

FIDEICOMISO MEXICO ALIMENTARIO

Embajador de marca

En un mercado cada vez más saturado en el que los consumidores están expuestos a una gran cantidad de mensajes publicitarios, no es fácil conseguir que una marca destaque. Limitarse a promocionar los beneficios de los productos no basta, las marcas deben ser capaces de comunicar sus valores y conectar emocionalmente con su público objetivo. Esa es precisamente la misión del embajador de marca.

¿Qué significa ser embajador de una marca?

El embajador de marca es una persona que representa la imagen de la organización ante su público objetivo. Encarna la identidad corporativa, se identifica con sus valores y se encarga de Fomentar nuestra Cultura y Tradiciones y por ende el Consumo de Productos con Identidad Nacional; por su Esencia, Impacto Social, Ecológico, Salud y Veracidad.

Basados en Innovación, Ciencia e Industria.

Con el uso de Minería de datos en relación a sus bondades, disponibilidad, mercados objetivos, hábitos de Consumo, Logística, Precio etc.

Vinculando a Centros de Innovación, Escuelas y Universidades; organizaciones, Gobiernos y Gremios.

Promoviendo Ferias, Exposiciones, Catas, Charlas, B2B, misiones de Negocios Presenciales, Inversas, híbridas y Virtuales.

Buscando Alianzas e Inversiones.

Asesorando a Nuestra Comunidad, Impulsando el respeto a los Derechos Humanos, Capacitando y Difundiendo el Acontecer de los sectores, Sus Comunidades en Base al Trabajo Digno, las Economías Verde y Circular;

el abatimiento a la Desnutrición, el Analfabetismo y las Causas de la Migración Forzada, entre otras métricas que permeen en Soluciones Locales de impacto Global para Repensar los Sistemas Alimentarios actuales poniendo en el Centro la Comunidad Productiva y el Consumidor de Alimentos de nuestro México Alimentario.

Los embajadores de marca realizan diferentes acciones promocionales offline y online. Deben convertirse en una de las voces del México Alimentario, acudir y Promover eventos en representación de la Misma, Comunicar de manera Continua y alimentar el interés por la marca a través de cualquier Medio Informando, Asesorando y Canalizando.

¿Cómo ser embajador del Fideicomiso México Alimentario?

Para ser embajador de una marca hay que cumplir ciertos requisitos. Ante todo, la persona debe tener una **buena reputación** dentro y fuera de su Comunidad de Impacto. También debe **identificarse y proyectar los valores de la marca**. Generalmente se busca a personas proactivas y extrovertidas con una **gran capacidad de comunicación** con el público objetivo.

Eso significa que para ser embajador de una marca hay que cuidar mucho la imagen y ser auténtico. Mantenerse activos en Eventos, Representaciones acciones y en especial en los Medios de Comunicación y las redes sociales para satisfacer las Necesidades del Público en General ya que **TODOS SOMOS PARTE DE LOS SISTEMAS ALIMENTARIOS** y nuestro deber es Comunicar de manera Veraz, Efectiva y Congruente lo que Representa nuestra Región, por qué consumir productos Sanos y Verdaderos; basados en nuestro Poder como Consumidores; para impactar en los Grandes Retos que la Salud y el deber ser nos demandan.

Si estas Interesado en ser Embajador de Marca, del Fideicomiso México Alimentario envía un correo a presidencia@mexican.farm para conocer más detalles al respecto.

La importancia del embajador

- **Humaniza la marca.** El embajador de marca, al convertirse en la cara de la organización, humaniza la marca acercándola a los consumidores para que conecten a un nivel emocional más profundo.
- **Amplifica el alcance social.** Los embajadores de marca reconocidos o con un gran número de seguidores pueden lograr que la organización llegue a un mayor número de clientes potenciales.
- **Potencia el branding.** Asociar la marca a un rostro conocido aumenta el atractivo de las campañas publicitarias estimulando el recuerdo de marca en la mente del consumidor.
- **Genera confianza en la marca.** Las recomendaciones de personas conocidas o admiradas aumentan la confianza en la marca y su credibilidad entre los consumidores.

El impacto positivo de las acciones de los embajadores de marca suele aumentar la popularidad de la empresa y, como resultado, se produce un incremento de las ventas.