



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

PM 09/11

22 agosto 2011
Original: inglês

P

Comitê de Promoção e Desenvolvimento de Mercado
2.ª reunião
30 setembro 2011
Londres, Reino Unido

**Relatório sobre o CoffeeClub Network
da OIC**

Antecedentes

Este documento contém relatório da firma de consultoria P&A International Marketing sobre o funcionamento do CoffeeClub Network da OIC entre junho de 2010 e junho de 2011.

Ação

Solicita-se ao Comitê de Promoção e Desenvolvimento de Mercado que tome nota deste documento.

1. RELATÓRIO SOBRE A SITUAÇÃO

Este relatório contém as informações mais recentes sobre o avanço do desenvolvimento da nova plataforma e dados estatísticos gerais sobre o funcionamento do CoffeeClub Network entre junho de 2010 e junho de 2011.

2. VISÃO GERAL

A P&A levou adiante suas atividades de mediação do CoffeeClub enquanto uma nova plataforma era desenvolvida por uma equipe de programação terceirizada e sua agência associada de publicidade.

Com a mediação, conseguiu-se melhor equilíbrio das fontes de visitantes. Sites de referência responderam por 42% das visitas, mecanismos de busca por 28% e tráfego direto por 28% em junho de 2010, em comparação com 23%, 60% e 17% em junho de 2009.

As imagens abaixo dão uma visão geral das visitas entre junho de 2010 e junho de 2011.

IMAGEM 1 – VISÃO GERAL DAS VISITAS

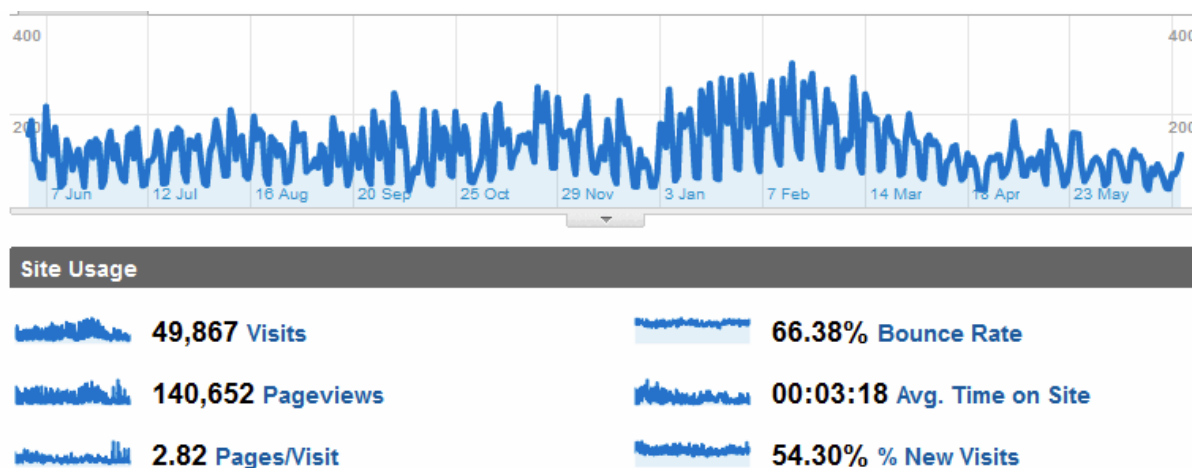
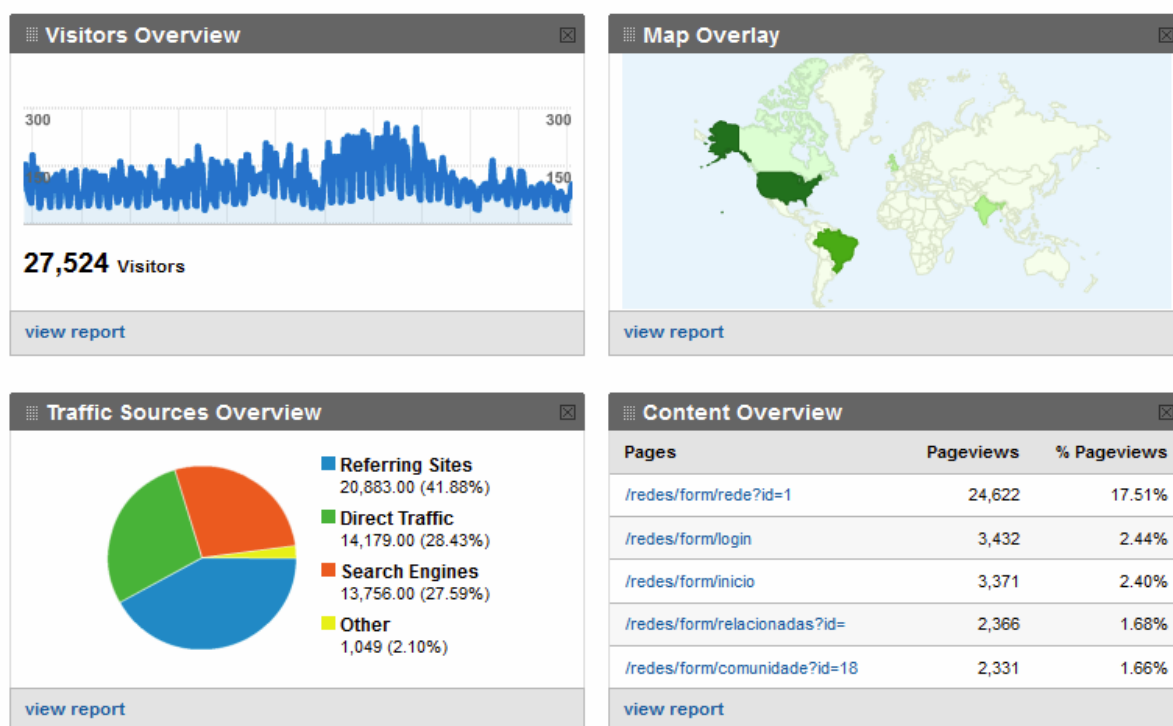


