

Webinar per Cantine

L'EMAIL MARKETING COME PRIMO CANALE DI CONVERSIONE PER UNA CANTINA.

Il webinar inizierà tra pochi minuti.

Giovedì 28 luglio 2023 - ore 17.00

Chi è Divinea?

Siamo l'impresa tecnologica italiana specializzata in **prodotti e servizi digitali per il settore vitivinicolo**.

Il nostro obiettivo è quello di accompagnare le cantine italiane attraverso il processo di digitalizzazione e supportarle nell'adozione di **strumenti fondamentali per la gestione delle relazioni con i consumatori finali**.



Programmazione webinar 2023

23 febbraio 2023

1.

“Raccolta dati e buone pratiche di vendita **in fiera**: una strategia efficace per Vinitaly 2023.”

30 marzo 2023

2.

“Cos'è il **CRM**? Serve davvero alla mia cantina?”

27 aprile 2023

3.

“Preparati per la **stagione enoturistica** e aumenta i visitatori in cantina.”

25 maggio 2023

4.

“Webinar per cantine: Presentazione Report Enoturismo e Vendite DTC.”

29 giugno 2023

5.

“Il **sito web** della mia cantina è un canale di conversione?”

27 luglio 2023

6.

“**eCommerce di vino e Wine Club** - L'innovazione digitale che funziona per la mia cantina.”

28 settembre 2023

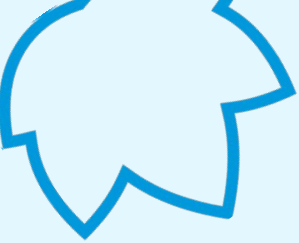
7.

“L'**email marketing** come primo canale di conversione per una cantina.”

26 ottobre 2023

8.

“Wine Suite il CRM per cantine: **Un ecosistema integrato** con software e gestionali tipici del settore vitivinicolo.”



Gli speaker del webinar di oggi!



Roberto Villa
CMO
DIVINEA



Giulia Tramet
Titolare
FASOL MENIN



AGENDA

17.
00

Perché è importante l'Email Marketing per una cantina oggi?

17.
10

Dati e trend del settore.
L'Email Marketing per la cantine italiane oggi.

17.
20

Fondamentali dell'Email Marketing.
Pianificazione, struttura e contenuti.

17.
30

Il valore dell'Email Marketing con Giulia Tramet della Cantina Fasol Menin.

17.
40

Sessione di domande e risposte

1.

Perché è importante l'Email Marketing per una cantina oggi?



What?

Che cosa significa Email Marketing?

→ Chatgpt risponde così:

L'email marketing è una strategia di marketing digitale che prevede l'utilizzo delle email come strumento principale per **promuovere prodotti, servizi o contenuti, nonché per stabilire e mantenere relazioni con clienti attuali e potenziali.**

NEWSLETTER



Scopo: informazione ed engagement del pubblico.

Frequenza: costante a intervalli regolari e specificati.

Contenuto: di interesse per il lettore, non per forza solo legato alla nostra azienda.

Design: coerente nel tempo con testi anche lunghi e descrittivi.

DEM



Scopo: Promozione di un prodotto, servizio, evento.

Frequenza: una tantum e ad hoc per specifica azione e campagna.

Contenuto: inerente ai nostri obiettivi di promozione e vendita.

Design: studiato per convertire attraverso una call to action chiara e visibile.



Perché è importante per una cantina?

Offre alle cantine italiane un modo altamente efficace per **stabilire connessioni** personali con i clienti, **promuovere** i loro prodotti e migliorare l'esperienza complessiva. È uno strumento potente per mantenere e rafforzare il legame con i clienti, nonché per **aumentare le vendite dirette** di vino e **esperienze enoturistiche**.

1.

COMUNICAZIONE
DIRETTA CON I CLIENTI



2.

PERSONALIZZAZIONE
DEI MESSAGGI



3.

PROMOZIONE EVENTI
ED ESPERIENZE



4.

PROMOZIONE VENDITE
DIRETTE

8.

