



INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION
ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ
ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO CAFÉ
ORGANISATION INTERNATIONALE DU CAFÉ

PM 9/11

22 agosto 2011
Original: inglés

C

Comité de Promoción y Desarrollo del Mercado
2ª reunión
30 septiembre 2011
Londres, Reino Unido

Informe sobre la Red CoffeeClub de la OIC

Antecedentes

En este documento figura un informe recibido de los consultores, P&A International Marketing, sobre la Red CoffeeClub de la OIC correspondiente al período de junio de 2010 a junio de 2011.

Medidas que se solicitan

Se pide al Comité de Promoción y Desarrollo del Mercado que tome nota de este documento.

1. INFORME DE LA SITUACIÓN

En este informe figura la información más reciente acerca de los avances de la creación de la nueva base y datos estadísticos generales acerca del funcionamiento de la Red CoffeeClub de junio de 2010 a junio de 2011.

2. PANORAMA GENERAL

P&A prosiguió su actividad de mediador del CoffeeClub mientras un equipo de programación externo y su agencia de publicidad asociada creaba una nueva base.

Como resultado de la mediación, se consiguió un mejor equilibrio en la procedencia de los visitantes. Los sitios de referencia representaron el 42% de las visitas, el 28% procedió de los buscadores y el 28% de tráfico directo en junio de 2010, en comparación con el 23%, el 60% y el 17% en junio de 2009.

Las ilustraciones que figuran a continuación muestran un panorama general de las visitas a la Red CoffeeClub de junio de 2010 a junio de 2011.

ILUSTRACIÓN 1: PANORAMA GENERAL DE VISITAS

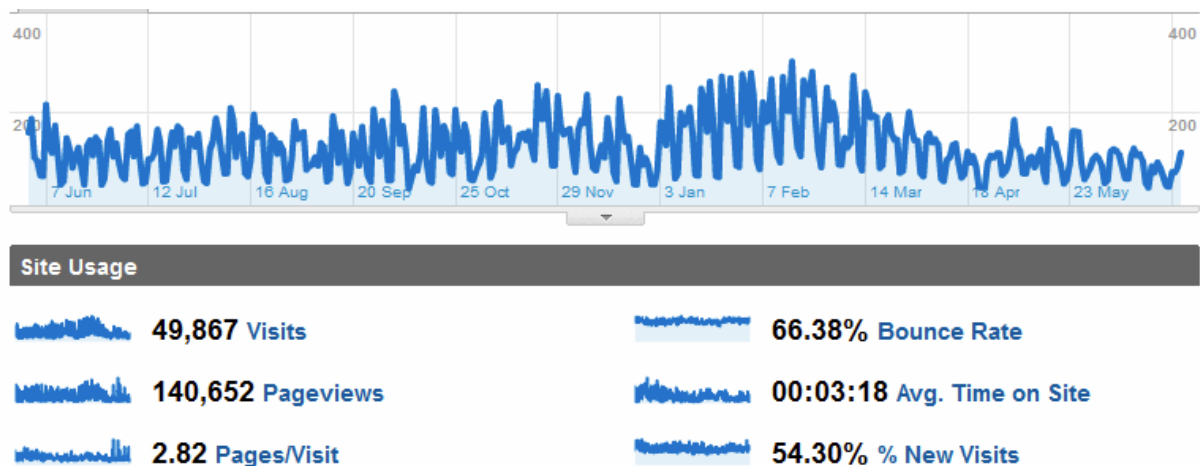
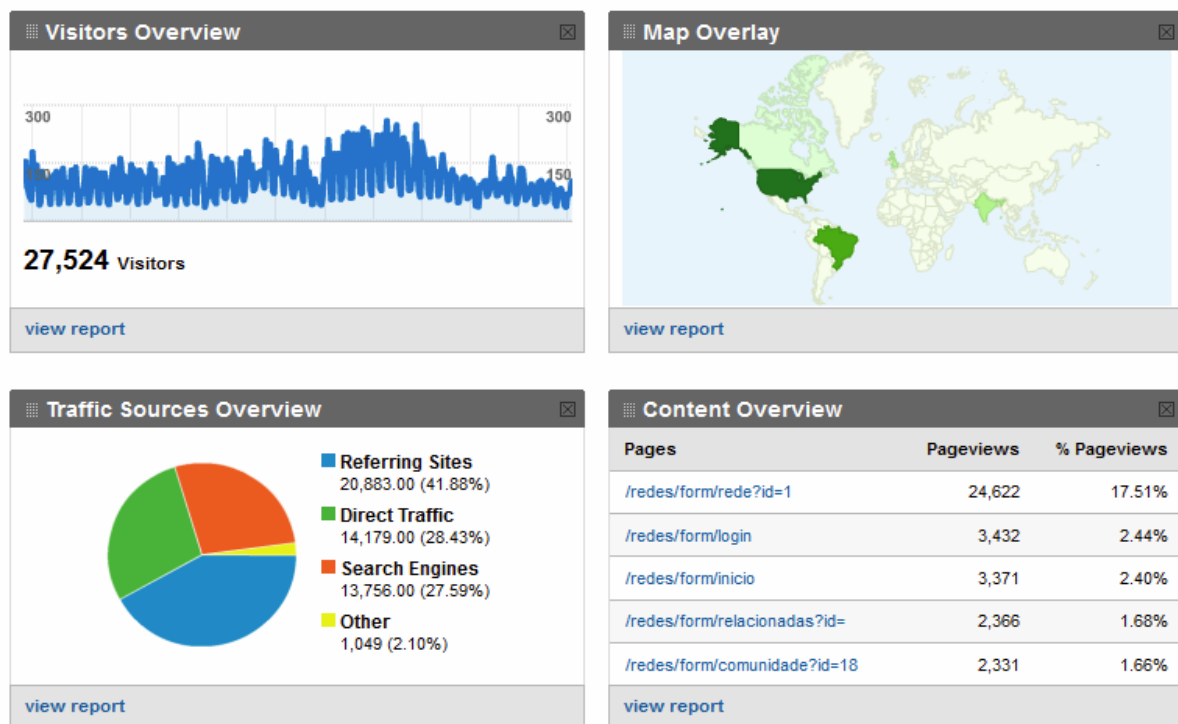


