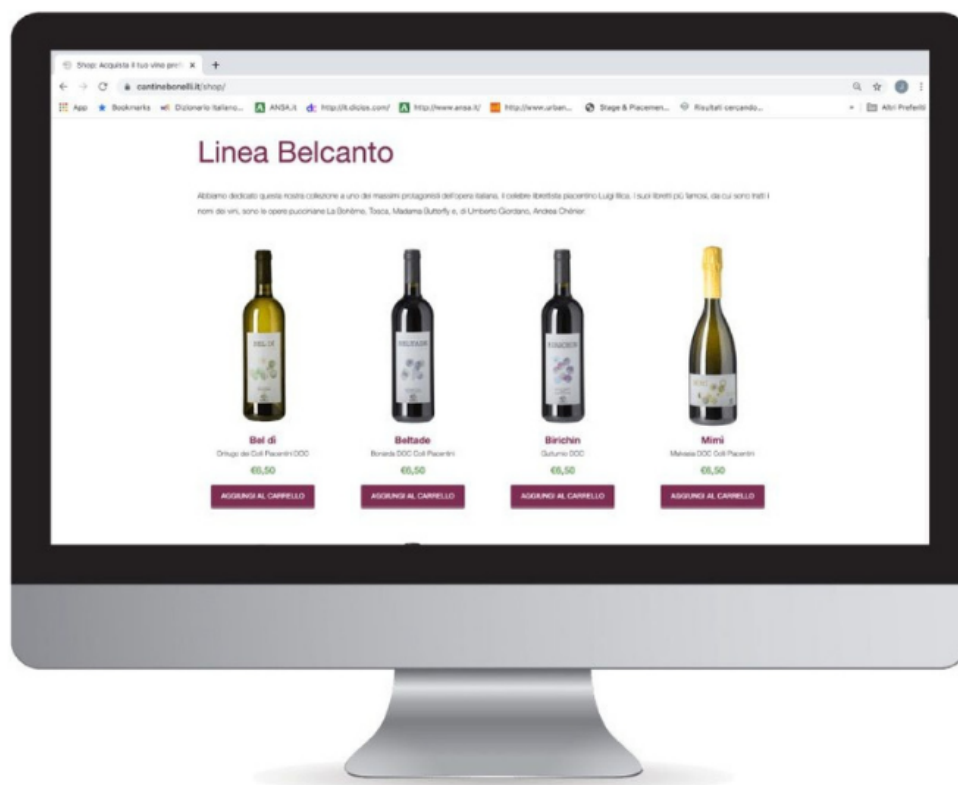


Wine Suite: la digitalizzazione della customer experience delle cantine italiane

scritto da Veronica Zin | 27 Febbraio 2022



Matteo Ranghetti – co-founder di DIVINEA e tra gli ideatori di Wine Suite, un software che si occupa di automatizzare la gestione delle visite in cantina – durante il Wine Tech Symposium ha detto che **“l’Italia è il più grande produttore di vino al mondo, eppure siamo ancora dei principianti nella vendita Direct-To-Consumer, che è una modalità che permette di vendere vino senza intermediari, di conoscere i propri clienti, al fine di trasformarli da clienti occasionali in clienti abituali – e di implementare una strategia di marketing basata sui dati – un settore che il nostro paese ha bisogno di conoscere in modo più approfondito”**.

Questo – spiega Matteo – è il momento perfetto per digitalizzarsi per tre motivi:

1. Perché **c'è un livello molto basso di digitalizzazione:** in Italia siamo 10-15 anni indietro rispetto agli Stati Uniti e questo comporta non solo svantaggi ma anche l'impossibilità di poter innovare come dovremmo per trarre i benefici che la tecnologia ha da offrire.
2. Perché **nelle aziende c'è un cambio generazionale:** la gestione passa in mano al “figlio del produttore” che è, di fatto, un Millennial ed è nato nell'ottica di utilizzo degli strumenti digitali all'interno dell'azienda.
3. Perché **il Covid-19 ha riscritto le regole e scombussolato i piani:** uno degli effetti positivi che la pandemia ha creato è una forte accelerazione alla spinta digitale nelle aziende vitivinicole.

Proprio durante il Covid-19, infatti, **tutti i canali di distribuzione nazionale tradizionali si sono azzerati e le aziende hanno dovuto rimediare creando un e-commerce che potesse permettere loro di continuare l'attività anche in pieno lockdown.** Ebbene – continua Ranghetti –, ora il 12% delle cantine italiane ha un e-commerce: sembra un dato smilzo, ma in realtà è un enorme passo avanti rispetto alla situazione pre-pandemica.

Secondo Matteo **rimaniamo comunque ben lontani dal raggiungere i livelli della Napa Valley o della Francia:** due realtà che, se proporzionate ai nostri livelli di produzione, vendono molto di più al consumatore finale rispetto a noi perché sanno comunicare meglio e sanno gestire in modo più efficiente la clientela.

Non c'è altra soluzione se non innovare e Wine Suite è un software, un gestionale di CRM e Marketing che si basa sui dati per aiutare la cantina ad estrarre sempre più valore dai clienti privati. Come ci riesce?

Matteo Ranghetti spiega che **Wine Suite ha delle specifiche**

funzioni che riescono a coprire, digitalizzare e rinnovare a 360° tutti i punti di contatto tra produttore e consumatore.

Il software permette di gestire le prenotazioni enoturistiche sia sul sito della cantina, che su siti di terze parti attraverso un calendario integrato e digitalizzato.

Wine Suite inoltre consente di gestire sia le vendite di vino online che avvengono attraverso l'e-commerce della cantina o marketplace esterni, sia le attività commerciali in cantina attraverso un punto di vendita integrato nella piattaforma. In questo modo i dati e le preferenze d'acquisto di un consumatore non vengono mai perse.

Al giorno d'oggi – afferma Matteo – **quasi nessuno raccoglie i dati dei turisti che prenotano un'esperienza e, successivamente, acquistano vino:** non si riesce ad associare il vino venduto in cantina ad un nome, un cognome ed una mail e, pertanto, non si riesce a trasformare i clienti di passaggio in clienti abituali.

L'evoluzione tecnologica è ormai tangibile e il giusto investimento **potrebbe rappresentare un grande salto di qualità per l'azienda che lo mette in atto.**

Wine Suite non propone trucchi di magia, ma un software – ben progettato sulla base di dati e di trend concreti – che possa portare l'azienda al passo con i tempi. **Devi solamente decidere se anche la tua azienda vuole correre verso il futuro.**