RISPARMIO SUI COSTI
DI MARKETING



7.

MISURAZIONE E
OTTIMIZZAZIONE



6.

POSIZIONAMENTO
BRAND E FIDUCIA.



5.

RACCOLTA RECENSIONI
E FEEDBACK

2.

Dati e trend del settore. L'Email Marketing per la cantine italiane oggi.

Dato incoraggiante, ma se lo guardiamo
al contrario significa che il:



***51,5%**
delle cantine fa
Email Marketing

***48,5%**
delle cantine NON
fa Email Marketing



* Con che frequenza le cantine italiane inviano Email Marketing?

44,29 %

→ Una mail per stagione/festività.

38,57 %

→ Mensilmente.

12,86 %

→ Ogni due settimane.

2,86 %

→ Settimanalmente.

1,43 %

→ Più volte alla settimana.



48,8 %

Il tasso di apertura medio
delle comunicazioni inviate
dalle cantine italiane.



5,3 %

Il CTR delle mail
inviate dalle
cantine italiane.



30 - 60 %

Il tasso di conversione
through rate.

* FUNNEL DI CONVERSIONE DELL'EMAIL MARKETING



I dati.

* il **44%** delle
cantine invia
comunicazioni
personalizzate.

58,33 %

51,67 %

48,33 %

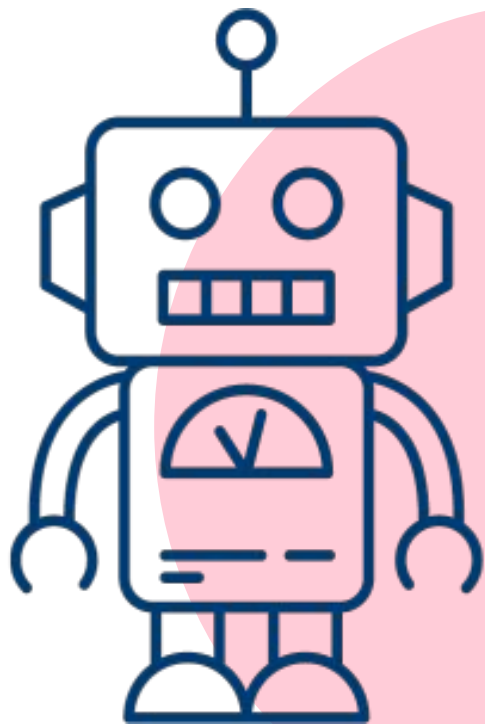
31,67 %

31,67 %

30 %

16,67 %

- Lingua parlata
- Paese di provenienza.
- Storico interazioni.
- Storico acquisti.
- Gusti e preferenze.
- Età.
- Sesso.



*** 70,6%**
delle cantine NON
fa Automation.

il che significa che solo una piccola
parte delle cantine italiane:

*** 29,4%**
delle cantine fa
automazione tramite l'email.

3.

Fondamentali dell'Email Marketing. Pianificazione, struttura e contenuti.

Check list per pianificare la tua strategia:



Fase 1: Preparazione.

☐

1. Definizione degli obiettivi:

→ Identifica chiaramente gli obiettivi che desideri raggiungere con la tua strategia di email marketing. Ad esempio, aumentare le vendite dirette, fidelizzare i clienti esistenti o acquisire nuovi clienti.

☐

2. Analisi del pubblico di destinazione:

→ Segmenta il tuo pubblico in base a criteri come età, genere, posizione geografica, preferenze di vino, comportamento di acquisto passato, ecc..

☐

3. Crea un calendario editoriale:

→ Pianifica i tuoi invii in modo strategico, tenendo conto delle festività, delle stagioni e degli eventi correlati al settore vinicolo.

☐

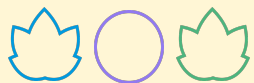
4. Raccolta e gestione dei contatti:

→ Assicurati di avere una lista di contatti di alta qualità e conformi alle leggi sulla privacy (GDPR in Europa). Puoi utilizzare moduli di iscrizione sul sito web, eventi aziendali o programmi di fidelizzazione per raccogliere nuovi contatti.

