vinetur

# Caso de éxito de una marca en Caprabo

jueves 1 de diciembre de 2022

ESCRITO POR SERGI

Hace unos días, para mi **Newsletter semanal Tánico** -apúntate si todavía no estás dentro-, hablé con **Eduardo Sanfeliu, CEO de Giró Ribot**, unas cavas del Penedés, para preguntarle por una de su gama de vinos de éxito, Mimat, con un tinto, un blanco y un cava.

Os cuento a grandes rasgos el porqué de su éxito. En **tanico.pro** te lo cuento más a fondo y con número de botellas vendidas y facturaciones. **Sanfeliu** contrata en 2015 a una persona (experta) para vender en el canal de alimentación. En 2016 Giró Ribot consigue entrar en **Caprabo** con un vino tinto nuevo llamado **Mimat** (Marselan, Cabernet Franc y Petit Verdot, sin DO) y con su blanco **Aikarai** (Moscatel de Frontignan, DO Penedés).




El Mimat se empieza a vender bien en los supermercados Caprabo, pero Aikarai blanco, después de cuatro años con una buena cuota de mercado, empieza a reducir las ventas de manera drástica... Según Edu, parece que la fórmula de un Sleeve con una imagen atrevida, ha llegado a su fin, además de que su imagen oscura creaba confusión hasta llegar a mal posicionarlo en los lineales.

La bodega decide prescindir del Aikarai en 2020 (un vino de éxito en el pasado) y, como el Mimat Tinto funciona bien, crea el Mimat Blanco. Deciden también cambiar la imagen por completo.



En marzo de 2021 entra la añada 2020 de Mimat Blanco en Caprabo y empieza a venderse como churros. En tanico.pro te cuento otros de los factores decisivos para el éxito de esta marca, no te lo pierdas.

Los diseños se agotan. Un buen restyling, el packaging y la logística correcta, apoyarte en una marca que funciona para rectificar la estrategia… Seguiré contándote casos de éxito similares en tanico.pro. Si no estás dentro, no esperes más y apúntate.