

MKT
4AGRO
MKT
SUMMIT
2025

TENDENCIAS DE MARKETING DIGITAL GANADERO PARA 2026 ESPAÑA

Insights del Estudio de Mercado AgriNews

Ivan Martos Bartolí
Marketing Manager en agriNews Agency

AGRINEWS
agency

Alex Zamora Morales
Marketing Assistant en agriNews Agency

Metodología

+ 1.000 profesionales encuestados

Perfiles



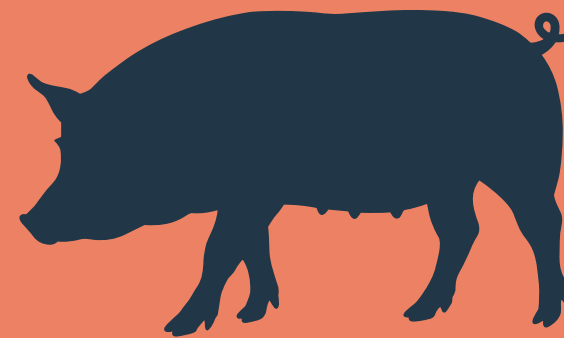
Veterinarios



Consultores



Directivos



Productores

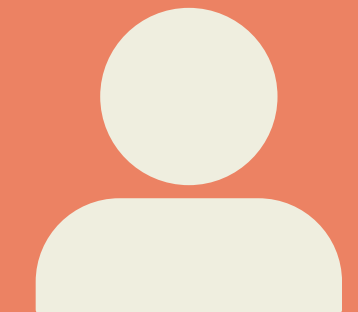
Canales



70% por correo



20% por teléfono



10% presencial

¿Qué vamos a ver?

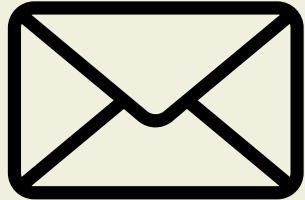
- 🌿 **Estudio de los canales:** redes sociales, marketing directo, eventos presenciales, contacto comercial y WhatsApp
- 🌿 **Tendencias del sector**
- 🌿 **Conclusiones y Oportunidades detectadas**
- 🌿 **Recomendaciones Estratégicas**



Estudio de los canales



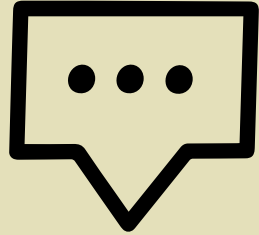
Redes sociales



Marketing directo



Eventos presenciales



Contacto comercial



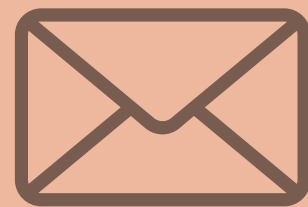
WhatsApp

Estudio de los canales

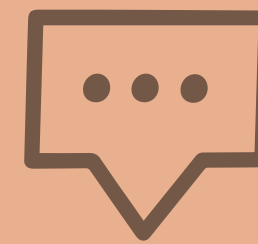
Redes Sociales



Redes sociales



Marketing
directo



Contacto
comercial



Eventos
presenciales



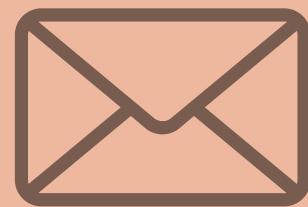
WhatsApp

Estudio de los canales

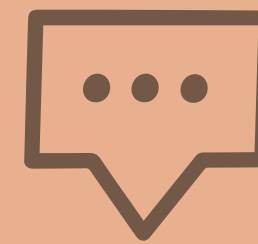
Redes Sociales



Redes sociales



**Marketing
directo**



**Contacto
comercial**

- 1. ¿Qué plataformas utiliza más el usuario digital del sector ganadero?**
- 2. ¿Qué tipo de contenido consumen en cada plataforma?**
- 3. ¿Con qué contenidos de marca interactúan más?**

