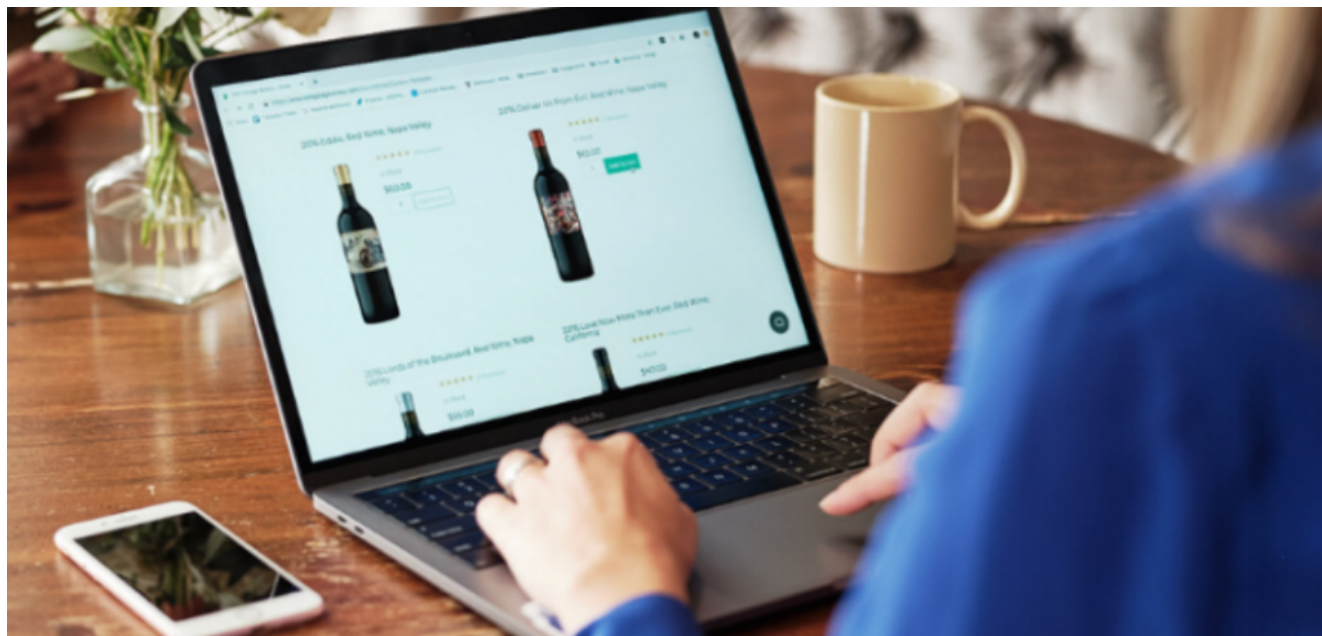


Vendita online: la tua azienda è pronta?

scritto da Emanuele Fiorio | 4 Novembre 2021



La società di consulenza Salisbury Creative Group ha analizzato **500 siti web e pagine social aziendali di cantine** per capire gli sviluppi ed i livelli raggiunti nella vendita di vino online. I risultati sono stati illuminanti ed anche un po' inquietanti.

Data la natura competitiva dell'industria del vino ed il più alto livello mai registrato nell'acquisto di vino online, era pronosticabile un livello di capacità e disponibilità maggiori a vendere vino sul web.

In sostanza **sono emerse queste evidenze:**

1. La stragrande maggioranza dei siti web delle cantine hanno **form per iscriversi alla mailing list mal strutturati**,
2. Esiste una **correlazione** abbastanza profonda **tra la presenza di link ai social sui siti web delle cantine e il numero di follower sui social**.
3. La maggior parte delle cantine non sta ancora sfruttando

adeguatamente la **pubblicità su Facebook e Instagram** (al di là del semplice aumento dei post).

4. Risulta evidente la **mancanza di comprensione** di ciò che serve veramente per avere successo nella **vendita di vino online**.

1 – La stragrande maggioranza dei siti web delle cantine hanno form di iscrizione alla newsletter mal funzionanti e mal strutturati.

C'è una correlazione diretta tra la grandezza del database di contatti email di un'azienda vinicola e la capacità di vendere vino online direttamente al consumatore. Questo vale anche per il trade.

L'importanza di far crescere continuamente la lista di email di consumatori ben qualificati e acquirenti commerciali deve rappresentare una priorità per chi si occupa di vendita e marketing all'interno di un'azienda vinicola.

Ma è abbastanza emblematico scoprire che più del 90% delle cantine intervistate da Salisbury Creative Group hanno solo un "touch point" sul loro sito web per iscriversi alla newsletter.



3) La maggior parte delle aziende vinicole non sta ancora

sfruttando adeguatamente le inserzioni su Facebook e Instagram.

Le campagne pubblicitarie su Facebook non sono così semplici come si potrebbe pensare, gestire il Business Manager è piuttosto complesso.

Ma la complessità e la difficoltà non cambiano il dato per cui Facebook è la piattaforma di marketing più sorprendente della storia e la buona notizia è che è disponibile per tutte le aziende, non importa quanto piccole.

Per soli 5 dollari al giorno, qualsiasi azienda vinicola può raggiungere migliaia di potenziali clienti ogni mese. Non è possibile vendere il vino a qualcuno che non sa che esisti. E le probabilità di aumentare gli iscritti alla newsletter sono estremamente basse se non si utilizzano gli strumenti di advertising di Facebook e Instagram per raggiungerli.