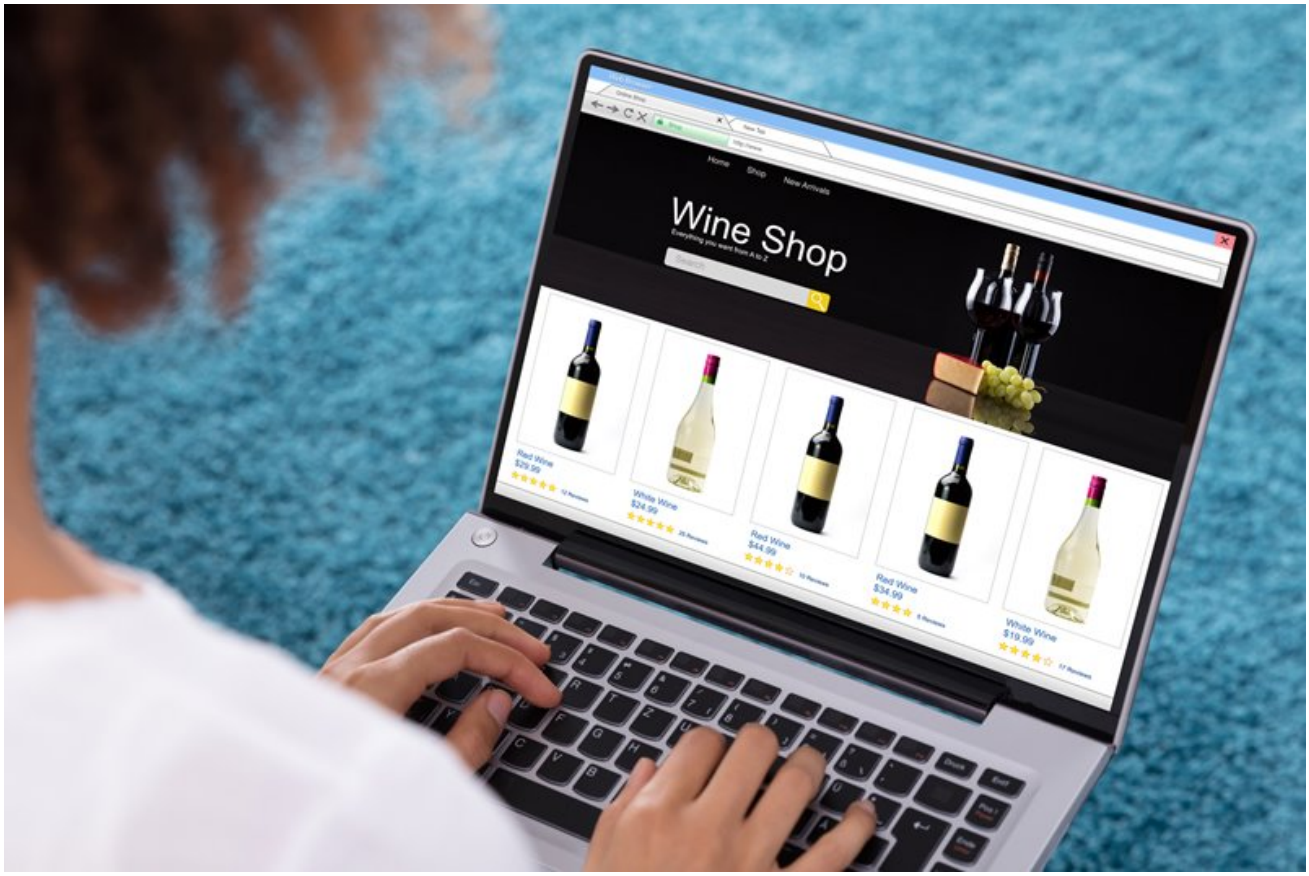
vinetur

El impacto de las promociones en el sector de vinos online

Estrategias de descuento, un cambio en el consumo de vinos

jueves 28 de septiembre de 2023

ESCRITO POR ÚRSULA MARCOS



El auge del comercio electrónico ha transformado de manera profunda la forma en que las personas consumen vino. Como consecuencia, las estrategias de marketing y ventas que adoptan las bodegas y empresas vinícolas han tenido que adaptarse rápidamente a este cambio. Hoy, los descuentos y promociones se han consolidado como herramientas esenciales en este panorama, sobre todo en tiempos donde la

economía sufre y los consumidores buscan estirar al máximo sus presupuestos.

La búsqueda activa de promociones

Con la proliferación de tiendas en línea, los consumidores tienen ahora a su alcance múltiples opciones donde comparar precios y productos. Esta facilidad ha propiciado una mentalidad de búsqueda activa de ofertas y descuentos, aumentando así la presión para que los minoristas ofrezcan promociones atractivas. En un contexto económico complicado, estos descuentos se vuelven aún más relevantes. Los consumidores, en su intento de maximizar el valor de sus compras, ven en las promociones una forma de lograrlo.

Un estudio de la consultora Nielsen arrojó datos que refuerzan esta afirmación: el 63% de los consumidores españoles dice que las promociones online les han llevado a adquirir productos que, de otra forma, no habrían considerado. Además, el 60% de ellos busca activamente ofertas cuando realiza compras en supermercados y hipermercados. Estos porcentajes aumentan notablemente entre los más jóvenes, lo que sugiere que esta tendencia tiene un largo camino por delante.

Diversos canales para encontrar ofertas

No sólo se trata de buscar promociones, sino también de cómo se buscan. Los consumidores no se limitan a una única fuente de información. Si bien las redes sociales se han convertido en una herramienta valiosa, los sitios web de los minoristas y las aplicaciones móviles son igualmente relevantes. Estas plataformas permiten no sólo descubrir ofertas, sino también comparar y decidir de forma informada.

Promociones: un aliado en el marketing vinícola

Las ofertas y descuentos no son simplemente una forma de atraer a los consumidores, sino también herramientas que pueden influir en su comportamiento de compra. Un producto con precio reducido puede parecer más atractivo, y una promoción puede incentivar la compra de más artículos. Además, ofrecen un camino hacia la lealtad de marca, pues un cliente que disfruta de beneficios y ahorros tenderá a volver.

En el sector online del vino, estas estrategias aportan beneficios múltiples: atraen a nuevos clientes, refuerzan la fidelidad, incrementan las tasas de conversión y potencian la visibilidad de la marca. No obstante, es esencial abordar estas tácticas con cautela, para evitar la posible devaluación de la marca a causa de promociones constantes. Deben ser estrategias alineadas con los objetivos a largo plazo, buscando siempre beneficiar tanto a las empresas como a los consumidores.

Variedad en las estrategias promocionales

Las promociones online pueden adoptar muchas formas. Descuentos aplicables al precio de un vino, cupones con códigos de descuento, promociones flash que generan urgencia, programas de fidelización y sorteos son solo algunos ejemplos. La clave para las empresas está en entender a su público y adaptar las promociones a sus necesidades y preferencias. Segmentar y diseñar ofertas específicas puede ser la diferencia entre una promoción exitosa y una que pasa desapercibida.