vinetur

# CyberWine, el primer evento de compra online de vinos en Argentina

Del 1 al 6 de agosto más de 30 bodegas argentinas ofrecerán en simultáneo promociones y beneficios en productos seleccionados exclusivamente para este primer evento de compra online de vinos

jueves 27 de julio de 2023

ESCRITO POR MARIANA GIL JUNCAL



"En Argentina se realizan dos eventos digitales masivos al año: Hotsale y Cybermonday. En ambos eventos una multitud de empresas de todos los rubros ofrecen sus productos a los usuarios con ofertas especiales durante un período de tiempo determinado. Pero la industria del vino tiene matices particulares y únicos, ya que los compradores de vino también compran una experiencia. Porque gustan vincularse con la bodega, conocer el origen del vino que compran y conectar con la historia y la calidad que hay detrás de cada etiqueta" comienza Mariano Herrera, CEO de Combinatoria-la agencia organizadora del evento dedicada al e-commerce con 20 años de trayectoria en el mercado trabajando exclusivamente con la industria del vino-, quien subraya que "el mundo del vino necesitaba su propio evento digital especial y hecho a su medida. Un evento donde los consumidores puedan aprovechar descuentos y beneficios especiales, pero también aprender de vino y conocer las bodegas de Argentina".

La idea tuvo una excelente recepción y para esta primera edición, CyberWine cuenta con la participación de 30 bodegas, el apoyo de las principales cámaras vitivinícolas del país, la difusión de los principales medios especializados y el apoyo de los sommeliers e influencers más reconocidos del sector.

¿Cómo observa la actualidad de la compra online de vinos en Argentina? "La compra online de vinos viene creciendo desde el año 2010, pero recién en 2015 una bodega se animó a vender al público directo. Las trabas estaban más relacionadas con evitar conflictos entre canales comerciales. Bodegas que vendían a vinotecas que vendían a consumidores, no entendían la manera de vender por ecommerce sin entrar en conflicto con sus clientes tradicionales.

Entre 2015 y 2020 se fueron sumando bodegas y fue disminuyendo ese ruido inicial. Con la irrupción de la pandemia en 2020, definitivamente las bodegas ingresaron fuertemente en la venta de vinos directo al consumidor a través de la compra online.

En la actualidad en Argentina existen algo más de 900 bodegas, pero unas 300 tienen una estructura de empresa sólida, con bodega propia, organigrama de recursos humanos, etc. El resto son emprendimientos boutique, que muchas veces producen en bodegas de terceros con volúmenes pequeños.

De esas 300 bodegas, unas 100 cuentan con ecommerce y la mitad tratan al ecommerce como un canal comercial, invirtiendo regularmente en pauta.

Adicionalmente cada vez existen más vinotecas online y en Argentina es muy grande la venta de vinos a través de Mercado Libre, que es un marketplace muy bien posicionado en el país y Latinoamérica" detalla Herrera para quien uno de los principales objetivos del CyberWine es concientizar al consumidor de la existencia de una cantidad importante de tiendas online que existen en la industria del vino y que les otorga la posibilidad única de conocer y probar diferentes vinos.

¿Cómo es hoy el negocio online de vinos en Argentina? "De los 250 millones de litros de vino varietal que se venden en el mercado interno, 3.2 millones se venden online, el 1.3%. Del vino que se vende online las dos terceras partes se venden a través de Mercado Libre y el resto principalmente en tiendas online de bodegas. Si lo miramos del lado de la demanda, el público está muy permeable a comprar vino online , dándole mucha importancia a obtener el mejor precio en un contexto económico de mucha inflación y dispersión de precios" explica Herrera quien destaca que el consumidor online de vinos en Argentina es un consumidor que desarrolla fidelidad con la bodega, pero puede probar nuevas marcas y nuevas tiendas.

