



COMUNICADO

Con positivos resultados concluye campaña de promoción de las cerezas chilenas de la temporada 2016-2017



- *Las acciones incidieron en el aumento de casi un 66% de las ventas de las cerezas chilenas en el retail. Los resultados confirman la necesidad de continuar con los esfuerzos promocionales a futuro*

Santiago, 17 de abril de 2017.- Durante la reunión de adherentes a la campaña de promoción del Comité de Cerezas de Asoex, celebrada la semana recién pasada, se dieron a conocer los positivos resultados de la campaña de promoción llevada a cabo la temporada 2016-2017 en los mercados de Brasil, Estados Unidos, Corea del Sur, Japón y China.



La información fue entregada por Ronald Bown, Presidente de ASOEX, conjuntamente con Cristian Tagle, Presidente del Comité de Cerezas, Ignacio Caballero, Subgerente de Marketing de Asoex, y contó con la participación de Claudia Moreno y Barbara Sepúlveda de Marcas Sectoriales de ProChile.

"Cuando decidimos llevar a cabo esta campaña de promoción, la cual es única, implica una inversión de 5 millones de dólares y está especialmente enfocada en el consumidor de China, sabíamos que íbamos por el camino correcto. Este primer año de actividades, los resultados son muy positivos, por ejemplo, logramos un aumento de 65,5 por ciento en las ventas del retail", indicó Ronald Bown, Presidente de ASOEX.

Bown agregó: "Estos resultados, obtenidos sólo durante un primer año de campaña, muestran la importancia y necesidad de continuar con las acciones de promoción, sobre todo cuando nuestra industria proyecta llegar a exportaciones por 160 mil toneladas dentro de los próximos 5 años, lo cual nos obliga a promover el consumo más allá que sólo el periodo del Nuevo Año Chino".



China: "Vale la Pena Cada Mordisco"

China representa el 82% del total de los envíos chilenos de cerezas al mundo, convirtiéndose en el principal destino de estas frutas a nivel mundial, y por lo mismo, la campaña promocional estuvo

enfocada en esta nación del Asia.

Ignacio Caballero, Subgerente de Marketing de Asoex, comentó que para potenciar el consumo de un producto Premium, el slogan de esta campaña fue "Vale la Pena Cada Mordisco" (Worth Every Bite, en inglés), mediante el cual se destacó la

Asociación de Exportadores de Frutas de Chile

Cruz del Sur 133, Piso 2, Las Condes, Santiago de Chile, Mesa Central: [+56 2 2472 4700](tel:+56224724700)

www.asoex.cl



frescura, gran tamaño y rojo color de las cerezas, atributos altamente valorados por el mercado chino.

"Nuestra campaña en China tenía por objetivo aumentar el consumo a través de un aumento en la rotación de los consumidores habituales de nuestras cerezas, pero también atraer a nuevos consumidores. Además, queríamos posicionar la marca 'Cerezas de Chile', para potenciar a nuestro país como uno de los principales proveedores de cerezas, lo cual logramos en esta primera etapa", destacó Caballero.

El profesional agregó que "con la campaña se llegó a 37 ciudades y 22 regiones de China, impactando a 91 millones de consumidores. Mientras que las actividades de promoción se extendieron desde noviembre de 2016 a mediados de febrero de este año. Comenzamos con la preventa de nuestras cerezas en el 'Doble 11' de T-Mall y luego desarrollamos acciones en el marco de las Fiestas de Navidad como un Flashmob, el cual fue muy bien recibido".

El Subgerente de marketing destacó también las degustaciones y exhibiciones en puntos de venta del retail, además de la ubicación de publicidad en lugares estratégicos como el Metro de Beijing, en ascensores residenciales, en la televisión Online, y Mega Led en edificios y otros lugares públicos de alta afluencia de personas.