ILUSTRACIÓN 2: ANÁLISIS DEL TRÁFICO



Un análisis más a fondo muestra que la interacción entre el sitio en Internet de la OIC y el CoffeeClub es un gran éxito, dado que el sitio de la OIC es ahora uno de los sitios de referencia más importantes para el CoffeeClub, seguido de LinkedIn, Google, Twitter y Facebook.

El buscador de Google es todavía la principal fuente de visitas al CoffeeClub. La cantidad y calidad de la información que ponen nuestros socios en la base es la principal razón por la que la red goza de una buena clasificación en los buscadores.

Gracias al noticiero semanal que envió P&A, aumentó el tráfico directo, lo que demuestra la importancia de la mediación.

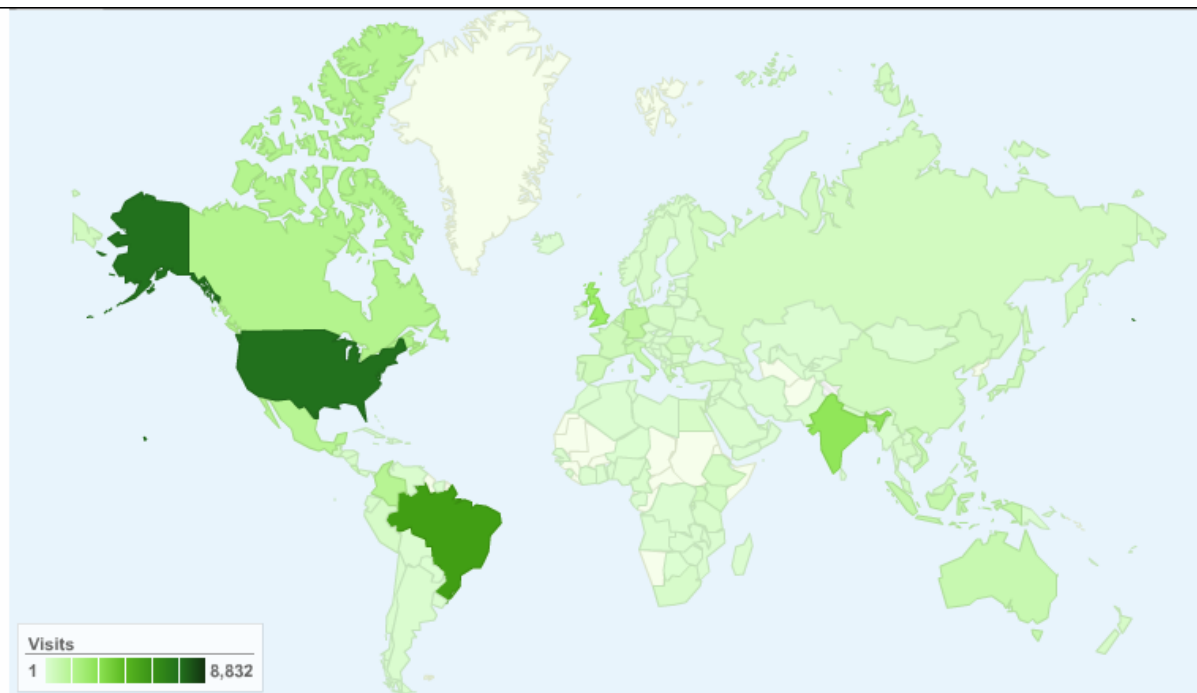
Hubo un total de 49.867 visitantes de 167 países distintos, que vieron 140.652 páginas. El promedio de páginas visitadas por persona es de 2,82.

