

lunedì 19 ottobre 2015

callmewine

Il modo migliore
per comprare vino

Wine Meridian

Read It, Taste It

Italian daily news for key players and wine lovers



Export

Formazione

L'Esperto

Lavora nel vino

Degustazioni

Ristorazione nel mondo

Wine events

Italian wine terroir

Highlight wine producer

Tasting for you

Wine tours

Wine & food

Archivio news

News Archive

Notizie in Italiano

Only English news

Wine Meridian

Contact



Speri



venerdì 16 ottobre

Le 4 azioni promozionali del vino italiano all'estero

Winemaker's dinner, fiere, workshop, incoming: quale più efficace?



Quali sono le attività di promozione più efficaci? Ce lo siamo chiesti tante volte negli ultimi tempi e nel caos delle possibilità, abbiamo cercato di fare un pò di ordine e chiarezza. Pro e contro di fiere di settore, workshop, incoming... Oggi ci risponde l'esperta Michèle Shah, in Italia da più di 30 anni, consulente di marketing, giornalista e critica di vini, specializzata nella promozione dei vini italiani nei mercati stranieri.

Con lei abbiamo visto le principali attività che possono rientrare in un piano di promozione all'estero e quali sono le più consigliate a seconda del caso concreto. Ammesso e non concesso che un'azienda si possa permettere tutte queste azioni (e questi sono i casi eccezionali), ognuna di queste attività ha delle peculiarità che permettono di realizzare obiettivi specifici e di colpire fasce di mercato o interlocutori diversi.

Non c'è dunque un'azione che prevale sulle altre, ma il caso specifico dell'azienda richiede di essere analizzato prima di andare a fare investimenti in attività che non portano a nulla se programmate con superficialità. E dunque ancora una volta, no all'improvvisazione e al caso, via libera a piani di comunicazione e vendita mirati e ragionati, come



Newsletter

Wine Multimedia
Photos | Video Search

Tutti gli archivi / Archives

Più Visti / Most viewed

- 1 I media generalisti e le superficialità sul vino
- 2 Usa, piccoli importatori crescono
- 3 #HireMeVinality: a caccia di Export manager e Brand ambassador

Per la pubblicità su WineMeridian





ripetiamo da tempo.

Vediamo assieme 4 attività promozionali del vino:

"Winemaker's dinner"

Per le aziende che possono permetterselo e che si appoggiano ad agenzie PR con un network di stampa e wine critics importanti, i "winemaker's dinner" possono essere efficaci. Si invita il settore specializzato e si chiede ad un esperto stimato in quel mercato, magari un Master of Wine (MW), di presentare i vini in degustazione che spesso provengono da diverse aziende presenti durante la cena.

Fiere

Le fiere sono sempre importanti perché raggruppano un gran numero di produttori – ma gli enti fieristici devono investire e rinnovarsi in continuazione se vogliono rimanere efficaci, soprattutto per incontrare le necessità del momento e del mercato, comprese anche quelle di migliorare i servizi, essendo più "business effective".

Incoming

Gli incoming sono molto efficienti sia per la stampa di settore che quella generalista, perché il vino va comunicato a 360 gradi non solo nel settore specifico ma anche nei quotidiani, riviste life style, qualsiasi forma di pubblicazione che va letta dal consumatore.

Workshop

I workshop per gli importatori che sono seriamente intenzionati a incrementare il loro portfolio con prodotti nuovi, vanno bene per chi non ha ancora un network di possibili contatti commerciali e che vuole incontrarsi con rappresentanti esteri a casa propria. Questo tipo di attività dà la possibilità di incontrarsi magari con una decina di Paesi senza avere le spese né di ricerca né di viaggio. È un ottimo starting point e dalla mia esperienza in questo settore, organizzo workshop Speedtasting® in tutta Italia, vedo che c'è un frequente ritorno degli stessi partecipanti. Inoltre dare la possibilità al buyer di entrare in azienda e capire quello che c'è dietro l'etichetta è estremamente importante nel costruire un rapporto di reciproca intesa.

Download scheda formato PDF



Notizie dalla prima pagina

Vendere il vino: la cassetta degli attrezzi



Venerdì 18 dicembre 2015 il corso che fornirà un bagaglio commerciale per vendere il vino italiano all'estero

Redazione Wine Meridian

venerdì 16 ottobre

Le 4 azioni promozionali del vino italiano all'estero





Winemaker's dinner, fiere, workshop, incoming: quale più efficace?



venerdì 16 ottobre

**Il futuro del vino italiano?
L'internazionalizzazione e le risorse umane**

L'Italia è chiamata ad uscire dal guscio dell'improvvisazione e sapersi confrontare con i mercati mondiali con risorse umane preparate. Intervista a Massimo Bertamini, responsabile del

Dipartimento Istruzione post-secondaria e Universitaria della Fondazione Mach, che ci ha dato alcune anticipazioni del VI Seminario Internazionale Marketing del vino del 6 novembre 2015.



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5





Export

**Lavora
nel vino**

*Tasting
for you*

*Highlight
wine producer*

Follow us on:



Redazione

Collabora con noi

Invia foto e video

Iscriviti alla newsletter

Pubblicità su WineMeridian

Cerca

Editing

Work with us

Send photos and videos

Subscribe to newsletter

Advertise on WineMeridian

Search



ABSIT DAILY s.r.l. - C.F. e P.IVA: 04190470239 - Reg. Tribunale C. P. di Verona N° 1.992 R.S.del 30/07/2013