

E-commerce del vino, come farlo bene



Negli ultimi mesi anche in Italia si è vista un'esplosione delle vendite di vino sui siti di **e-commerce**. Un'esplosione che, arrivata con il lockdown, ha colto tanti impreparati. Del resto, se da un lato i consumatori italiani si erano abituati in questi anni ad acquistare online libri e viaggi, il vino restava il fanalino di coda, una nicchia all'interno della nicchia delle vendite online di **prodotti enogastronomici**.

Per chi è già partito, e per chi sta decidendo di farlo ora, ecco dunque alcuni accorgimenti di cui tenere conto per poter offrire un servizio all'altezza delle

aspettative dei consumatori.

Il sito

Ovviamente è questo il punto di partenza. La scelta più comune è quella di creare un sito ad hoc o comunque di aggiungere una sezione dedicata alle **vendite online**. Al di là dell'aspetto tecnico, è importante ragionare innanzitutto in termini di **quantitativi minimi**, spese e tempi di spedizione, e indicare tutto in modo chiaro sul sito. La maggior parte delle aziende chiede di acquistare multipli di sei bottiglie – una scelta ragionevole che vi permette di semplificarvi un po' la vita ed è facilmente accettata dal **consumatore** che, ricordiamolo, se acquista direttamente sul sito di un produttore non lo fa per un acquisto di impulso come farebbe in un'enoteca fisica, ma lo fa per farsi anche un po' di **scorta**.

Promuovere l'e-commerce

Se avete raccolto i dati di chi è venuto a trovarvi in cantina e ha già acquistato i vostri vini nella **vendita diretta** a questo punto sarete avvantaggiati: per cominciare potrete inviare una **newsletter** a loro e, solitamente, la percentuale di chi decide di **ripetere l'acquisto** in questi casi è particolarmente alta. Ovviamente poi sarà bene parlare di questo nuovo servizio anche sui **social** con post ad hoc e magari, perché no, fare anche un po' di promozione su **Facebook**. Da questo punto di vista provate ad esempio a selezionare i vostri fan come **target della pubblicità**: Facebook infatti non mostra i vostri post a tutti i vostri fan e in questo modo sarete sicuri che tutti, tra chi vi conosce, sappiano che avete introdotto questo nuovo servizio.

Tratto dall'articolo pubblicato su *Vite&Vino* n. 4/2020

E-commerce del vino, una guida per farlo bene

di S. G. Scarso

L'articolo completo è disponibile per gli abbonati anche su Rivista Digitale