La “tasa de movimiento” es del 66,38%, y ocurre cuando un visitante mira una sola página en un sitio de Internet, esto es, cuando el visitante deja el sitio sin visitar ninguna otra página antes de que transcurra una sesión especificada (30 minutos). La tasa de movimiento es elevada porque muchos visitantes entran para ver una noticia, a la que llegan mediante un enlace externo, y después dejan el sitio, lo que es un comportamiento normal entre los visitantes esporádicos que llegan mediante buscadores.

Tenemos ahora 1.378 socios repartidos en más de 83 comunidades. Los 10 principales países de los que proceden los visitantes son:

1. Estados Unidos
2. Brasil
3. India
4. Reino Unido
5. Canadá
6. Colombia
7. México
8. Alemania
9. Indonesia
10. Australia

ILUSTRACIÓN 3: PAÍSES DE ORIGEN DE LOS VISITANTES



49,867 visits came from 167 countries/territories

Detail Level: [Town/City](#) | [Country/Territory](#) | [Subcontinent Region](#) | [Continent](#) Dimension: [None](#) ▾






Site Usage		Goal Set 1		Goal Set 2		Views:     	
Visits	49,867	Pages/Visit	2.82	Avg. Time on Site	00:03:18	% New Visits	54.35%
% of Site Total: 100.00%		Site Avg: 2.82 (0.00%)		Site Avg: 00:03:18 (0.00%)		Site Avg: 54.30% (0.09%)	
							Bounce Rate
							66.38%
							Site Avg: 66.38% (0.00%)

ILUSTRACIÓN 4: CIUDADES DE ORIGEN DE LOS VISITANTES



3. NUEVA BASE COFFEECLUB

En la reunión del Comité de Promoción y Desarrollo del Mercado de marzo de 2011, P&A presentó un nuevo diseño de la base y un nuevo concepto gráfico de ésta.

Como se indicó anteriormente, el desarrollo tecnológico es una cuestión clave para el futuro del CoffeeClub. Se creó un nuevo enfoque concentrado y totalmente reestructurado para poner en práctica el concepto de “conectar el mundo cafetero”.

Se empezó la reformulación teniendo en cuenta las necesidades de los usuarios:

- ¿Qué es lo que quieren?
- ¿Por qué se hacen socios del CoffeeClub?

Las razones que dieron nuestros usuarios fueron:

- darse a conocer en el mundo del café;
- encontrar oportunidades comerciales;
- poner y encontrar información acerca del café; y
- encontrar personas relacionadas con el café.

Nuestros socios y visitantes querían crear nuevas “conexiones cafeteras”.

Esa es la razón por la que el nuevo CoffeeClub se está creando para que sea más fácil de usar, para que resalten nuestros socios y lo que ponen en el sitio, y para facilitar conexiones e interacción entre los principales protagonistas de la comercialización social, como Facebook, Twitter y LinkedIn.

El primer paso fue un nuevo diseño, nítido y completo, usando lo que los programadores llaman “cajas de luz” (*lightbox*), una aplicación que despliega imágenes y demás contenido en ventanas separadas en la pantalla. El nuevo diseño tiene también distintas aplicaciones en espacios rectangulares (casillas) en la pantalla, lo que prepara el terreno para otras mejoras y cambios en el futuro. Este es un paso importante en la adaptación de la comunidad a las necesidades de nuestros socios.

