La tecnologia dell’e-commerce applicata alle vendite dirette

scritto da Alice Alberti | 4 Maggio 2017

Le vendite dirette in cantina negli ultimi anni hanno fatto segnare un incremento notevole, soprattutto negli Stati Uniti (il cui valore è passato da 1,3 miliardi di dollari nel 2011 a 2,33 miliardi nel 2016), ma non solo. Pensandoci non è difficile capirne il perché: il fenomeno dell’enoturismo a livello mondiale è ormai consolidato, una persona viene in cantina, vive una piacevole esperienza, assaggia del buon vino e decide di portarsi a casa delle bottiglie. Ma se il cliente viene dall’estero o non ha la possibilità di portar via subito i propri acquisti è necessario ricorrere alle spedizioni. E qui le cose si complicano decisamente, soprattutto per le PMI. I costi, la gestione e i rischi delle spedizioni non sono cosa da poco e limitano fortemente lo sviluppo di questo promettente canale di vendita.

Durante lo scorso Vinitaly, Tannico, primo player italiano nel settore dell’e-commerce, ha presentato WinePlatform, una nuova

piattaforma che promette di rivoluzionare il mercato delle vendite dirette. “Dopo aver visitato molte aziende negli ultimi dodici mesi” ha affermato l’amministratore delegato di Tannico, Marco Magnocavallo “abbiamo deciso di sviluppare uno strumento in grado di dare un supporto tecnico e logistico per le vendite dirette”.

Basandosi sull’esperienza acquisita da Tannico nell’e-commerce, WinePlatform permette alle aziende di esternalizzare completamente la tecnologia, la logistica e il customer care legati alla vendita diretta e di spedire in tutta Italia, Europa e Paesi extra CEE a condizioni decisamente vantaggiose. Nella fattispecie i servizi offerti comprendono: la gestione della piattaforma tecnologica, che può essere ad accesso limitato da password o ad accesso libero; la ricezione di ordini e pagamenti con carta di credito; picking, packing ed emissione di documenti di trasporto e fiscali; la gestione di accise e pratiche doganali; il servizio di customer care; il download di dati di vendita e dei dati personali dei clienti per azioni di marketing; la possibilità di emettere codici sconto e coupon ed un report mensile degli incassi.
Le aziende inoltre possono completamente personalizzare la piattaforma, così come anche i documenti di trasporto e gli imballaggi, in modo da essere del tutto svincolate dal brand Tannico, che in questo caso agisce come un agente (provvigione e rifatturazione dei costi vivi). I vini, tenuti in conto deposito, vengono consegnati in Italia entro 24 ore, in Europa entro 2/3 giorni e negli Stati Uniti entro 10 giorni.

I clienti dovranno registrarsi, inserire l’indirizzo di consegna (grazie al quale la piattaforma adatta automaticamente il prezzo di vendita, calcolando gli eventuali dazi doganali), scegliere il proprio vino preferito e la quantità e procedere con il pagamento.

“WinePlatform è attiva da circa due mesi. Al momento abbiamo un’azienda che la sta già usando a tutti gli effetti, ma ce ne sono altre venti in attivazione nel corso dei prossimi mesi”

ha concluso Magnocavallo.
Seguiremo con interesse lo sviluppo di questo promettente progetto e soprattutto delle sue (ce lo auguriamo) positive ricadute sul mercato delle vendite dirette in cantina e, più in generale, sull’export italiano di vino.

https://www.tannico.it/chi-siamo