vinetur

Comunicación, transformación digital y enoturismo, retos del sector vinícola

Nuevos enfoques de comunicación, procesos de digitalización de la gestión en bodega a partir de las últimas tecnologías y una mirada hacia las estrategias enoturísticas más eficientes han sido los ejes de la última sesión de las Jornadas Vitivinícolas D.O. Navarra celebradas en la Universidad Pública de Navarra

jueves 26 de octubre de 2017



Las Jornadas Vitivinícolas D.O. Navarra han acogido en la Universidad Pública de Navarra la celebración de WineTech Forum donde varios expertos han debatido sobre acciones para el crecimiento comercial eficaz de las bodegas.

Nuevos enfoques de comunicación, procesos de digitalización de la gestión en bodega a partir de las últimas tecnologías y una mirada hacia las estrategias enoturísticas más eficientes han sido los ejes de la última sesión de las Jornadas Vitivinícolas D.O. Navarra celebradas en la Universidad Pública de Navarra (UPNA).

Jesús Mora Cayetano, coordinador general de la Conferencia Española de Consejos Reguladores (CECRV), Andrés Sáenz, director de comunicación de TIPSA-Microsoft y Reyes Ávila, experto en enoturismo ofrecieron las claves para la mejora de la comercialización de las bodegas.

Jesús Mora abría la sesión con una exposición sobre la campaña de información y divulgación de CECRV, Movimiento Vino D.O. cuyos objetivos principales son servir de puerta de entrada fácil, atractiva y sencilla al mundo del vino con D.O. para nuevos consumidores y difundir de una manera divertida y a través de distintos ámbitos

culturales los valores del vino con denominaciones de origen. "Queremos ayudar a cambiar la percepción del vino. Modernizarlo, desmitificarlo y que aparezca como una opción más en la mente del público joven en su ocio", afirmaba el ponente. Y así contribuye la campaña con un lenguaje fácil y directo, asociando al vino con otros muchos aspectos culturales y tendencias como el cine, la literatura, el diseño, la moda o las nuevas tecnologías.

A continuación, Andrés Sáenz abordó la transformación digital vitivinícola contemplada como un proceso estratégico para optimizar los procesos de gestión de las bodegas, analizarlos e interactuar con fluidez y precisión con los clientes. "La información cualitativa y cuantitativa que ofrece un sistema de gestión integral digital da un valor enorme a la gestión de las organizaciones", afirmaba Sáenz. En definitiva, la digitalización contribuye a simplificar el trabajo de los empleados, potenciar su talento y desarrollar nuevos modelos de negocio en torno al vino y su cultura.

El evento se cerraba aportando un nuevo enfoque sobre el enoturismo, concebido como un producto avanzado y con la vista puesta en la forma de desarrollar estrategias para su comercialización eficiente. Reyes Ávila, fundador de Antar Estrategias Creativas, apostaba por un enoturismo profesionalizado, como fuente de alta rentabilidad, orientado a un modelo basado en bodega y experiencia más que en territorio y destino. "El enoturismo no es turismo, es una herramienta comercial fundamental para una bodega", apuntaba. Entre otras claves, subrayó la importancia de la gestión de las experiencias y de superar las expectativas del enoturista.