Para apoyar la puesta en marcha de la nueva estructura, se precisaba también un nuevo concepto gráfico para el CoffeeClub. Dado que el nuevo logotipo debería reflejar *conexión*, se suprimió la palabra *network*, con lo que sólo queda *CoffeeClub*. Se conserva la *taza* del logotipo original, y se añadió una doble C para realzar *café* y *conexiones*. Este icono será también usado para difundir el contenido del CoffeeClub por toda la Internet.

ILUSTRACIÓN 5: NUEVO LOGOTIPO



El principal objetivo del CoffeeClub resalta ahora en la página de entrada: “conectar el mundo del café”.

La nueva estructura de CoffeeClub se basa en:

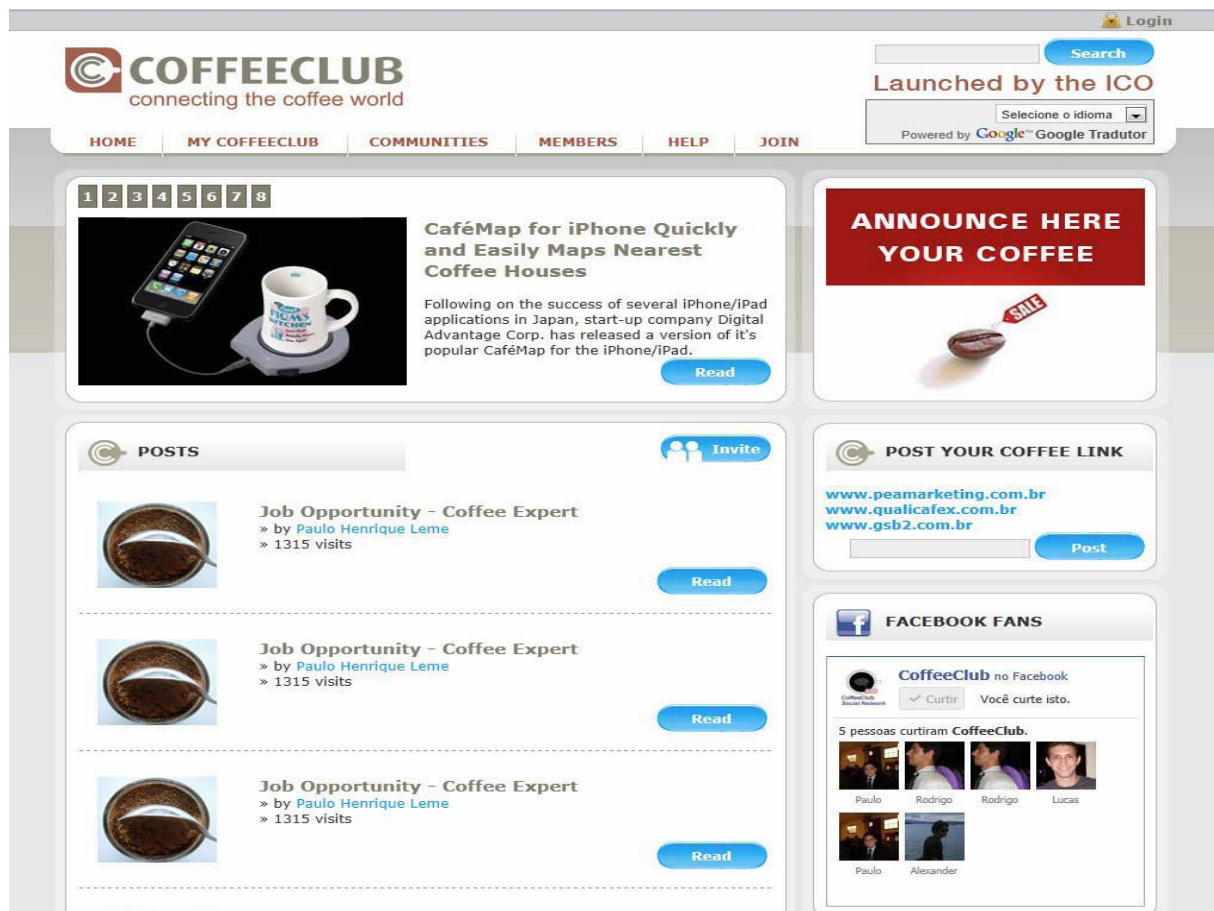
- conexiones cafeteras, que hacen que todo el contenido y las personas relacionadas con el café que están repartidas por toda la Internet (por ejemplo, en Twitter y en facebook) se puedan encontrar mediante el CoffeeClub;
- lugares virtuales del café que ofrezcan el entorno perfecto para que los socios digan quiénes son y qué quieren hacer en la red; e
- instrumentos y aplicaciones fáciles de usar y de fácil acceso.