Para Fabián Berardi -ecommerce manager de Bodega Monteviejo, que mensualmente gestiona unos 60 pedidos con una facturación promedio de $3.500.000- la CyberWine les da la posibilidad de "fidelizar nuevos consumidores a través de la primera compra, dando a conocer nuestro portafolio de etiquetas de menor ticket para luego mediante un trabajo de marketing lograr un upselling a nuestros vinos de línea exclusiva".

Desde Bodegas Bianchi Josefina Artemisi, digital manager, adelanta que en la CyberWine esperan "triplicar las ventas diarias debido a que estaremos ofreciendo productos exclusivos para el evento, ofertas especiales de vinos a mitad de precio, sorteo para nuestros compradores, opciones de financiamiento y envío gratis a todo el país, sumado a la entrega en 24 horas que garantizamos en CABA/AMBA". Bodegas Bianchi en diciembre de 2022 durante el último evento Wine Innovation Summit, fue reconocida como el ecommerce argentino más visitado. "En un mes la tienda online recibe más de 100.000 visitas y en la semana de eventos ese número se duplica.

Nuestro objetivo es seguir potenciando el crecimiento de una tienda que viene liderando la venta de vinos por internet en nuestro país hace cinco años y cuya clave es estar focalizado en los deseos de los consumidores" resume Artemisi.

"Desde el periodo del Covid la compra online de vinos se democratizó y seguramente va a continuar desarrollándose con las nuevas generaciones de consumidores que están acostumbrados a ese canal de distribución. También la compra online permite crear un vínculo directo y más fuerte entre la bodega y el consumidor final. Lo que abre nuevas oportunidades de interacciones a futuro" detalla Arnaud Frésard, presidente y CEO de 3SAPAS para quien la CyberWine es la oportunidad de conectar con los consumidores de las nuevas generaciones acostumbrados a los canales de ventas online y que son parte del público a quien están destinados sus vinos disruptivos. De hecho, por la venta de cada botella la bodega planta un árbol. "Eso es parte de la misión de 3SAPAS: ¡Convertir vino en vida! Así que esperamos llegar a vender unas 100 cajas al mes en un plazo de 12 meses" enfatiza el suizo que llegó con dos amigos a la Argentina para instalarse al pie de la Cordillera de los Andes y elaborar vinos con una visión dinámica, sostenible e innovadora.

"Hoy en día la compra de vinos online en Argentina está inmersa en un mercado complejo. Hay mucha competencia, los precios son muy competitivos y diferentes y las bodegas nos vemos obligadas a tener un ecommerce porque el público que compra online no es el mismo que el público que va a una vinoteca donde hay un trato más personal. Además, tener un ecommerce también genera visibilidad y permite estar en el inconsciente del consumidor al momento de comprar un vino en un restaurante o vinoteca. El gran desafío que hoy enfrentamos los productores es que al mismo tiempo que uno desarrolla el canal B2C también está desarrollando el canal B2B y, por lo general, el B2B al tener mayor volumen, toma mayor importancia. Y en un país con tanta inflación y en una industria que aumenta sus costos en dólares más que la inflación, es difícil conseguir un precio uniforme en los canales. Por esa razón el desafío principal de las bodegas es siempre brindarle valor agregado al cliente por el simple hecho de comprarlo directo de bodega" enfatiza Sebastián Mayo, co-founder & commercial director del Grupo Salute -que cuenta con tres bodegas: Abito Wines, Conejo Negro y Bonomo & Montiel- quien define a sus consumidores como verdaderos

curiosos."Nuestro consumidor quiere aprender y encontrarse con proyectos nuevos que le despierten interés y compartan la misma pasión que tienen ellos por los vinos. Todo eso sin salir del confort de su casa, con un servicio de puerta a puerta, que les permita transformar momentos en experiencias".




El sitio https://cyberwine.com.ar ya se encuentra disponible para que los consumidores puedan conocer a las bodegas participantes y los tips de compra. Y las promociones y beneficios exclusivos se activarán durante el evento del 1 al 6 de agosto.