

( / )

[Home \(/Index.php\)](#)
[Servizi Speciali ▾](#)
[Photogallery \(/Index.php/photogallery\)](#)

[\(/index.php/component/banners/click/58\)](/index.php/component/banners/click/58)
[Archivio \(/Index.php/archivio-dal-05-04-2019\)](#)
[Video \(/Index.php/video\)](#)
[\(/index.php/component/banners/click/57\)](/index.php/component/banners/click/57)

Siamo online da  
4771 Giorni 13 ore, 12 m, 44 s


[\(/index.php/component/banners/click/15\)](/index.php/component/banners/click/15)

[\(/index.php/component/banners/click/18\)](/index.php/component/banners/click/18)

[\(/index.php/component/banners/click/19\)](/index.php/component/banners/click/19)

## 15 APR La promozione del vino italiano in Cina: successo per la prima fase di "Winease"

Publicato in L'iniziativa (/Index.php/1-iniziativa)



Silvana Ballotta

**Oltre 100 tra manager e proprietari di cantine hanno partecipato alla lezione di introduzione on line della piattaforma per promuovere il vino italiano in Cina e facilitarne le vendite in e-commerce**

E' stato un "tutto esaurito" tanto da necessitare la convocazione di un secondo appuntamento, il webinar organizzato e tenuto da Silvana Ballotta Ad di Busienss Straetgies e Luca Qiu Gm di Valuechina, per illustrare Winease, il più completo ed esaustivo progetto di promozione digitale finalizzata alla commercializzazione, mirato al mercato cinese. L'incontro, che ha affrontato la situazione attuale in Cina analizzando case history specifici come quello di JD e Alibaba dopo la Sars, ha visto uno specifico approfondimento sul mercato vinicolo e ha lasciato ampio spazio alle domande dei partecipanti. Le modalità di visibilità dei prodotti online e i servizi off line sono i temi che hanno riscosso maggior interesse e un grande apprezzamento è andato all'idea del progetto in sé che incrocia e declina due importanti evidenze del mercato cinese: il grande incremento dei consumi di vino e la poderosa evoluzione digitale del paese del "Dragone".

Il progetto è frutto della collaborazione di Business Strategies, la società leader in Italia specializzata nel mondo del vino nel supportare lo sviluppo delle Pmi nei mercati terzi e Cina e Value China, società del gruppo Neosperience Spa e specializzata nello sviluppo di tecnologie al servizio del marketing digitale cinese. Il progetto si avvale poi del contributo di Interwine, la più antica fiera professionale del vino della Cina continentale e Putaojiu.com, società di comunicazione specializzata nel settore vitivinicolo. Ciò che è stato rilevato come maggiormente qualificante da parte degli operatori presenti è la concretezza dell'intervento che è stato pensato per accompagnare "operativamente" le aziende vinicole sul mercato.

Un processo di analisi del prodotto, la valutazione delle sue potenzialità con test di mercato attraverso app collegate a WeChat, lo studio del posizionamento, la costruzione della brand awareness sul consumatore grazie al capillare lavoro dell'Academy Taste Italy di Business Strategies, la promozione attraverso gli oltre 150 road show di Interwine in 70 città della Cina e comunicazione sia B2B che B2C: sono questi i passaggi che winease promette di condurre insieme ai produttori.

### FLASH NEWS

Vinifera 2020 annullata:  
appuntamento al 27 e  
28 marzo 2021

[\(/index.php/notizie-flash/vinifera-2020-annullata-appuntamento-](/index.php/notizie-flash/vinifera-2020-annullata-appuntamento-)

### GLI APPUNTAMENTI

#Nonsolovino, un ciclo di  
incontri dedicati ad  
appassionati ed esperti di  
gusto

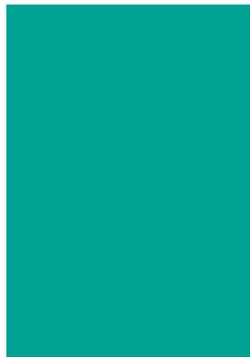
</index.php/flash-news>


[\(/index.php/component/banners/click/34\)](/index.php/component/banners/click/34)

[\(/index.php/component/banners/click/35\)](/index.php/component/banners/click/35)



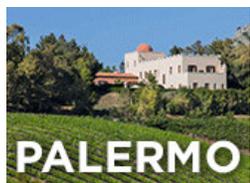

(/index.php/component /banners/click/20)



(/index.php/component /banners/click/21)



(/index.php/component /banners/click/23)



(/index.php/component /banners/click/59)



L'attuale situazione di estrema difficoltà sui mercati più importanti per il vino italiano spinge le aziende a una accelerazione nella ricerca di modalità per approcciare le esportazioni dei loro prodotti ed evidenzia una nuova propensione all'innovazione da parte delle piccole e medie imprese così come la ricerca di partners specializzati cui affidarsi – ha affermato Silvana Ballotta – la grande crescita del mercato cinese, come ormai ben hanno capito le nostre aziende, non è sufficiente a creare spazi di mercato per il vino italiano se non incontra un'offerta puntuale, mirata e tempestiva e una piattaforma come Winease promette di rappresentare una importante chance per le nostre aziende".

Il progetto, che doveva essere presentato alle aziende con una serie di eventi organizzati nel mese di marzo, verrà invece illustrato, in ottemperanza alle norme di sicurezza sanitaria vigenti, attraverso webinar dedicati cui sarà possibile accedere su invito.

C.d.G.

TAG: silvana ballotta (/index.php/component/tags/tag/silvana-ballotta), business strategies (/index.php/component/tags/tag/business-strategies), winease (/index.php/component /tags/tag/winease), webinar (/index.php/component/tags/tag/webinar)

Mi piace 5 Condividi

Twitter, Facebook, LinkedIn, and other social media sharing links for the article.

Aggiungi commento

Nome (richiesto)

E-Mail (richiesta)

Sito web



1000 caratteri rimasti

Notificami i commenti successivi



Aggiorna

Invia

(/index.php/component /banners/click/37)



(/index.php/component /banners/click/38)



(/index.php/component /banners/click/61)



(/index.php/component /banners/click/63)



(/index.php/component /banners/click/51)



(/index.php/component /banners/click/40)