Hay tres lugares de interacción: 1) la página de entrada, que será donde los visitantes y posiblemente los nuevos socios accederán a la base por primera vez; 2) el *My CoffeeClub*, que es el perfil de nuestros socios; y 3) las comunidades, que ahora estarán divididas en dos grupos:

- comunidades básicas y de libre uso; y
- comunidades de alta calidad.

En la ilustración que figura a continuación puede verse el diseño de la nueva base.

ILUSTRACIÓN 6: PÁGINA DE ENTRADA

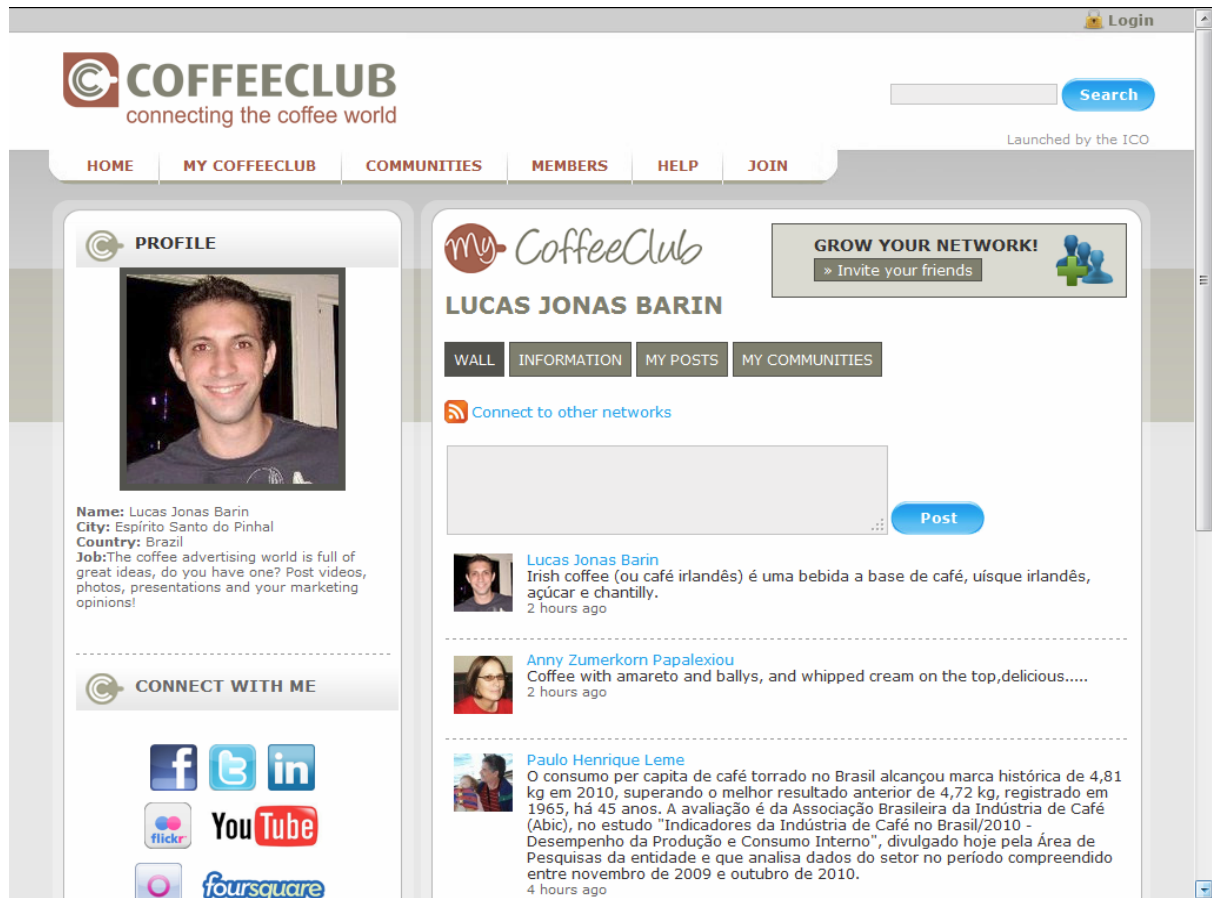


The screenshot shows the CoffeeClub website home page. At the top left is the logo "COFFEECLUB connecting the coffee world". To the right is a search bar and a "Search" button. Below the search bar is a navigation menu with links: HOME, MY COFFEECLUB, COMMUNITIES, MEMBERS, HELP, and JOIN. On the right side, there is a "Login" button and a "Powered by Google™ Google Tradutor" notice.

The main content area is divided into several sections:

- Top Left:** A featured article titled "CaféMap for iPhone Quickly and Easily Maps Nearest Coffee Houses" with a "Read" button.
- Top Right:** A red banner that says "ANNOUNCE HERE YOUR COFFEE" with a coffee bean and a "SALE" tag.
- Middle Left:** A "POSTS" section with an "Invite" button. It contains three identical job opportunity posts: "Job Opportunity - Coffee Expert" by Paulo Henrique Leme, each with 1315 visits and a "Read" button.
- Middle Right:** A "POST YOUR COFFEE LINK" section with a "Post" button and links to "www.peamarketing.com.br", "www.qualicafex.com.br", and "www.gsb2.com.br".
- Bottom Right:** A "FACEBOOK FANS" section showing "CoffeeClub no Facebook" with a "Curtir" button and a photo of five people who liked the page: Paulo, Rodrigo, Rodrigo, and Lucas.

ILUSTRACIÓN 7: MY COFFEECLUB



COFFEECLUB
connecting the coffee world

HOME MY COFFEECLUB COMMUNITIES MEMBERS HELP JOIN

PROFILE

LUCAS JONAS BARIN

WALL INFORMATION MY POSTS MY COMMUNITIES

Connect to other networks

GROW YOUR NETWORK!
» Invite your friends

Name: Lucas Jonas Barin
City: Espírito Santo do Pinhal
Country: Brazil
Job: The coffee advertising world is full of great ideas, do you have one? Post videos, photos, presentations and your marketing opinions!

