

Vivino rivoluziona strategia UK: basta vendite dirette, spazio ai rivenditori indipendenti

scritto da Emanuele Fiorio | 7 Settembre 2023



Vivino, la nota applicazione che raccoglie le recensioni, aiuta gli utenti a valutare i vini e propone offerte dedicate, sta mettendo in campo una svolta strategica nel suo approccio all'e-commerce nel Regno Unito. **Invece di perseguire le vendite dirette, l'azienda si affiderà alla sua rete di rivenditori indipendenti per soddisfare le esigenze dei consumatori britannici.**

Fondata nel 2010, Vivino è diventata rapidamente l'app dedicata al vino più scaricata al mondo. Dai 27 milioni di utenti globali nel 2018, è cresciuta fino a raggiungere i 42 milioni nel 2020 e gli attuali 65 milioni. Nel Regno Unito, conta attualmente 3 milioni di utenti.

Harpers ha recentemente svelato l'intenzione di Vivino di interrompere il proprio business DTC alla community di utenti

di Vivino nel Regno Unito. L'azienda si concentrerà esclusivamente sulla sua rete di circa 60 rivenditori indipendenti, incaricati di evadere gli ordini in tutto il paese.

Nick Bell, COO di Vivino, ha sottolineato che nonostante il cambiamento nella strategia e-commerce, **la missione fondamentale di Vivino rimane invariata**. L'obiettivo è rendere il mondo del vino più accessibile e meno complicato per i consumatori. Spesso, l'acquisto di vino può essere un processo complicato, e Vivino è nata proprio per semplificarlo.

Inizialmente, Vivino aveva avviato il suo modello di e-commerce costruendo una rete di commercianti di vino che fornivano prodotti ai clienti. Tuttavia, con una base molto solida di rivenditori indipendenti nel Regno Unito, l'azienda ha deciso di non dare seguito alle vendite dirette. I suoi partner commerciali sono ora in grado di soddisfare le esigenze dei clienti con una vasta gamma di vini.

La rete di commercianti di Vivino conta attualmente 1.100 rivenditori in tutto il mondo, distribuiti su 17 mercati diversi, circa 60 nel Regno Unito. Questa rete è stata fondamentale per il successo di Vivino nel settore e-commerce.

Bell ha inoltre sottolineato che il modello di business di Vivino ha due componenti principali:

- community,
- e-commerce.

Negli ultimi dieci anni, l'azienda ha sviluppato entrambi gli aspetti, aiutando i consumatori a prendere decisioni informate sull'acquisto di vini e collaborando con i commercianti per soddisfare queste esigenze.

Tuttavia recentemente Vivino ha destinato maggiori risorse alla community, investendo in innovazioni per migliorare

l'esperienza degli utenti. Una di queste innovazioni è la funzionalità "Match For You", che suggerisce e fornisce punteggi ed informazioni personalizzate per determinati vini basati sulle preferenze del singolo utente.

Uno degli obiettivi futuri di Vivino è espandere l'offerta legata alla formazione ed educazione, con l'obiettivo di rendere più accessibile il mondo del vino a coloro che desiderano approfondire le proprie conoscenze in materia. L'azienda mira anche a continuare a centralizzare operazioni e analisi dei dati.

In un mercato in cui diverse regioni vitivinicole hanno dimostrato di avere più somiglianze che differenze, **Vivino sta sfruttando la sua esperienza globale per trasferire ed adattare le best practices e le innovazioni da un mercato all'altro**. L'azienda sta cercando di trovare un equilibrio tra prezzi accessibili per i consumatori e un'ampia gamma di vini offerti dai suoi rivenditori.

Il mercato del Regno Unito servirà come apripista per intraprendere questo nuovo indirizzo, abbandonando le vendite dirette a favore di una collaborazione più stretta con rivenditori indipendenti. Con una comunità globale in crescita e una rete di commercianti consolidata, Vivino continua a sviluppare modalità innovative per semplificare il mondo del vino e migliorare l'esperienza di acquisto dei suoi utenti.