vinetur

¿Estuviste en el Albariño 2014? ¡Mira que fiestaza!

viernes 12 de septiembre de 2014

ESCRITO POR VINOANUNCIOS.COM

Iniciativas Marcos Lodeiro regaló un centenar de camisetas a los organizadores

Un joven emprendedor cullerdense patrocina la Feria del Albariño

Lodeiro descubrió pronto que lo suyo no era para trabajar para otros. Antes de cumplir los 30, creó una página web para que pequeñas bodegas pudieran anunciar gratis sus productos, y en menos de año acumula un millar de publicaciones

[IRIA P. GESTAL / A. C.] Marcos Lodeiro comenzó su andadura profesional trabajando para una fábrica de paneles solares en Lalín cuando todavía estudiaba en el instituto. Después se formó como comercial y trabajó unos años en la venta directa, pero no tardó mucho en darse cuenta de que lo suyo no era trabajar para otros.

Su primera empresa fracasó, y en el 2012 una amiga holandesa que se dedica a la exportación le comentó que el sector del vino en España estaba atomizado porque, a pesar de que hay muchas buenas bodegas, solo se conocen las que tienen posibles para hacer grandes campañas de márketing. «Hay muchos pequeños productores y con muy buenos productos que no tienen esa capacidad porque trabajan sobre todo en un entorno local y no pueden expandirse», explica Lodeiro. Entonces surgió la idea: Marcos pensó que, si diera a bodegueros un espacio donde poder vender sus productos sin que les supusiera ningún coste, podrían llegar a más público. «Pienso que la mayoría de proyectos fracasan por la falta de un buen estudio de mercado, así que me tomé muy en serio esta parte.



Un centenar de organizadores llevaron en la Feria la camiseta patrocinada por Vinoanuncios

La web contra los súper

En el 2012 empecé a hacer encuestas por toda España para saber si realmente había la necesidad que yo pensaba. El estudio confirmó, además, que habría consumidores que estarían dispuestos a comprar el vino de bodegas desconocidas si pudieran contactar directamente con el anunciante, sin intermediarios», cuenta Marcos. Así nació Vinoanuncios.com, la alternativa que ha plantado cara al mercado del vino, dominado, como el dice, por unas pocas bodegas, y donde los supermercados eran, hasta ahora, su principal punto de venta. Hasta un 70 % del vino vendido en España se vende en ese tipo de establecimientos, según datos del Observatorio Español del Mercado del Vino. Marcos asegura que la red está ganando puestos: «Este último año, la venta de vino por Internet supuso un 20 % del mercado», comenta. «Pero la gente que compra vino por Internet suele buscar cosas diferentes, cosechas particulares, o probar los productos de bodegas pequeñas que no se encuentran en el súper».

«Lo innovador es que el consumidor puede hablar directamente con la bodega»

«La gente que acude a Internet a comprar vinos busca cosas diferentes»

Feria del Albariño

En Vinoanuncios, Marcos se limita a dar a compradores y bodegas una plataforma para poder intercambiar los productos. Son ellos los que luego se pondrán en contacto, vía telefónica o presencial, si viven cerca. «Para el consumidor es lo más sencillo. Puedes hablar con el anunciante y saberlo todo sobre el producto, como a qué temperatura lo ha tenido. Pero, además, puedes encontrar muchísimas cosas relacionadas con el sector, como visitas a bodegas, o barricas que algunos compran para decorar».

El proyecto arrancó hace menos de un año y ya suma tres mil visitantes diarios, acumula más de mil anuncios y el visitante permanece, de media, 5,23 minutos en la página. Para que los no iniciados en el mundo digital conozcan el mérito de esta última cifra, es necesario puntualizar que el tiempo medio de permanencia en una pagina web es inferior a los tres minutos. «La gente entra y se queda un tiempo porque la mayoría vienen sabiendo lo van a buscar. Eso es muy bueno para conseguir anunciantes de pago —esto es, gente que paga por tener su *banner* o anuncio en la web, al margen de los anunciantes gratuitos—, porque saben que quienes van a ver su anuncio serán personas interesadas en el vino».

Pero aunque a este joven emprendedor se le iluminan los ojos hablando de que ha habido vendedores mexicanos en su web, y varias compras desde Holanda, no se olvida de que sus mejores clientes están en Galicia. En la última feria del Albariño, Lodeiro patrocinó parte de la programación y regaló un centenar de camisetas amarillas a los jóvenes que organizaban algunas actividades de la fiesta. «Allí donde haya gente interesada en el mundo del vino, me interesa estar», dice Marcos. El movimiento es inteligente. La feria concentra justo el *target* al que se dirige Marcos: personas interesadas en vino, y que, a juzgar por la edad de los organizadores, manejan las nuevas tecnologías. Si las redes sociales son el nuevo escenario de la comunicación y hasta pedimos la cena por Internet, no es alocado pensar que la web será a partir de ahora el sitio donde acudir para comprar buenos caldos.

Noticia en el Comarcal de La Voz de Galicia

Un reportaje sobre el patrocinio que realizó la web de anuncios gratis Vinoanuncios.com en la pasada fiesta del Albariño 2014 en el ayuntamiento de Cambados. Podéis ver el video pinchando aquí del sano y fantástico ambiente que se consiguió este año.

En las camisetas que se regalaron a muchos de los asistentes se podía observar el lema que se decidió para este año "beber vino desde las 10:00 am te convierte en un VIKINGO, no en un borracho" acompañado de una simpática imagen en la que uno de los dibujos decía... YO MADRUGO.

Desde Vinoanuncios.com queremos dar las gracias a todos los asistentes y organización porque han vuelto a conseguir que el Albariño 2014 sea una de las mejores fiestas nacionales.