Wine2wine: quando le persone sono al centro di tutto

scritto da Agnese Ceschi | 4 Dicembre 2017



Wine2wine day 1. La prima giornata del forum del business del vino si è conclusa con numerosi spunti di riflessione. Sfogliamo gli appunti e cerchiamo di mettere ordine tra le cose più interessanti che abbiamo ascoltato tra trend di mercato, dati, analisi e opinioni ciò che più ci è rimasto è una riflessione: il segreto per assicurarsi un futuro prospero nel mondo del vino è puntare dritto alle persone, o meglio al cuore delle persone.

Da anni si parla di storytelling aziendale, ma non basta più: secondo i seminari di wine2wine, sia che si tratti di frontiera digitale o di nuovi mercati emergenti, ciò che contraddistingue un prodotto di qualità è tutto ciò che quel prodotto rappresenta per i destinatari a cui si rivolge.

Parola chiave? Fattore umano.

Digitale. I seminari a tema digitale sono stati sicuramente tra quelli più riusciti della prima giornata, tra questi il seminario sul confronto tra le wine apps odierne, condotto da Mike Madaio, editore di "lifeattable.com" e il seminario sull'app Vivino, condotto da Mauro Bricolo, Italy Country Manager di Vivino.
Ciò che emerso dalle parole dell'esperto Mike Madaio è che, soprattutto grazie all'avvento dei Millennials nel mercato, è stato riscontrato un cambiamento nel comportamento degli utenti, più concentrati su un'immagine pulita e concisa del prodotto. Dunque è importante analizzare cosa vogliono e cercano gli utenti prima di qualsiasi azione di marketing sulle piattaforme digitali (e non solo, diremmo noi).
Mauro Bricolo ha invece esposto la recentissima introduzione nella piattaforma Vivino: la sezione marketplace. Sulla stregua dell'innovazione proposta da Amazon, anche Vivino, da un mese a questa parte, ospita una sezione dedicata esclusivamente alla compravendita di vino. Ciò che la rende una funzione davvero pratica è la possibilità di commerciare i propri prodotti senza nessuna tassa di iscrizione e con tempistiche sorprendenti. Nuovamente le persone al centro.

Nuove frontiere. In questa prima giornata di wine2wine gli spunti necessari per portare le proprie imprese ad una considerevole espansione in nuovi territori non sono mancati. Il promettente Stato americano della North Carolina è stato l'oggetto di analisi dell'intervento di Jeffrey Porter, manager del Batali e Bastianich Hospitality Group. In un panorama americano molto florido per il mondo del vino, con un importazione di vino non domestico in volume di più di 3,7 bilioni di dollari, di cui più di 1 bilione rappresentato dal vino italiano, lo Stato della costa sud orientale, assieme al Colorado, è tra i più promettenti del momento per popolazione in crescita, livello medio di educazione, tenore di vita medio alto e quantità importante di ristoranti e società di

importazione in crescita.
Spostandoci in Europa, e precisamente in Danimarca, Jennifer Delaloca, giovane importatrice danese, ha esposto i motivi per cui commercializzare nel Paese “più ricco e felice al mondo”, che dice essere molto adatto per scarsa produzione interna e grande amore per il Belpaese.
Infine, Gill Gordon Smith, ambasciatrice VIA, produttrice e rivenditrice specializzata in varietà italiane, ha tenuto un interessante seminario riguardo le somiglianze tra Australia e Italia. Dalla relatrice un’insolita proposta per unire le forze: una collaborazione tra Italia e Australia, che potrebbe favorire entrambe le nazioni in una possibile espansione sul mercato cinese, ancora di difficile penetrazione.

Il fattore umano sovrasta la molteplicità di dati.
Il seminario al femminile, condotto da Jennifer Jo Wiseman, ha analizzato una problematica importante, ovvero scovare dei veri e propri profili, oltre alle buzzwords, cioè i dati sulla base dei quali indicizzare i target di clientela. Grazie ad una serie di esempi concreti la Wiseman ha mostrato come il concentrarsi sul lato umano dei consumatori possa davvero aiutare a controllare i trend del mercato e condurre la propria azienda nella direzione giusta.
Attendiamo con curiosità cosa ci riserverà la seconda e ultima giornata del forum sul business del vino.