☐

5. Scelta della piattaforma di email marketing:

→ Scegli una piattaforma di email marketing affidabile e adatta alle esigenze della tua cantina.



Fase 2: Creazione.



6. Creazione di contenuti di valore:

→ Crea contenuti interessanti e informativi relativi al mondo del vino, come suggerimenti per l'abbinamento cibo-vino, storie sul processo di produzione, notizie sul settore e offerte speciali.



7. Sviluppo di contenuti visivi:

→ Utilizza immagini e grafica rilevanti, personalizzate e di buona qualità.



8. Personalizzazione delle email:

→ Utilizza dati demografici e comportamentali per personalizzare le tue email. Le email personalizzate tendono ad avere migliori risultati.



9. Ottimizzazione per dispositivi mobili:

→ Assicurati che le tue email siano facilmente leggibili su dispositivi mobili, poiché molte persone aprono le email da smartphone o tablet.



10. Rispetto delle normative sulla privacy:

→ Assicurati di rispettare tutte le leggi sulla privacy, inclusa la possibilità di opt-out per gli utenti e la gestione delle autorizzazioni.

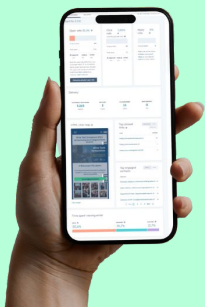


11. Testing e ottimizzazione:

→ Prima di inviare le email, esegui test A/B su vari elementi come oggetto, linee oggetto, testo, call to action, e orario di invio. Ottimizza in base ai risultati.



Fase 3: Controllo e ottimizzazione.



12. Monitoraggio delle metriche di performance:

→ Monitora attentamente le metriche di email marketing come il tasso di apertura, il tasso di clic, il tasso di conversione e il tasso di disiscrizione. Utilizza questi dati per migliorare le tue future campagne.



13. Valutazione e adattamento costante:

→ Periodicamente, rivedi la tua strategia e adattala in base ai feedback dei clienti e ai risultati ottenuti.



14. Analisi competitiva:

→ Analizza le strategie di email marketing dei tuoi concorrenti per identificare opportunità o tendenze.



15. Integrazione con altri canali di marketing:

→ Coordina la tua strategia di email marketing con altri canali di marketing, come i social media e il tuo sito web.



16. Automatizzazione delle email:

→ Utilizza l'automazione per inviare email di follow-up, messaggi di compleanno, o email di carrello abbandonato, se applicabile.

Design e struttura

Logo aziendale: Include il tuo logo aziendale in alto nell'email per rafforzare il riconoscimento del marchio.

Immagini pertinenti: Utilizza immagini di alta qualità che siano pertinenti al messaggio, posizionate nell'intestazione per catturare l'attenzione.

Testo ben formattato: Utilizza una combinazione di caratteri leggibili e formattazione appropriata per evidenziare le informazioni chiave.

Chiamate all'azione (CTA) visibili: dovrebbero essere ben evidenziate con colori contrastanti e testo chiaro per incoraggiare i destinatari a compiere l'azione.

Wine Tech Symposium 2023:

dal Direct-to-Consumer all'Intelligenza Artificiale per cantine.



4° Edizione del WTS, ci siamo!

L'annuale appuntamento di confronto tra cantine e professionisti del settore vitivinicolo in tema di innovazione ritorna in data venerdì **10 novembre 2023**.

L'evento è riservato a produttori vitivinicoli e professionisti del settore.

[Iscriviti oggi gratuitamente](#)



Design e struttura

Colori coerenti: Utilizza una palette di colori coerente con il tuo marchio per creare coerenza visiva.

Layout ben strutturato: Organizza il contenuto in un layout ben strutturato con sezioni chiare, intestazioni e spazi bianchi per una facile lettura.

Grafici o grafici informativi: Se hai dati o statistiche rilevanti da condividere, usa grafici o grafici per renderli più comprensibili e interessanti.