CONNECT WITH ME

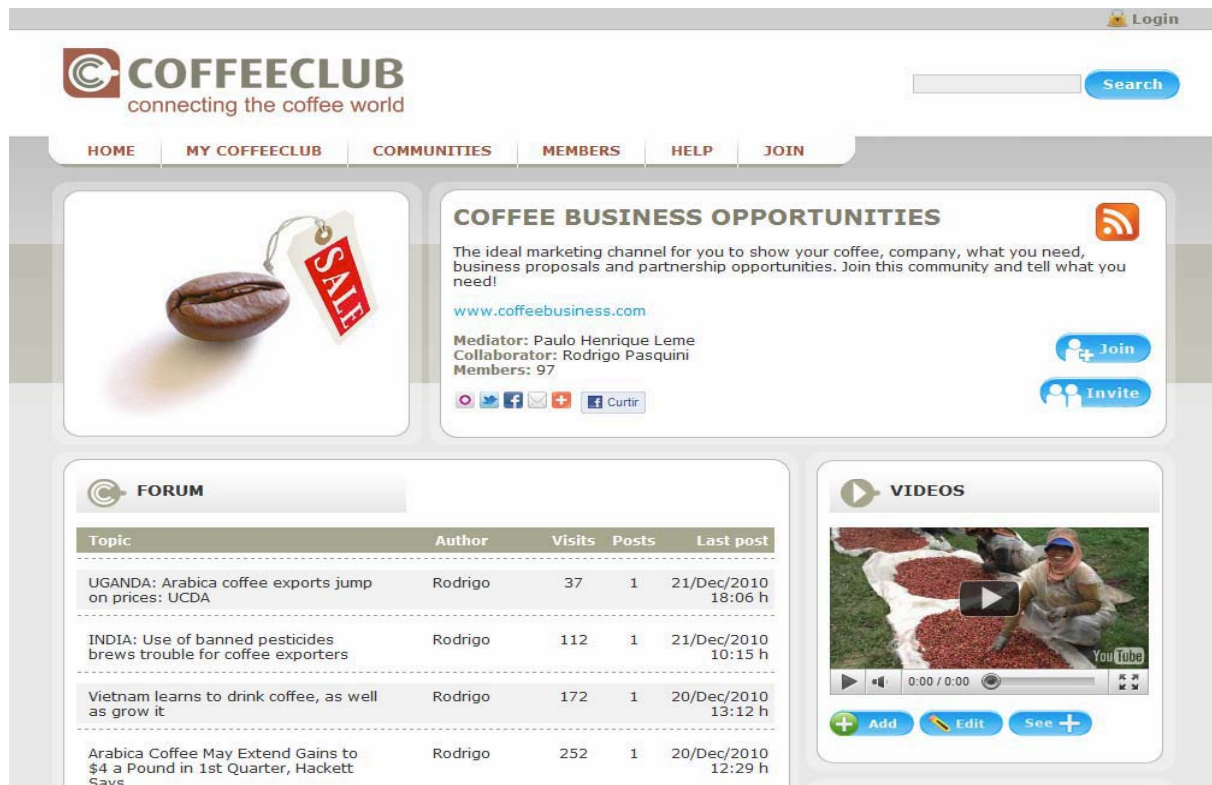
f t in
flickr YouTube
foursquare

Lucas Jonas Barin
Irish coffee (ou café irlandês) é uma bebida a base de café, uísque irlandês, açúcar e chantilly.
2 hours ago

Anny Zumerkorn Papalexiou
Coffee with amareto and ballys, and whipped cream on the top, delicious.....
2 hours ago

Paulo Henrique Leme
O consumo per capita de café torrado no Brasil alcançou marca histórica de 4,81 kg em 2010, superando o melhor resultado anterior de 4,72 kg, registrado em 1965, há 45 anos. A avaliação é da Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic), no estudo "Indicadores da Indústria de Café no Brasil/2010 - Desempenho da Produção e Consumo Interno", divulgado hoje pela Área de Pesquisas da entidade e que analisa dados do setor no período compreendido entre novembro de 2009 e outubro de 2010.
4 hours ago

ILUSTRACIÓN 8: COMUNIDAD



COFFEECLUB
connecting the coffee world

HOME MY COFFEECLUB COMMUNITIES MEMBERS HELP JOIN

COFFEE BUSINESS OPPORTUNITIES

The ideal marketing channel for you to show your coffee, company, what you need, business proposals and partnership opportunities. Join this community and tell what you need!