Estudio de los canales Redes Sociales

Resultados obtenidos

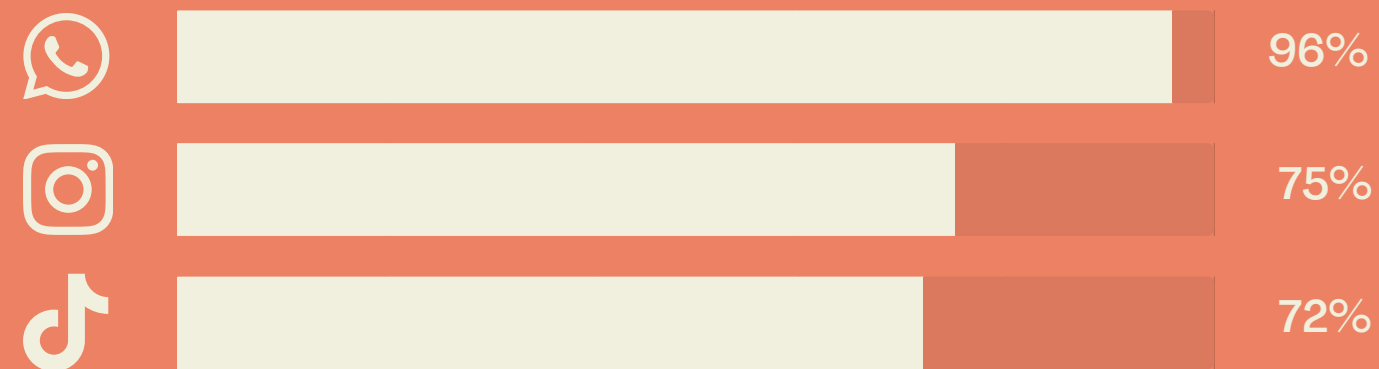
Las más utilizadas

+  **WhatsApp**

+  **Instagram**

+  **LinkedIn**

Frecuencia de uso diario



Interacción con contenido de marcas



Estudio de los canales Redes Sociales

Tipología de uso



Estudio de los canales Redes Sociales

Análisis de los resultados



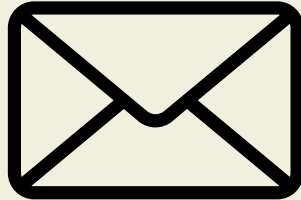
KPIs recomendados:
Engagement rate,
CTR y Tiempo medio
retención



Estudio de los canales



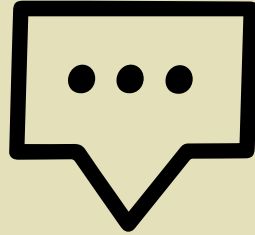
Redes sociales



Marketing directo



Eventos presenciales



Contacto comercial



WhatsApp

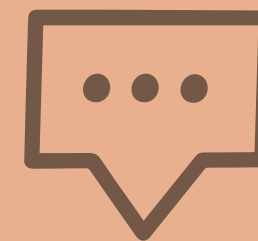
Estudio de los canales **Marketing Directo**



Redes sociales



Eventos
presenciales

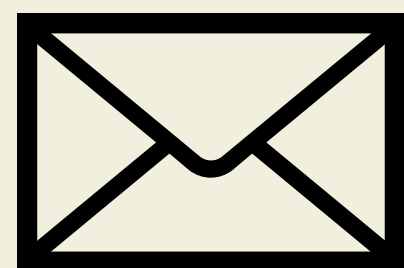


Contacto
comercial



WhatsApp

Estudio de los canales **Marketing Directo**



**Marketing
directo**

1. ¿Cómo aumento mi Open Rate?
2. ¿Qué incluyo para mantener el CTR?
3. ¿Qué canales debo usar?



Redes sociales



Eventos
presenciales



WhatsApp

Estudio de los canales Marketing Directo

Resultados obtenidos



Tan solo el **30%** de los encuestados considera que la segmentación es adecuada

Tipo de contenido valorado

Fichas técnicas y actualizaciones



Invitaciones a eventos



Promociones directas



Canales



Estudio de los canales Marketing Directo

Análisis de los resultados



KPIs recomendados:
Open Rate y CTR



Segmentación

> Open Rate

01



Personalización

> CTR

02



Tipo de contenido

Los usuarios valoran recibir actualizaciones del sector y ofertas personalizadas

03



WhatsApp

Intrusivo pero más efectivo
(100% de Open Rate)



