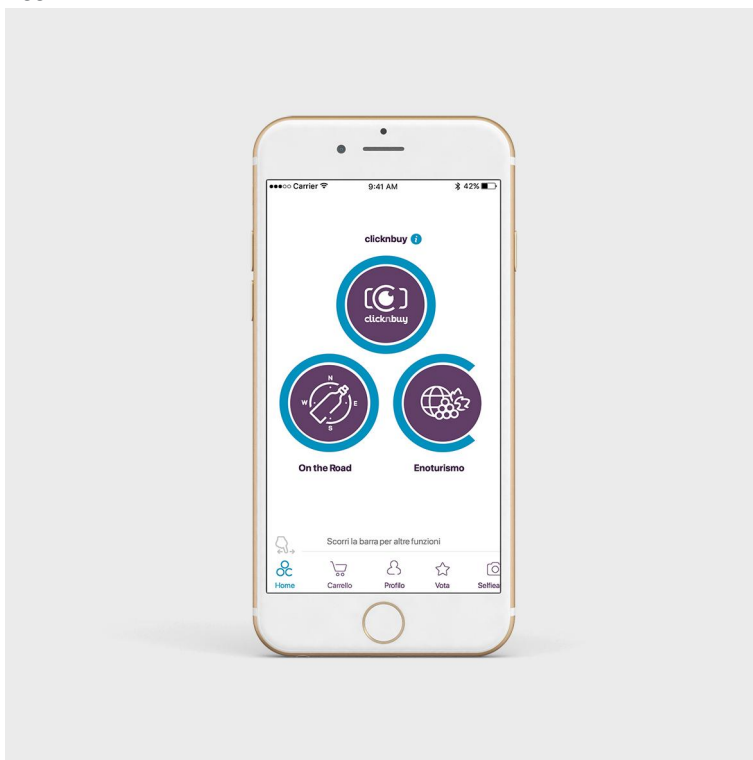


Enosocial®, lapp che dà valore al Direct to Consumer

Bastano pochi tap per vendere e acquistare in modo pratico, veloce ed efficace



Oggi attrarre i consumatori sta diventando un compito sempre più difficile, la creatività non basta, in un mondo in cui tutti hanno letteralmente tutto, sorprendere è un dono di pochi e l'ambizione di molti. Differenziarsi è la parola chiave, non si tratta più di fornire al consumatore un semplice prodotto ma di anticiparne le aspettative, creare un bisogno (e in questo i grandi colossi della tecnologia come Apple hanno lasciato il segno durante l'ultimo decennio) poiché i consumatori non stanno più domandando solo un'esperienza insieme al prodotto, ma sono già in cerca della migliore esperienza, la più pratica, veloce e stilosa. Sebbene alcune figure professionali non saranno contente di ciò, l'eliminazione di alcuni passaggi del processo di domanda, offerta e soddisfazione del bisogno, è la strategia vincente al momento. È ciò su cui fondamentalmente si basa il D-T-C, Direct to Consumer, l'eliminazione del cosiddetto middleman o intermediario per regalare ai consumatori il potere di avere nelle proprie mani il processo di acquisto, grazie solo a qualche tap sullo



Wine Meridian

Read It, Taste It

Italian daily news for key players and wine lovers

schermo. Enosocial® è fra le prime app in Italia a fare del D-T-C il suo punto cardine e quindi a dare valore al potere decisionale del consumatore, regalandogli un'esperienza più gratificante possibile. Grazie ai suoi servizi infatti produttori e consumatori hanno la possibilità di instaurare la compravendita senza filtri, a prezzi concordati e nel luogo che preferiscono. Vediamo meglio di cosa si tratta. La rivoluzione dell'app Enosocial®, scaricabile su App Store di iOS e Play Store di Android, vanta tre diversi servizi, tutti pensati perché gli interlocutori (produttori e clienti) possano usufruire di essi in autonomia e senza troppi swipe up.

Vini in Vendita Il primo servizio è una classica piattaforma di e-commerce dal nome Vini in Vendita, un servizio che si propone di essere un luogo virtuale di compravendita del vino e che svolge da solo il ruolo a cui accennavamo prima, l'intermediario. *Clicknbuy* Come il nome suggerisce, Clicknbuy è un servizio che si differenzia per la sua essenzialità, si tratta di un servizio di vendita geolocalizzato, e quindi attivabile solamente laddove il produttore ne sceglie l'attivazione, quindi in un luogo specifico. *Clicknbuy in cantina*, ad esempio, regala all'utente la possibilità di acquistare il vino appena degustato in cantina anche in grandi quantità, senza doversi portare dietro pesanti cartoni o casse o banalmente senza dover pensare ad un trasporto via corriere qualora optasse per una spedizione. *Enosocial®* pensa a tutto, fornendosi solamente di spedizionieri certificati ed efficienti. *Clicknbuy in Fiera* La vera rivoluzione fra le mani. Sempre grazie al sistema Clicknbuy, il servizio permette l'acquisto massivo di prodotti all'interno di una fiera o di un evento, eliminando completamente il problema della compilazione di bolle o il trasporto di bottiglie a mano in giro per leventi. Un doppio vantaggio, le cantine non dovranno preoccuparsi più di portare scorte di vino da vendere e gli utenti, dopo pochi click, potranno acquistare il prodotto appena degustato negli stand e riceverlo comodamente all'indirizzo indicato e con spese di consegna molto convenienti. Potremmo dire comodo e compulsivo. Chi non ne sarebbe invogliato?