

Qual è il vino più digitato sui motori di ricerca?

scritto da Noemi Mengo | 21 Agosto 2019



L'acquisto di vino, in moltissime occasioni, parte proprio da qui: una semplice parola digitata all'interno della barra di un motore di ricerca. Così ha inizio il lungo percorso che legherà il consumatore ad un prodotto, magari rendendolo un bevitore abituale di esso. **Come capire però se si rientra all'interno di milioni, o meglio miliardi, di ricerche che avvengono ogni giorno sul web e in che percentuale?** Come trarne efficacia? A tradurre un po' di dati ci ha pensato Bytek, e a riportarvi quelli che riteniamo più interessanti, ci pensiamo noi.

Bytek, per chi già non la conoscesse, è una Martech company che sviluppa piattaforme per search marketing, digital advertising & lead generation e content marketing data-driven. Il suo approccio accompagna e supporta le aziende nella definizione di obiettivi e strategie di marketing, attraverso l'analisi dei dati, oltre a fornire formazione diretta per aziende e privati.

L'analisi condotta da Bytek si è occupata di monitorare le ricerche online, focalizzandosi sui **paesi del G7**, quindi

Italia, Francia, Germania, UK, USA, Canada e Giappone, mercati d'interesse per l'export italiano. La ricerca è stata condotta sfruttando il sistema SEO (Search Engine Optimization), che, monitorando le ricerche, studia i bisogni degli utenti e permette la pianificazione di strategie di marketing. Entrando nello specifico, le analisi condotte sono state analisi di stagionalità, share of voice (la visibilità dei competitor), delle domande più digitate, confronti su altri mercati, analisi di search journey (collegamento all'interesse di acquisto) e dei trend maggiori.

Dal 2015 al 2018, il paese in cui si sono verificate più ricerche rispetto al numero di utilizzatori di internet, è la Francia, il cui numero medio di ricerche annuali si attesta a 4,916,420 ricerche, al secondo posto gli Stati Uniti, che hanno un numero medio più alto (quasi 16 milioni di ricerche) ma semplicemente perché rapportato al totale della popolazione nel Paese. L'Italia è solo al quarto posto, e all'ultimo troviamo il Giappone con quasi 3 milioni di media nel giro di 3 anni.

Applicando un algoritmo di clustering (analisi dei gruppi) emerge che in Francia ed in Italia le ricerche sono più simili fra loro rispetto a quelle degli altri 5 Paesi analizzati.

In particolare in **Italia** troviamo un trend di ricerca generale in forte crescita senza stagionalità, con la maggior parte delle ricerche concentrate nei cluster "regione", "tipologia", "vitigno". Fra le tipologie italiane più digitate c'è il Prosecco, al secondo posto lo Chardonnay e al terzo la Ribolla Gialla.

In **Francia** si è verificata un'alta concentrazione di ricerche specifiche sul vino per quanto riguarda nome e tipologia, soprattutto nel periodo di dicembre. Anche qui il vitigno più cercato è il Prosecco. Alta quantità di ricerche specifiche sul vino soprattutto per la categoria nome e tipologia, concentrate nel periodo di dicembre. Un cluster in crescita è sicuramente la ricerca di contesti come "magazine",

“produttore”, “regione”, segno quindi di una tendenza alla ricerca di informazioni.

Infine in Giappone, osserviamo un trend di ricerca stabile senza stagionalità con interesse crescente per gli accessori. Sul vino italiano le ricerche cambiano e sono infatti concentrate su Chardonnay al primo posto, con un interesse crescente per le regioni di produzione e i corsi di sommelier, scende al secondo posto il Prosecco, al terzo il Cabernet sauvignon.

Quali sono i produttori più cercati per categoria?

Nella categoria Prosecco, i più ricercati sono Drusian, Soligo e Mionetto; per lo Chardonnay al primo posto Castello di Banfi, poi segue Ca' del Bosco; per la Ribolla Gialla, al primo posto Bastianich, al secondo Felluga.