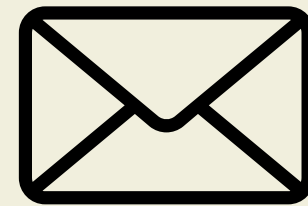
Newsletter

Útil pero hay que vigilar spam

Estudio de los canales



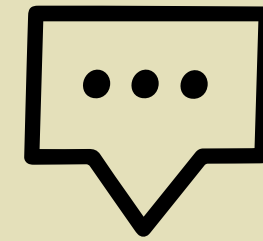
Redes sociales



**Marketing
directo**



**Eventos
presenciales**



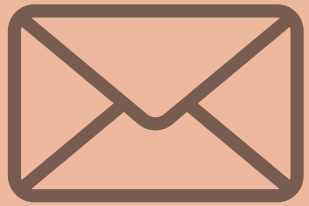
**Contacto
comercial**



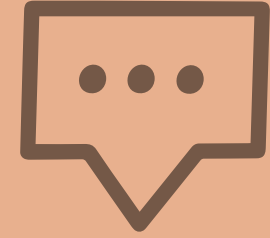
WhatsApp

Estudio de los canales

Estrategias presenciales y eventos



Marketing
directo



Contacto
comercial



Redes sociales



**Eventos
presenciales**



WhatsApp

Estudio de los canales

Estrategias presenciales y eventos

1. ¿Están colapsados o son interesantes y efectivos?
2. ¿Qué tipo de evento valoran más?
3. ¿Cómo potencio los eventos presenciales en mi estrategia digital?



Estudio de los canales Estrategias presenciales y eventos

Resultados obtenidos



El **95%** de los encuestados considera que los eventos son efectivos o **MUY efectivos**

Eventos más valorados

Ferias sectoriales



Jornadas técnicas



Demostraciones en granja



Modelo óptimo

Primero, **Digital para filtrar**

Segundo, **Presencial para cerrar**

Estudio de los canales Estrategias presenciales y eventos

Análisis de los resultados



KPI recomendado:
Leads captados y
Conversaciones iniciadas

01



NO están colapsados
de eventos presenciales

02



Ferias sectoriales
son el tipo de evento que
más valoran

03

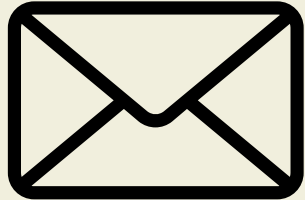


Modelo óptimo
para potenciar los eventos
principales en las estrategias
digitales

Estudio de los canales



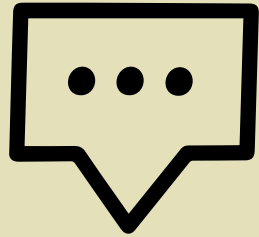
Redes sociales



Marketing directo



Eventos presenciales

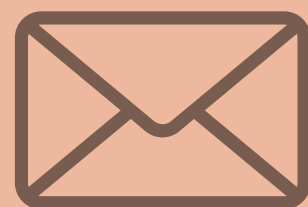


Contacto comercial



WhatsApp

Estudio de los canales **Contacto comercial**



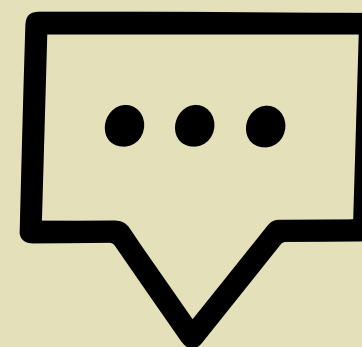
Marketing
directo



Redes sociales



Eventos
presenciales



**Contacto
comercial**



WhatsApp

Estudio de los canales **Contacto comercial**

1. ¿Cuáles son las 'Red flags' en el contacto?
2. ¿Cuál es la frecuencia tolerada?
3. ¿Cómo prefieren que se les contacte?



