

**2** Cómo se prepara nuestro producto estrella

**3** El primer café del día

**4** Detrás del mostrador

**5** Clientes probando nuestro producto

**6** Lo que nadie ve de nuestro negocio


## 4. Email Marketing

Las redes sociales cambian. Tu lista de email **es tuya para siempre**. Mira esta sección en la guía para saber cómo crear un boletín o sigue algún tutorial de YouTube.

### Primer newsletter del año

Contenido sugerido:

- saludo de año nuevo
- novedades del negocio
- productos de temporada
- promociones
- próximos eventos

 **Mantén el email corto y cercano.** Si te cuesta escribir, recuerda que la IA puede ayudarte. Añade enlace a redes y resume las publicaciones más importantes. Comenta también sobre reflexiones y momentos más importantes que hayan ocurrido desde la última newsletter.

# 5. Marketing de Contenidos

Crear contenido ayuda a que personas que **no te conocen te encuentren en Google**. No necesitas escribir artículos largos para tu blog o cualquier otro sitio.

## Ideas de contenido

- “Qué hacer en {Ciudad} este fin de semana”
- “Los mejores desayunos en {Barrio}”
- “5 lugares para teletrabajar en {Ciudad}”
- “Planes tranquilos para una mañana de invierno”
- “Los mejores cafés para días fríos”

# 6. Promociones y Campañas

Enero suele ser un mes de menor gasto. Por eso funcionan bien **promociones sencillas**.

## Ideas de promociones

### Empieza el año con nosotros

- descuento por la mañana
- 2x1 en horas tranquilas
- menú especial de invierno
- descuento para estudiantes
- descuento para trabajadores del barrio

### Promociones temáticas

- semana del café
- semana del desayuno
- menú “vuelta al trabajo”
- promoción “teletrabajo”

## Programa de Fidelización

Conseguir clientes nuevos es caro. Conseguir que vuelvan es barato.

### Tarjeta de fidelización simple

Ejemplo:

1 compra = 1 sello

8 sellos = producto gratis

### Acciones que pueden dar puntos

- comprar un producto especial
- suscribirse al newsletter
- dejar una reseña
- etiquetar el negocio en redes
- traer a un amigo

### Recompensas posibles

- producto gratis
- descuento
- bebida especial
- producto exclusivo

# 7. Producto Especial/Temporada

Enero es un mes ideal para productos de temporada.

## Ideas:

- 1 bebidas calientes especiales
- 2 sabores de invierno
- 3 edición limitada
- 4 productos reconfortantes

☑ Esto genera **curiosidad y repetición de compra.**

# 8. Colaboraciones Locales / Networking

Mira este apartado en la guía para saber con quién puedes colaborar y algunas ideas más.

## Colaboración

"**Pack Coffee & Work**" con un coworking cercano o una empresa con muchos empleados:

Ofrece un **descuento exclusivo** en café para sus miembros o trabajadores. Lleva un póster con publicidad para que lo peguen en la entrada, un cartel para colocar en la mesa de recepción o simplemente unas tarjetas para anunciar el descuento. Así, tú ganas clientes recurrentes y ellos conocen un nuevo negocio en la zona con un apetecible descuento.

# 9. Fechas Interesantes



## 1 enero

Año Nuevo

## 5 y 6 de Enero

Día de Reyes (España)

## 3er. lunes de Enero

Blue Monday

## 18 enero

Día del Café Gourmet

## Finales de enero

Vuelta completa a la rutina

# 10. Acción Especial del Mes

## a) Estrategia de Comentarios



### Qué y dónde comentar

Busca en Instagram o Facebook publicaciones de **ayuntamientos**, **centros culturales** o **agendas de ocio** de tu barrio, zona o población que anuncien eventos de fin de semana.



### Cómo hacerlo

No vendas tu café. Aporta valor o cercanía: *"¡Qué buen plan para el sábado! Nosotros estamos justo a la vuelta en la calle [Nombre] por si alguien necesita un espresso doble para aguantar toda la jornada de exposiciones ☕️✨"*. Generas presencia en el mapa mental del vecino sin ser intrusivo.

## b) Generación de Reseñas

### El "Ticket con Recompensa Diferida"



### Cómo implementarlo

Crea una pequeña tarjeta física (o un sello en el ticket) que diga: *"¿Te ha gustado el café? Ayúdanos con una reseña y en tu próxima visita el segundo café corre de nuestra cuenta (o llévate una galleta artesana)"*.



### Truco

Facilita el proceso imprimiendo un **código QR** que lleve directamente al formulario de reseñas de tu perfil de empresa de Google. El cliente solo tiene que escanear, puntuar y guardar el ticket para su siguiente visita.

## Reflexión del Mes

No necesitas hacerlo perfecto. Solo necesitas **empezar y ser constante**.