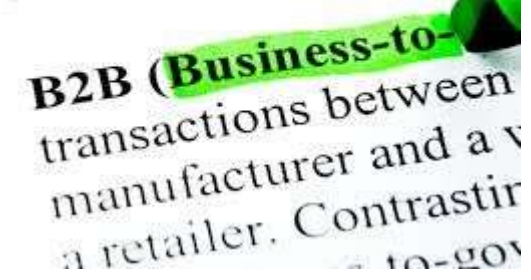


Astenersi perditempo: l'importanza di un efficace B2B

scritto da Redazione Wine Meridian | 9 Settembre 2016

B2B



B2B (Business-to-business)
transactions between
a manufacturer and a
retailer. Contrastir
to-gov

Astenersi perditempo: questa potrebbe essere la clausola di partecipazione a “International Wine Traders”, il format di eventi internazionali di Iron3, che permette di far incontrare domanda e offerta solo se reciprocamente interessati.

Il tema dell'incontro domanda e offerta nel settore vitivinicolo è ormai quello più strategico per le aziende italiane che vogliono sviluppare business sui mercati internazionali.

Sono molte le iniziative, cosiddette “B2B” (business to business), che si organizzano sia in Italia che all'estero e per le aziende non è sempre facile individuare quelle più efficaci e ed efficienti.

Avere la possibilità di incontrare solo buyers interessati, permette alle aziende un notevole risparmio sia di tempo che di denaro; ecco perché Iron3 seleziona operatori internazionali (buyer, importatori, distributori) coerenti con le diverse tipologie aziendali perché fondamentale non è solo che i buyer siano affidabile e professionali ma che abbiano caratteristiche idonee ai diversi e molteplici fabbisogni delle imprese del vino italiane.

Con i wine workshop “International Wine Traders” Iron3 mette a

frutto l'esperienza ed il know-how maturati a livello internazionale, favorendo la creazione di nuove relazioni commerciali in un contesto esclusivo permette di focalizzarsi anche sulle relazioni umane, base di ogni business.

La valenza strategica della partecipazione ai meeting di "International Wine Traders" sta nell'organizzazione di un calendario serrato di appuntamenti ed incontri con gli interlocutori rilevanti per il proprio business per stabilire relazioni commerciali che si traducano in vantaggiose opportunità.

Per il 2016 Iron3 ha già organizzato 5 workshop e in programma, per l'autunno, rimangono "International Wine Traders" Peschiera Borromeo e IWT Berlino.

È dal 2013 che il tour fa tappa due giorni a Peschiera del Garda; un appuntamento fisso, per gli operatori e per le aziende. Le due giornate vedono impegnati aziende e buyers in incontri programmati che permettono di far incontrare professionisti realmente interessati. I buyers quest'anno provengono da Germania, Danimarca, Regno Unito, Stati Uniti, Svizzera, Olanda, Singapore, Belgio, Irlanda, Russia, Canada, Slovenia, Lituania, Repubblica Ceca, Polonia, Brasile.

Dopo Peschiera, il tour farà tappa a Berlino, per permettere alle aziende vinicole di allargare e/o consolidare il mercato tedesco.

A Berlino le aziende italiane incontreranno gli operatori locali: importatori e distributori, giornalisti, grossisti, dettaglianti (dettaglio specializzato, singolo e organizzato), ristoratori, albergatori ed enotecari.

Per aiutare le aziende nello sviluppo di questo mercato, verrà organizzato un seminario formativo condotto da un esperto del mercato tedesco, secondo mercato per i vini italiani.

Precederà l'inizio del walk around, una Master class dedicata ad alcuni vini in degustazione riservata agli operatori.