**Contacto
comercial**



Redes sociales



Eventos
presenciales



WhatsApp

Estudio de los canales **Contacto comercial**

Resultados obtenidos

↑ **Nivel de aceptación alto** para comunicaciones *(por ejemplo: aviso de stock de un producto que usan)* relevantes y segmentadas

↓ **Nivel de aceptación bajo** para llamadas frías sin segmentación



Frecuencia de contacto

WhatsApp comerciales
Máximo 2 veces al mes

Newsletters comerciales
1 vez al mes

Llamadas comerciales
60% dice que NO hay una frecuencia perfecta, una vez iniciada la conversación

Estudio de los canales **Contacto comercial**

Análisis de los resultados



KPI recomendado:
Tiempo medio de
respuesta (*objetivo: <24h*)



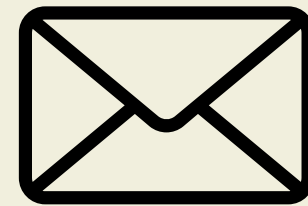
**La personalización es la clave
del éxito**

Hay que saber **cómo quiere ser contactado**
cada cliente

Estudio de los canales



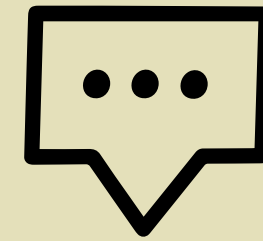
Redes sociales



**Marketing
directo**



**Eventos
presenciales**

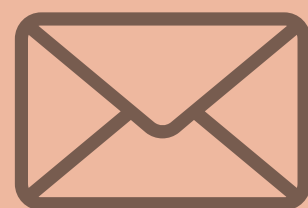


**Contacto
comercial**

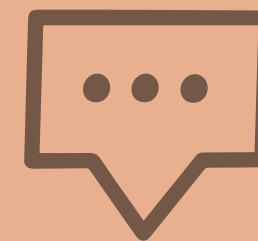


WhatsApp

Estudio de los canales **WhatsApp**



Marketing
directo



Contacto
comercial



Redes sociales

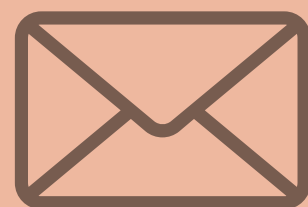


Eventos
presenciales

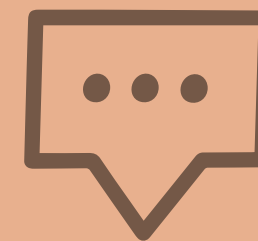


WhatsApp

Estudio de los canales **WhatsApp**



Marketing
directo



Contacto
comercial

1. ¿Es útil en mi estrategia?
2. ¿Cómo lo uso? ¿Qué envío?
3. ¿Qué está dispuesto a recibir el cliente?

Redes sociales

Eventos
presenciales



WhatsApp

Estudio de los canales **WhatsApp**

Resultados obtenidos

↑ **WhatsApp es el canal principal para pedidos recurrentes, soporte técnico rápido y confirmación de entregas,** sobre todo para post-venta.

Utilidad percibida

Muy útil



El sector lo usa para

Consultas técnicas rápidas



Envío de ofertas



Coordinación logística



Estudio de los canales **WhatsApp**

Análisis de los resultados



KPI recomendado:
Tiempo medio de
respuesta en WhatsApp

01



**No es que sea útil,
ES OBLIGATORIO**

02



**Inmediatez y
familiaridad**

03



Percepción

“Ágil y directo”, pero
peligro de saturación si
hay exceso de mensajes.

03



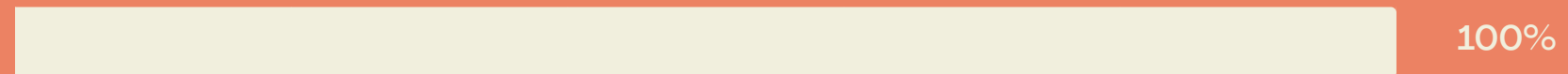
WhatsApp Business

Usarlo con catálogos,
respuestas rápidas, mensajes de
grupo segmentados y horarios
de envío respetuosos