IMAGEM 2 – ANÁLISE DE TRÁFEGO



Um exame mais detido mostra que a interação entre o site da OIC e o CoffeeClub é um grande sucesso, pois o site da OIC é agora um dos mais importantes sites de referência que encaminham ao CoffeeClub, seguido pelo LinkedIn, o Google, o Twitter e o Facebook.

O mecanismo de busca do Google ainda é a principal fonte de visitantes do CoffeeClub. A qualidade e quantidade das informações postadas por nossos membros na plataforma é a principal razão por que o network é bem classificado nos mecanismos de busca.

As newsletters semanais enviadas pela P&A responderam por um aumento do tráfego direto, mostrando a importância da mediação.

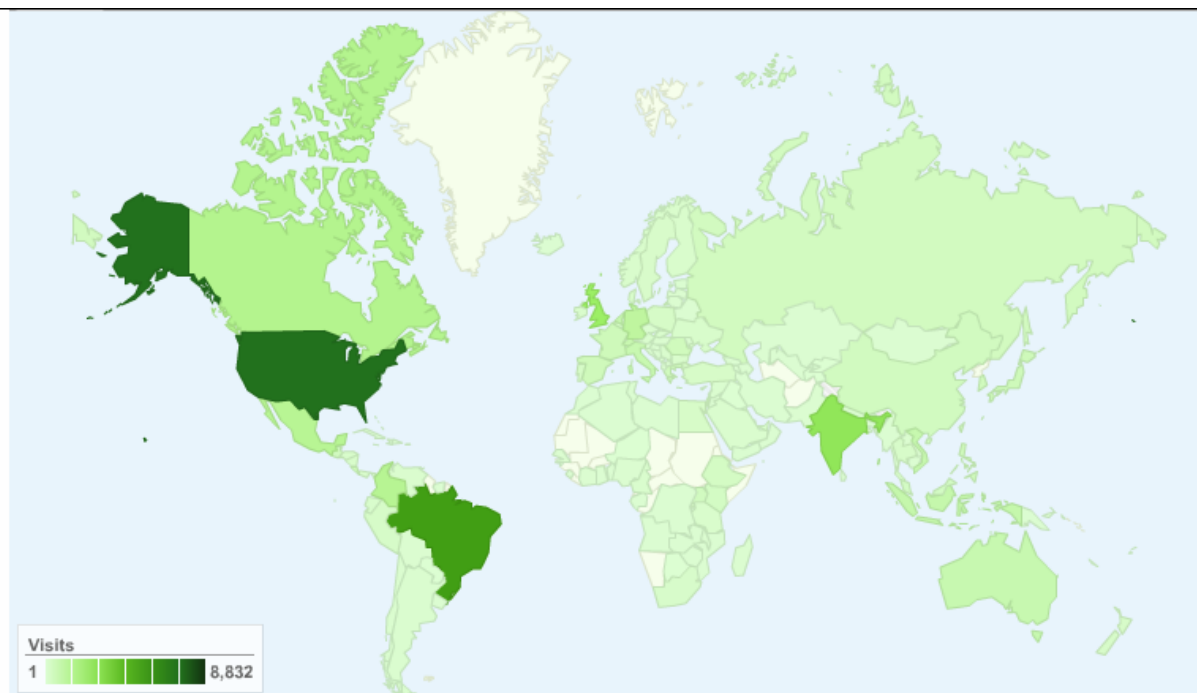
Um total de 49.867 visitantes de 167 países diferentes respondeu por 140.652 visões de página (“page views”). O número médio de páginas visitadas por pessoa foi 2,82.

