

La comunicación de "Bocado de Esperanza: Un Mundo Sin Hambre" se enfoca en transmitir su propuesta de valor única, destacando los aspectos clave que lo diferencian y lo hacen atractivo para sus segmentos de mercado.

Presencia en línea y redes sociales:

Mantener una plataforma en línea fácil de usar donde los usuarios puedan explorar y adquirir los excedentes de alimentos. Se trataría de crear una aplicación donde los usuarios puedan ver la cantidad de alimento y qué alimentos hay en el momento, actualizado.

Utilizar activamente redes sociales (Instagram y Twitter principalmente) para compartir historias impactantes, estadísticas sobre desperdicio de alimentos y los logros de la empresa en términos de donaciones y sostenibilidad.

Publicar regularmente contenido atractivo, como imágenes y videos de alimentos frescos y del proceso de recolección, para generar interés y participación.

Marketing de contenidos:

Crear blogs y vlogs, artículos y otros contenidos educativos sobre la importancia de reducir el desperdicio de alimentos, sostenibilidad y el impacto social de las donaciones.

Alianzas estratégicas:

Colaborar con influencers, bloggers o personalidades locales que compartan los valores de la empresa y puedan amplificar el mensaje a audiencias más amplias.

Establecer asociaciones con organizaciones medioambientales y benéficas para fortalecer la credibilidad y la visión social de la empresa.

Eventos y participación comunitaria:

Organizar eventos locales, como campañas de recolección de alimentos, charlas sobre sostenibilidad o actividades que involucren a la comunidad.

Participar en ferias, mercados locales o eventos relacionados con la alimentación para aumentar la visibilidad y atraer nuevos clientes.