www.coffeebusiness.com

Mediator: Paulo Henrique Leme
Collaborator: Rodrigo Pasquini
Members: 97

Join Invite

FORUM

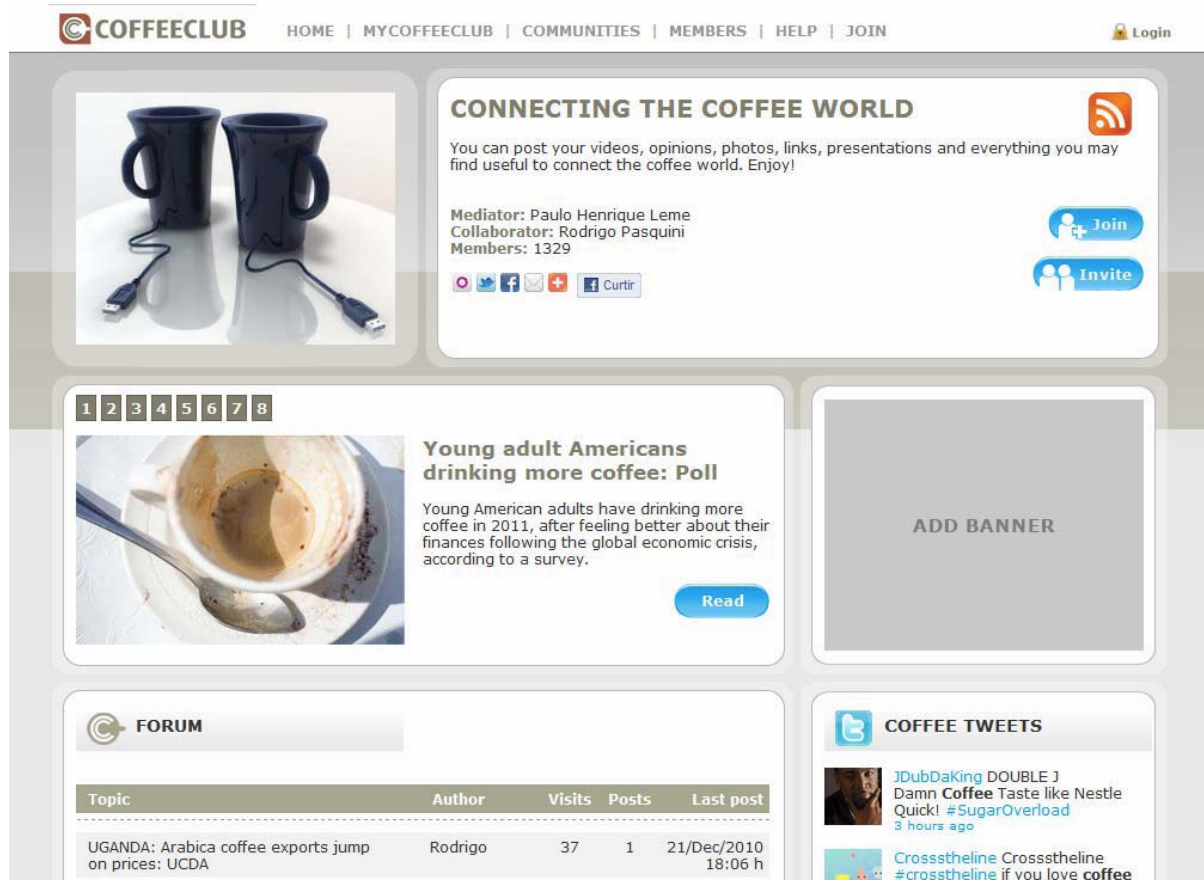
Topic	Author	Visits	Posts	Last post
UGANDA: Arabica coffee exports jump on prices: UCDA	Rodrigo	37	1	21/Dec/2010 18:06 h
INDIA: Use of banned pesticides brews trouble for coffee exporters	Rodrigo	112	1	21/Dec/2010 10:15 h
Vietnam learns to drink coffee, as well as grow it	Rodrigo	172	1	20/Dec/2010 13:12 h
Arabica Coffee May Extend Gains to \$4 a Pound in 1st Quarter, Hackett Says	Rodrigo	252	1	20/Dec/2010 12:29 h

VIDEOS

0:00 / 0:00

Add Edit See +

ILUSTRACIÓN 9: COMUNIDAD DE ALTA CALIDAD



The screenshot shows the CoffeeClub website interface. At the top, there is a navigation bar with the CoffeeClub logo and links for HOME, MYCOFFEECLUB, COMMUNITIES, MEMBERS, HELP, and JOIN. A Login button is also visible. The main content area is divided into several sections:

- CONNECTING THE COFFEE WORLD:** A section with a header image of two coffee mugs. It includes a description: "You can post your videos, opinions, photos, links, presentations and everything you may find useful to connect the coffee world. Enjoy!". It lists the Mediator (Paulo Henrique Leme) and Collaborator (Rodrigo Pasquini), with 1329 members. There are social media icons and buttons for "Join" and "Invite".
- Young adult Americans drinking more coffee: Poll:** A section with a header image of a coffee cup. It includes a description: "Young American adults have drinking more coffee in 2011, after feeling better about their finances following the global economic crisis, according to a survey." and a "Read" button.
- FORUM:** A section with a table of forum posts. The table has columns for Topic, Author, Visits, Posts, and Last post.
- COFFEE TWEETS:** A section displaying tweets related to coffee.

Topic	Author	Visits	Posts	Last post
UGANDA: Arabica coffee exports jump on prices: UCDA	Rodrigo	37	1	21/Dec/2010 18:06 h

Se esperaba que la nueva base ya estuviese funcionando en estos momentos, pero los programadores a los que se encargó que elaborasen el proyecto tropezaron con dificultades en el traslado del sistema a un nuevo servidor que lo alojase. De hecho, el nuevo CoffeeClub exigió más que justo un simple traslado, y se está creando un nuevo sistema completo. Como resultado, se necesitaron más horas de programación, lo que ocasionó una demora en la puesta en marcha de la nueva base.

En junio/julio de 2011 se pondrá en marcha el CoffeeClub en su etapa "Beta", que significa que los mediadores y los programadores probarán la base para ver si encuentran problemas de conectividad y virus.