A taxa de rejeição (“bounce rate”) é de 66,38% e ocorre quando um visitante só vê uma página em um site, isto é, ele deixa o site sem visitar nenhuma outra página antes do tempo-limite especificado de uma sessão (30 minutos). A taxa é alta porque muitos visitantes, conectados por um link externo, simplesmente fazem uma parada rápida para ver uma notícia e então deixam o site, como normalmente fazem os visitantes esporádicos que estejam usando mecanismos de busca.

Temos agora 1.378 membros distribuídos em 83 comunidades. Os 10 países de onde provém o maior número de visitas são:

1. Estados Unidos
2. Brasil
3. Índia
4. Reino Unido
5. Canadá
6. Colômbia
7. México
8. Alemanha
9. Indonésia
10. Austrália

IMAGEM 3 – ORIGEM DOS VISITANTES - PAÍSES



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 <small>% of Site Total: 100.00%</small>	Pages/Visit 2.82 <small>Site Avg: 2.82 (0.00%)</small>	Avg. Time on Site 00:03:18 <small>Site Avg: 00:03:18 (0.00%)</small>	% New Visits 54.35% <small>Site Avg: 54.30% (0.09%)</small>	Bounce Rate 66.38% <small>Site Avg: 66.38% (0.00%)</small>	

IMAGEM 4 – ORIGEM DOS VISITANTES - CIDADES



3. NOVA PLATAFORMA DO COFFEECLUB

Na reunião do Comitê de Promoção e Desenvolvimento de Mercado de março de 2011, a P&A apresentou o novo leiaute da plataforma e seu conceito gráfico.

Como já se afirmou, o desenvolvimento tecnológico é uma questão-chave para o futuro do CoffeeClub. Desenvolveu-se uma nova abordagem ajustada com nitidez e completamente reestruturada para implementar o conceito de conexão do mundo do café (“connecting the coffee world”).

Começamos nossa reformulação levando em conta as necessidades de nossos usuários:

- O que eles querem?
- Por que entrar para o CoffeeClub?

As razões invocadas por nossos usuários foram:

- para se mostrar ao mundo do café,
- para descobrir oportunidades de negócios,
- para postar e descobrir informações sobre o café, e
- para encontrar pessoas do mundo do café.

Nossos membros e visitantes queriam desenvolver novas “conexões do café”.

Por essas razões o novo CoffeeClub está sendo desenvolvido de forma a poder ser usado com mais facilidade, a pôr em relevo nossos membros e suas postagens e a disponibilizar conexões e interação entre os principais protagonistas do mundo do marketing social, como o Facebook, o Twitter e o LinkedIn.

A primeira etapa foi um novo leiaute, limpo e completo, usando o que os programadores chamam “caixas de luz” (“light boxes”), um aplicativo que mostra imagens e outros conteúdos em janelas separadas na tela. O novo leiaute também dispõe de diferentes aplicativos em espaços retangulares (caixas) na tela, abrindo caminho para novas melhorias e mudanças futuras. Esta é uma etapa importante, pois permite a customização da comunidade conforme as necessidades de nossos membros.

Para apoiar o lançamento da nova estrutura, um novo conceito gráfico também era necessário para o CoffeeClub. Como o novo logo devia refletir *conexão*, a palavra *Network* foi suprimida, ficando apenas *CoffeeClub*. A *xícara* do logo inicial foi mantida, com o acréscimo de um duplo C para enfatizar *café* e *conexões*. Este ícone também será usado para divulgar o conteúdo do CoffeeClub em toda a internet.