Tendencias del sector

Expectativas de crecimiento por canal

Vídeo técnico y demostraciones

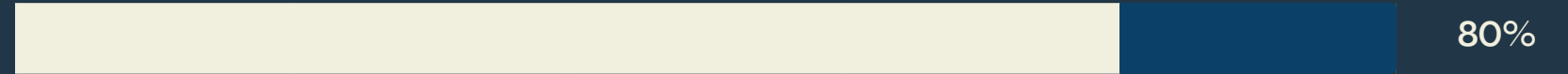


WhatsApp Business

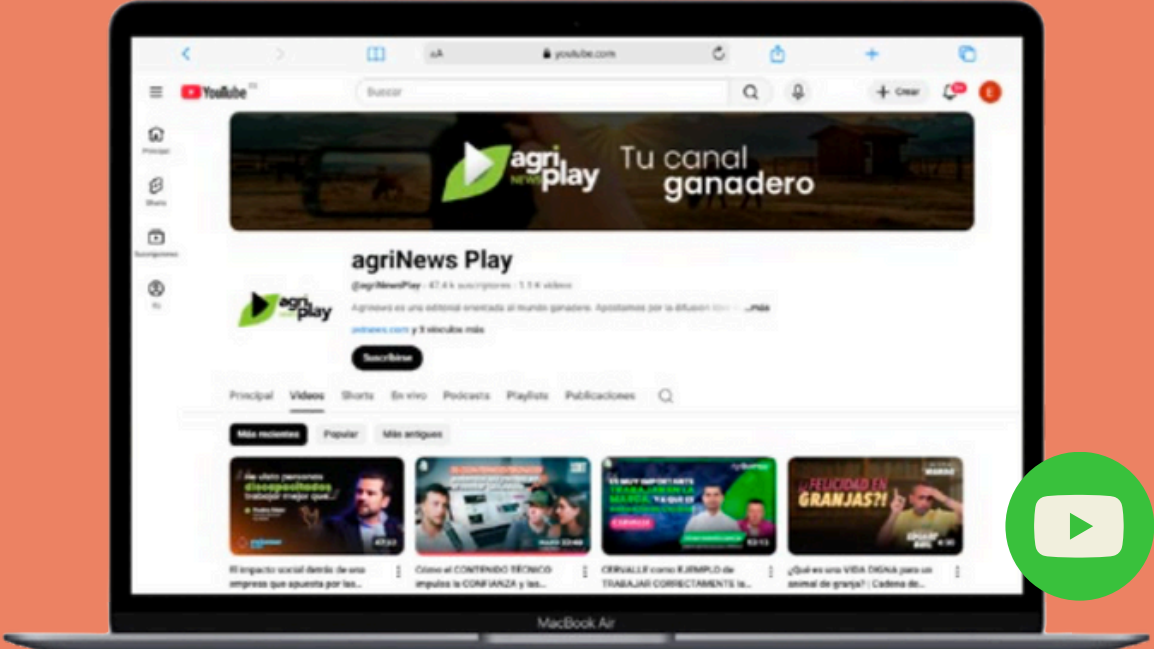
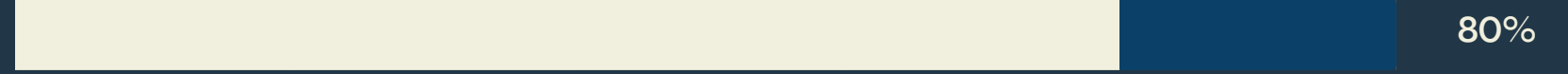


Formatos preferidos

Videos cortos explicativos



Casos de éxito reales



Conclusiones y Oportunidades

Conclusiones Generales

El sector agroganadero presenta un nivel de digitalización en crecimiento

WhatsApp se consolida como el canal más valorado por su inmediatez, rapidez y facilidad de uso

Facebook y LinkedIn tienen una presencia notable en contenido técnico

El correcto uso del email marketing se mantiene como un canal efectivo

Los eventos presenciales siguen siendo claves en la etapa final del proceso comercial

A futuro, crecimiento en videos técnicos, canales conversacionales y formación online

Oportunidades detectadas



Fortalecer la **comunicación técnica**



Integrar **canales conversacionales** con automatización ligera



Uso de **vídeo corto** como herramienta educativa y comercial



Optimización de contacto comercial

Recomendaciones Estratégicas



MKT
4 AGRO
MKT
SUMMIT
2025

¡MUCHAS GRACIAS!

Contáctenos si tiene dudas o preguntas



(+34) 664 66 07 02



events@grupoagrnews.com



agrnewsagency.com