

Creare un wine club: quanto faresti pagare alla tua community?

scritto da Lavinia Furlani | 16 Ottobre 2023



I wine club sono delle **vere e proprie associazioni** grazie alle quali i membri iscritti hanno la possibilità di ricevere dei **servizi esclusivi**. È proprio la percezione di esclusività infatti a rendere questo strumento estremamente attrattivo, portando vantaggio sia all'azienda che ai membri.

I benefici riassunti in poche

parole

Il wine club è uno strumento di partnership consolidata tra il produttore e il consumatore finale, dove entrambi ricevono una serie di benefici.

I benefici per l'azienda:

- Fidelizzare
- Vendere più vino ai privati
- Fare upselling vendendo servizi aggiuntivi
- Conoscere il gusto dei consumatori
- Creare un network attorno all'azienda a cui attingere per eventi speciali o molto altro

I benefici per il membro:

- Accesso a servizi esclusivi (degustazioni guidate, la possibilità di invitare amici...)
- L'accesso a sconti
- Possibilità di ricevere prodotti in anteprima
- Spedizione automatica a casa senza pensieri

Ci sforziamo tanto perché gruppi di enoturisti sempre diversi comprino bottiglie al termine della visita, ma **perché non concentrare le energie in un sistema che porta l'enoturista a comprare non una singola volta, ma più volte nel tempo?**

Minor sforzo e maggiore resa nel tempo assicurati!

Creare un wine club: a che prezzo lo offriresti?

Bene, ora che hai ben chiaro perché dovresti iniziare a considerare realmente di aprire un wine club nella tua azienda, **è il momento di capire come dovresti impostarlo.**

Seguendo il metodo delle **4 P del marketing (product, price, placement, promotion)**, il secondo step dopo aver chiarito cosa vuoi offrire con il tuo wine club è definirne il prezzo.

Negli Stati Uniti, patria delle community del vino, i prezzi variano enormemente da azienda ad azienda o in base alla tipologia di abbonamento, arrivando anche a cifre che si aggirano intorno ai 600 dollari. **Lo abbiamo già detto durante il nostro viaggio negli USA e lo ribadiamo:** gli americani non regalano nulla ma anzi, sono dei maestri nel valorizzare enormemente ciò che hanno.

Different è la situazione in Italia dove di wine club ne esistono pochi rimanendo un fenomeno poco conosciuto. Proporre prezzi d'iscrizione alti qui sarebbe difficile e a lungo andare potrebbe rivelarsi una strategia controproducente per l'introduzione di questo sistema in Italia.

Perciò chiediamo a voi: **come impostereste il vostro wine club?**

Offrire l'iscrizione gratuita può essere un metodo per avvicinare il pubblico italiano al mondo dei club?

Scrivici a redazione@winemeridian.com e facci sapere cosa ne pensi.