IMAGEM 5 – NOVO LOGO



O principal objetivo do CoffeeClub agora é posto em relevo na página inicial: “connecting the coffee world” (“conectando o mundo do café”).

A estrutura do novo CoffeeClub se baseia em:

- conexões do mundo do café, onde todos os conteúdos e pessoas que tenham a ver com o café na internet inteira (por exemplo, no Twitter ou Facebook) poderão ser encontrados através do CoffeeClub;
- os lugares virtuais ocupados pelo café proporcionarão o ambiente perfeito para os membros dizerem quem são e o que querem fazer na rede;
- os instrumentos e aplicativos da plataforma deverão ser fáceis de usar e acessar.

Há três locais de interação: (1) a página inicial, por onde os visitantes e possivelmente os novos membros acessarão a plataforma pela primeira vez; (2) o My CoffeeClub, em que estará o perfil de nossos membros; e (3) as comunidades, divididas em dois grupos:

- as comunidades básicas e de uso gratuito; e
- as “comunidades premium” melhoradas.

Nas imagens abaixo mostra-se o leiaute da nova plataforma:

IMAGEM 6 – PÁGINA INICIAL

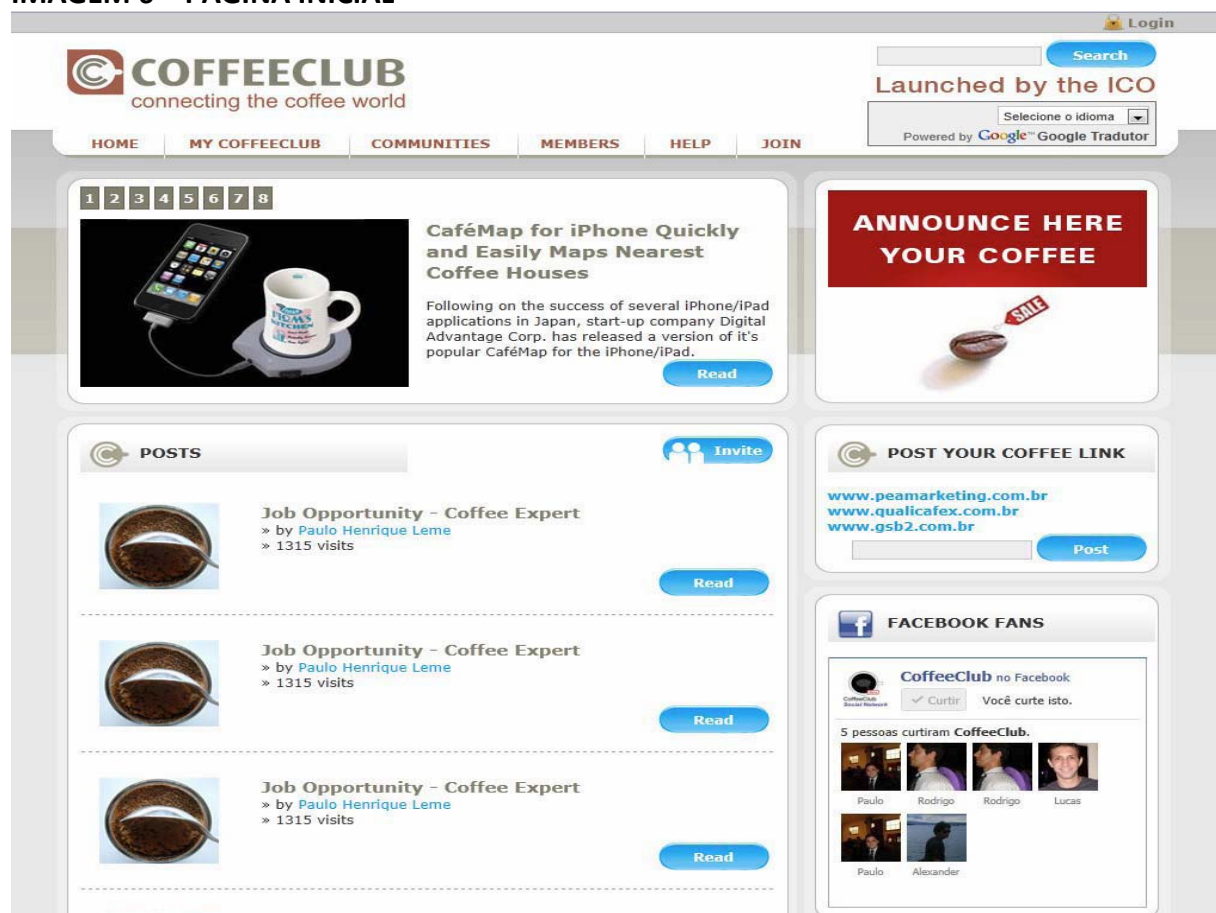
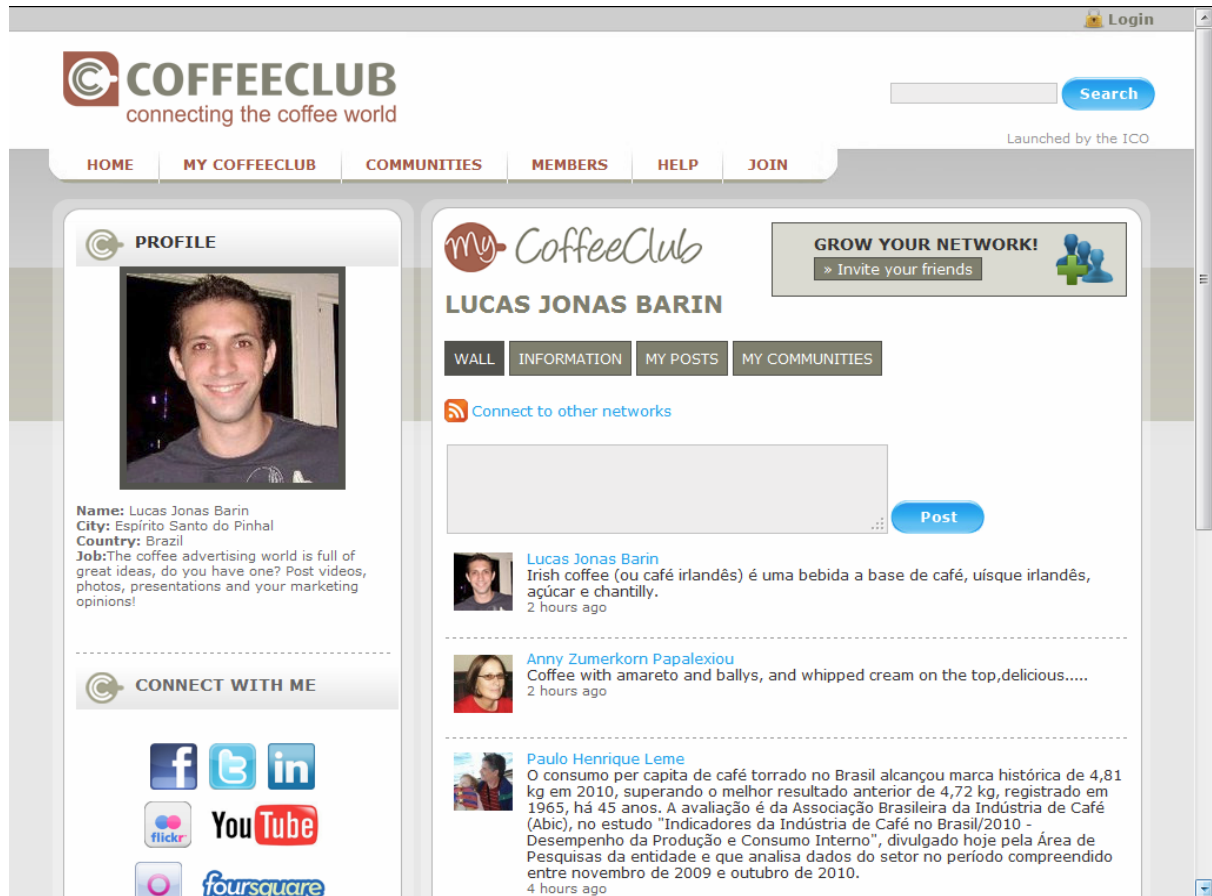


IMAGEM 7 – MY COFFEECLUB



COFFEECLUB
connecting the coffee world

HOME MY COFFEECLUB COMMUNITIES MEMBERS HELP JOIN

PROFILE

my CoffeeClub

LUCAS JONAS BARIN

WALL INFORMATION MY POSTS MY COMMUNITIES

Connect to other networks

Post

Name: Lucas Jonas Barin
City: Espirito 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

