



WINE INSTITUTE

FORMACIÓN VITIVINÍCOLA

Curso de comercialización y marketing vitivinícola

Objetivos

Conocer tendencias e implementar herramientas del marketing vitivinícola.
Analizar los distintos factores intervinientes en la industria.
Interpretar diferentes estrategias de posicionamiento.

Perfil de los participantes

Este curso esta dirigido a personal de bodegas, distribuidoras, vinotecas, profesionales, sommeliers, y toda persona interesada en obtener herramientas de marketing de vinos.

Duración: 5 clases

Módulo I

Análisis del mercado interno

Características de la industria. Evolución. Cata.
Tendencias de consumo. Regiones vitivinícolas.

Módulo II

¿Que es Marketing?

Marketing estratégico. Principios. Investigar. Segmentar.
Diferenciar. Posicionar un producto. Casos.

Módulo III

Marketing táctico

Principios. Producto. Publicidad. Distribución. Precio.
Ciclo de vida de un producto.

Módulo IV

Canales de comercialización

Definición de canal. Canales comerciales. Rol.
Clasificación. On premise. Off premise. Aspectos generales.

Módulo V

Canales comerciales

Clasificación. Tipos de comercialización para Bodegas.
Estrategias de Venta. Estrategias de Venta según el tamaño.
Estrategias de Venta según la agresividad hacia el trade.
Objetivos comerciales. Planes comerciales. Negociación.
Gestión comercial efectiva. Pasos de la gestión comercial.
Políticas comerciales. Etapas.

Diploma otorgado por Wine Institute. Incluye material didáctico y degustación de vinos en todas las clases