

## Newsletter 05/2008 - novità dal mondo del vino e internet

Gentile lettore,

non è sempre facile capire chi lavora seriamente e mette anima, corpo e cuore nel proprio lavoro. Come distinguere il falso dal vero, il cattivo dal buono, lo sbagliato dal giusto? Domande che si pongono i consumatori, ma anche chi pensa di usufruire di modelli di business nella rete. In alcuni casi possono essere i mass media tradizionali che fanno chiarezza. [E' la trasmissione televisiva Agri3 di Rai3, che si è interessata del lavoro di Wein-Plus raccontando della nascente importanza della rete anche per l'agricoltura. Guardare qui il servizio tv...](#)

### Wein-Plus: crescita online molto superiore alla media

Sono appena usciti i dati dell'Istituto per l'Accertamento Diffusione Stampa in Germania IVW (Informationsgemeinschaft zur Verbreitung von Werbeträgern) per il primo trimestre 2008. Si nota che il numero di abbonati delle riviste del vino è in calo in confronto al anno precedente. Ecco qualche esempio:

- Vinum: -4,4%
- Weingourmet: -1,4%
- Weinwelt: -2,0%
- Weinwirtschaft: -0,7%
- Selection: -6,8%
- Wein&Markt: -1,0%

Diversamente si pongono le cifre di Wein-Plus. Nel periodo dal primo trimestre 2007 al primo trimestre 2008 ci sono stati 14,5% più abbonati e le registrazioni sono aumentate addirittura del 30,4%. Nonostante il fatto sia che le riviste abbiano lettori non abbonati che Wein-Plus abbia lettori non registrati, si nota un trend in favore del media online. [Qui tutte le cifre di Wein-Plus.](#)

La comunicazione del vino:

### Descrivere il vino partendo dalla nostra mente – terza parte (di cinque)

Come comunicare con le diverse tipologie di clienti

#### Il "cliente rosso" e i suoi vini

Compito: Orientato alla autoaffermazione	- chiara presa di posizione (positivo-negativo, giusto-sbagliato) - emotivo, spontaneo - tra paura e aggressività, attacco e fuga
Arco temporale: Orientato al presente	- reagisce spontaneamente e direttamente, qui e adesso - poco paziente - decisionista - ama le novità
Contesto sociale: Bisogno di contatto e dominio	- forte, autoritario per natura - grande volontà - diretto, rifugge i compromessi

Rivendicazioni: Status (Riconoscimento)	- desiderio di riconoscimento sociale (automobili, abbigliamento, gioielli etc.) - ama distinguersi
---	--

Il comportamento del venditore dovrebbe essere orientato alle **esigenze del "cliente rosso"**, che:

- ama giudizi grossolani e immediati (cosa viene offerto? Quanto costa?)
- viene annoiato dai dettagli
- desidera il più nuovo, il migliore, il più grande
- desidera appartenere ai "primi"
- attribuisce importanza al prestigio
- desidera vantaggio e superiorità
- è diretto nei giudizi, anche negativi
- ama proposte accessibili, concrete, pratiche
- non ha paura dei limiti
- veloce nel decidere
- ha forti pregiudizi
- desidera mantenere la faccia

**Le strategie di successo** del venditore per il "cliente rosso":

- non annoiare con dettagli e lunghe spiegazioni
- si possono influenzare pesantemente le decisioni d'acquisto
- presentare soprattutto le novità a questo cliente
- evitare le descrizioni prolisse, dare pochi dettagli tecnici

Novità, come per esempio un vino "sur-lie", va presentato con una sola definizione. Se questa non è conosciuta al cliente, egli porrà subito la questione. Spesso i "clienti rossi" danno un'occhiata distratta alla carta dei vini e dicono: "vorrei il Pinot nero del 2003". Poi nel seguito della degustazione, continuano a tornare ad osservare la carta dei vini.

La prossima volta: Come individuare e trattare i "**clienti blu**" (descrizione in 3/2008).

La prossima edizione di questa newsletter uscirà fra circa un mese. Se avete perso una precedente, la trovate [nell'archivio newsletter](#).

Per commenti, domande e/o suggerimenti ci scriva per favore una mail. Grazie. [Cosa dicono gli altri di Wein-Plus leggete qui](#).

Intanto auguriamo buon vino a tutti!

Il suo team di Wein-Plus

Wein-Plus - Il portale più letto nel mondo del vino in Europa

[www.Wein-Plus.de](http://www.Wein-Plus.de) - [www.Wein-Plus.com](http://www.Wein-Plus.com)

Ulteriori informazioni anche qui: [www.wein-plus.it](http://www.wein-plus.it)

Wein-Plus GmbH, Wetterkreuz 19, D-91058 Erlangen, Tel: +49 1803 151505, Register HRB 10563, Amtsgericht Fürth, Steuernummer: 21614220519, Geschäftsführer: Utz Graafmann, Fax: +49 9131 755050, E-Mail: [contact@wein-plus.it](mailto:contact@wein-plus.it)