"Este recién ha sido el primer año de esta nueva campaña en China, hemos logrado buenos resultados, pero más importante aún han sido los aprendizajes que debemos utilizar para mejorar la campaña, queda mucho por hacer en este mercado para lograr aumentar el consumo a la tasas que la industria necesita. Es vital para el éxito de esta actividad entender que sus resultados son a mediano plazo y que es importante seguir con la campaña de promoción en los próximos años. ProChile ha comprometido su apoyo para otra nueva temporada. Nuestro objetivo es lograr presentar estos resultados a toda la industria, y realizar reuniones con la mayor cantidad de exportadores para lograr incorporarlos a este importante proyecto país, el cual nos permitirá enfrentar el desafiante mediano plazo que se nos aproxima. Invitamos a todos los interesados a contactarnos para poder coordinar futuras presentaciones y conversaciones sobre las campañas de promoción de las cerezas chilenas, en China y otros mercados.", expresó.

Asociación de Exportadores de Frutas de Chile

Cruz del Sur 133, Piso 2, Las Condes, Santiago de Chile, Mesa Central: [+56 2 2472 4700](tel:+56224724700)

www.asoex.cl



Desde China

La campaña de promoción fue altamente valorada por el retail y sector de ventas online de China, dado su apoyo al conocimiento del producto y al incremento de las ventas. Por lo mismo, coincidieron en la necesidad de continuar con las acciones.

"La campaña de promoción fue muy exitosa. Hemos podido ver mucha publicidad en la ciudad de las cerezas de Chile, y eso es muy positivo para nosotros", comentó Michael Zhang, Gerente de Ventas de Frutas Frescas de JD.com.

Coincidiendo con lo anterior Shawn Liu de T.Mall/Mr.Fresh puntualizó: "El apoyo mediático de las cerezas chilenas no sólo aumentó las ventas de manera significativa en T-mall-Mr.Fresh, sino que también contribuyó a la creación de un nuevo concepto".

"De forma general la calidad de los cerezas chilenas está temporada fue buena. Asimismo los resultados de las actividades de promoción en punto de venta. Las ventas totales esta campaña aumentaron entre 20 y 30 por ciento respecto al año pasado", destacó Peter Zhu, Gerente General de Pagoda.

"Las actividades en punto de venta provocaron un aumento importante de las ventas en las tiendas de Walmart este año, en comparación con el año pasado. Se cubrieron muchas más ciudades y más puntos de venta con actividades de promoción. Los locales donde se realizaron las promociones mostraron un incremento importante en las ventas de cerezas en comparación con las tiendas donde no se realizaron acciones", precisó Magret Hong, Senior Buying Manager Hypermarket de Walmart China.

Otros Mercados

La campaña promocional 2016-2017 de las cerezas de Chile se destacó por la gran cobertura de consumidores y ciudades alcanzados, así como también por lo variado de las acciones desarrolladas. En el caso de Brasil y Estados Unidos, se realizaron acciones a nivel de punto de venta en importantes tiendas del retail.

Asociación de Exportadores de Frutas de Chile

Cruz del Sur 133, Piso 2, Las Condes, Santiago de Chile, Mesa Central: [+56 2 2472 4700](tel:+56224724700)

www.asoex.cl



También se utilizaron las redes sociales, alcanzando a más de 11 mil de personas en el mercado brasileño, y más de 630 mil en Estados Unidos.



En Corea del Sur, un mercado nuevo para las cerezas chilenas, se potenciaron las acciones a nivel de punto de venta en supermercados como E-mart, donde participaron el Embajador de Chile en Corea y el Director de ProChile en Seúl. "Las acciones en Corea tuvieron como objetivo dar a conocer la disponibilidad de las cerezas chilenas en el mercado, así como también sus atributos de calidad e inocuidad, y aportes

para la salud", señaló Caballero.

Asimismo el representante de Asoex adelantó que dentro de los próximos meses desarrollarán un estudio sobre el consumidor en Corea y Japón para tener una mayor conocimiento sobre el potencial de ambos mercados.

Finalmente, es importante indicar que quienes deseen obtener mayores detalles sobre la campaña pueden contactar con Ignacio Caballero, Subgerente de Marketing de ASOEX al E-mail: icaballero@asoex.cl