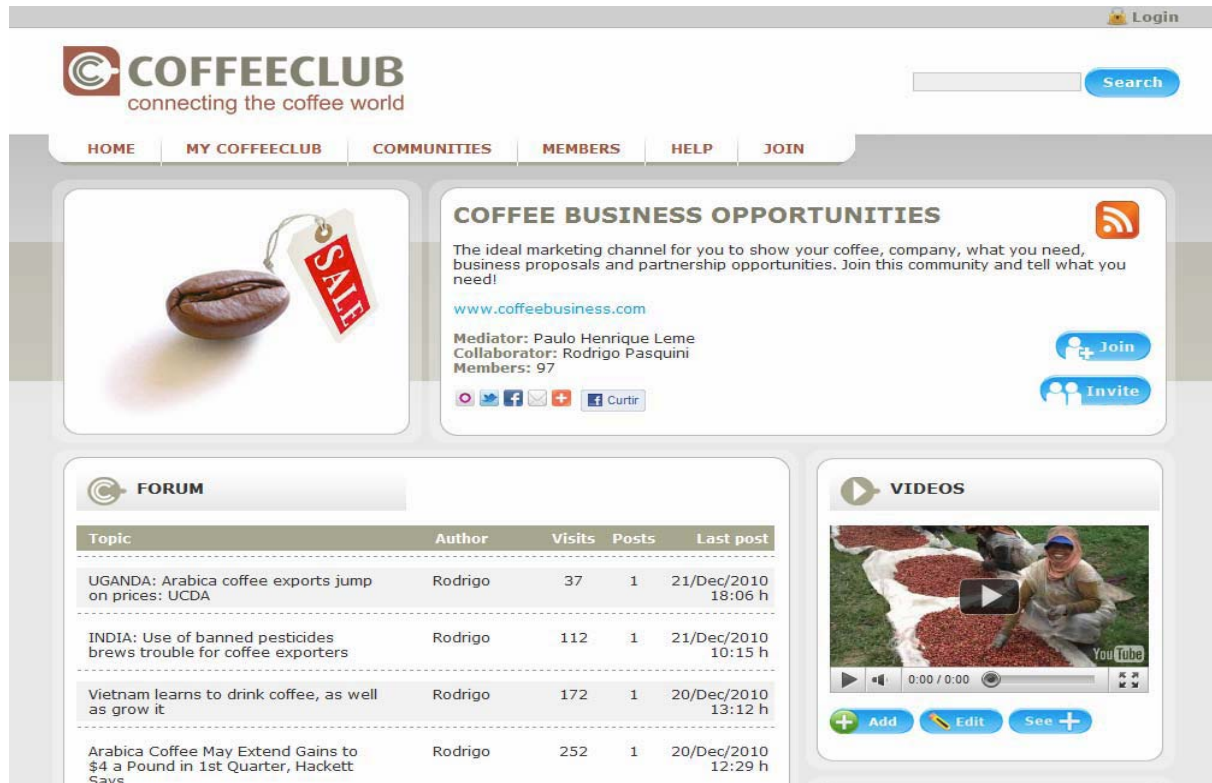
GROW YOUR NETWORK!
» Invite your friends