Elementi interattivi: Aggiungi elementi interattivi come pulsanti, caroselli di immagini o sondaggi direttamente nell'email per coinvolgere i destinatari.



Di cosa si parlerà al WTS 2023?

Tante le tematiche e gli ospiti in programma per questa 4° edizione del WTS! Si parlerà di Enoturismo e Vendite Dirette, di CRM, data analytics e integrazione con gestionali, di marketing digitale, di sostenibilità ambientale, produttiva ed economica e di intelligenza artificiale a supporto delle cantine italiane.

Scopri ora gli speaker e l'agenda dell'evento:

[Info Evento e Agenda](#)



Design e struttura

Immagini ottimizzate: Assicurati che le immagini siano ottimizzate per il caricamento veloce e la visualizzazione su dispositivi mobili.

Spazi vuoti e margine: Utilizza spazi vuoti e margini adeguati per garantire che l'email non sembri affollata o confusionaria.

Rafforzo della CTA: inserisci più bottoni per la cta con un testo differente per convincere tutti i lettori.

Versione testo alternativa (Alt text): Includi testo alternativo delle immagini in modo che chi disabilita le immagini possa comprenderne il contenuto.



Quando?

Il WTS 2023 si terrà venerdì 10 novembre
a partire dalle ore 9:30.



Dove?

L'evento sarà ospitato presso la nostra sede di Milano:
Le Village by CA, un bellissimo ex convento del XV secolo
riqualificato ad HUB di Innovazione e situato nel centro della città,
in Corso di Porta Romana 61.

[RISERVA IL TUO POSTO](#)

Partner e sponsor dell'evento



divinea



Design e struttura

Consistenza visiva: tra le tue diverse email per aiutare i destinatari a riconoscere immediatamente che provengono dalla tua azienda.

Esempi di prodotti o servizi: Se stai promuovendo prodotti o servizi specifici, mostra immagini o miniature di questi elementi per suscitare l'interesse.

Footer informativo: Aggiungi un footer all'email con informazioni legali, link per la disiscrizione e i dettagli di contatto dell'azienda.

Social media e icone di condivisione: Includi icone dei social media e invita i destinatari a condividere il contenuto delle email sui loro profili social.

[RISERVA IL TUO POSTO](#)

Partner e sponsor dell'evento



Organizzatori



divinea



winesuite

Chi Siamo?

Wine Suite è il software CRM e marketing sviluppato da Divinea: l'impresa tecnologica specializzata in soluzioni e servizi digitali per le aziende vitivinicole italiane.



3.

I valore dell'Email Marketing con Giulia Tramet – Fasol Menin.



→ ARTE COLLINARE

La nostra filosofia: **Arte, dinamicità e innovazione.** sono questi i valori che racchiudono la filosofia ed i prodotti Fasol Menin. La cantina, immersa in dolci colline di filari secolari, **si fonde armoniosamente con il paesaggio artistico autoctono.**

→ TRADIZIONE VALDOBBIADENESE

Nel 1812 la famiglia Fasol eresse le fondamenta del omonimo borgo che negli anni ha incredibilmente **conservato il legame con il passato** rimanendo, ad oggi, un vero e proprio museo di civiltà contadina.

→ INNOVAZIONE

Giulia, Alessandro ed Alberto sono i giovani vignaioli con l'ambizione di portare l'eccellenza del Valdobbiadene DOCG verso nuove frontiere, affrontando **le grandi sfide di un settore in continua evoluzione**, dal cambiamento climatico alla sostenibilità in generale.

→ UNA VISIONE

Per questo Fasol Menin produce il “vino simbolo” del territorio, **il Valdobbiadene DOCG Prosecco Superiore**, con orgoglio, passione e **coscienza etica** seguendo e governando personalmente tutta la filiera produttiva ed utilizzando tecnologie avanzate.



Domande?

Grazie a tutti per la partecipazione!

Prossimo appuntamento
Giovedì 26 ottobre 2023

*“Wine Suite il CRM per cantine:
Un ecosistema integrato.”*

wine-suite.com
comunicazione@divinea.com

Prova Wine Suite