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

Anny Zumerkom Papalexioi
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

IMAGEM 8 – COMUNIDADE



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

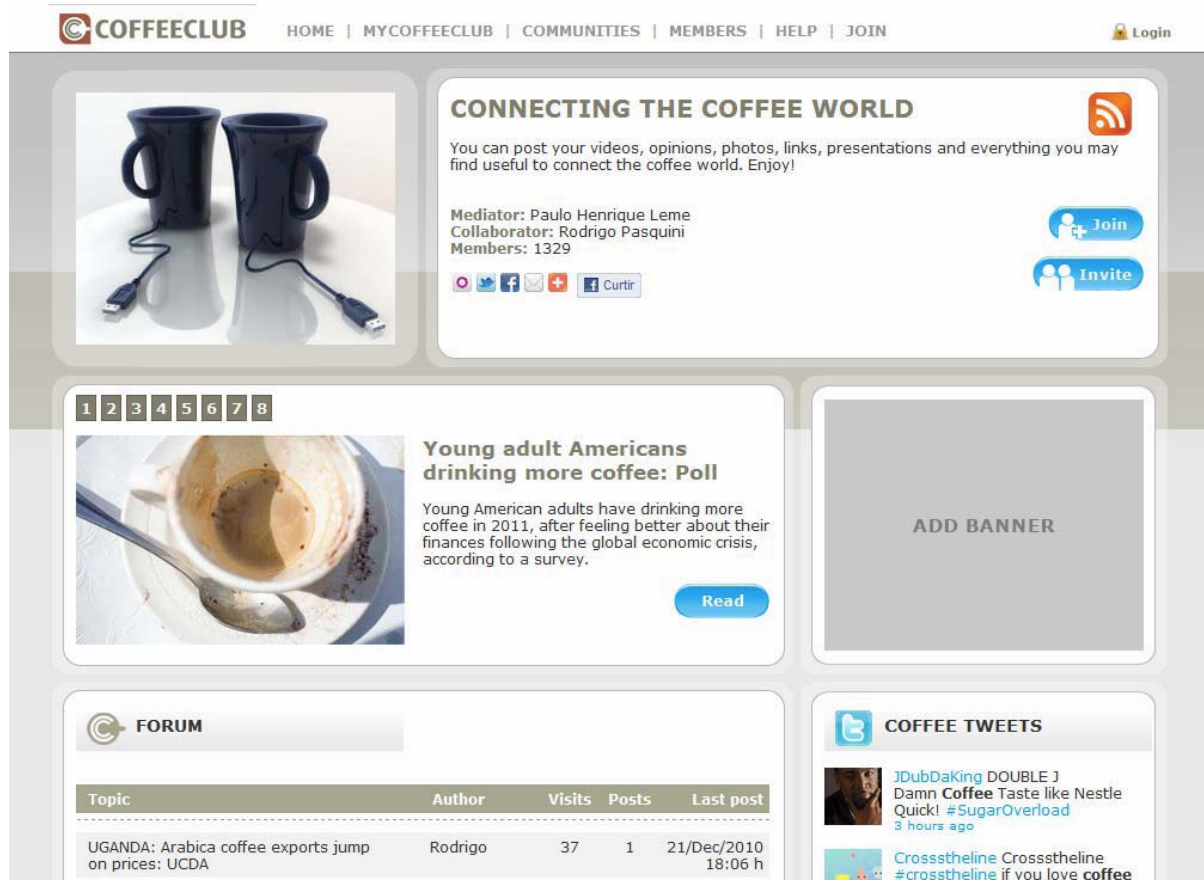
Topic	Author	Visits	Posts	Last post
UGANDA: Arabica coffee exports jump on prices: UCDA	Rodrigo	37	1	21/Dec/2010 18:06 h
INDIA: Use of banned pesticides brews trouble for coffee exporters	Rodrigo	112	1	21/Dec/2010 10:15 h
Vietnam learns to drink coffee, as well as grow it	Rodrigo	172	1	20/Dec/2010 13:12 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 +

IMAGEM 9 – COMUNIDADE PREMIUM



COFFEECLUB HOME | MYCOFFEECLUB | COMMUNITIES | MEMBERS | HELP | JOIN Login



CONNECTING THE COFFEE WORLD


You can post your videos, opinions, photos, links, presentations and everything you may find useful to connect the coffee world. Enjoy!

Mediator: Paulo Henrique Leme
Collaborator: Rodrigo Pasquini
Members: 1329

[Join](#) [Invite](#)

[Curtir](#)

1 2 3 4 5 6 7 8



Young adult Americans drinking more coffee: Poll

Young American adults have drinking more coffee in 2011, after feeling better about their finances following the global economic crisis, according to a survey.


[Read](#)


ADD BANNER

FORUM

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

COFFEE TWEETS

 JDubDaKing DOUBLE J Damn **Coffee** Taste like Nestle Quick! #SugarOverload 3 hours ago

 Crossstheline Crossstheline #crossstheline if you love **coffee**

Esperava-se que a nova plataforma já estivesse funcionando agora, mas os programadores contratados para desenvolver o projeto tiveram dificuldades em migrar o sistema para um novo servidor Webhost. Na verdade, o novo CoffeeClub exigia mais que uma simples migração; todo um novo sistema está sendo desenvolvido. Em resultado, mais horas de programação foram necessárias, causando o atraso do lançamento da nova plataforma.

Em junho/julho de 2011 será lançada a fase “Beta” do CoffeeClub, na qual os mediadores e programadores testarão a plataforma para detectar possíveis defeitos e problemas de conectividade.