

The background is a complex, abstract geometric pattern composed of numerous overlapping triangles and polygons in various shades of red, orange, and pink. In the center, there is a large, solid dark purple circle. Inside this circle, the title 'EL VIA L'ERA DIGITAL' is written in a white, uppercase, sans-serif font, centered horizontally and vertically. Below the title, the author's name 'David Pedrol' is written in a smaller, white, serif font, also centered.

EL VIA L'ERA DIGITAL

David Pedrol

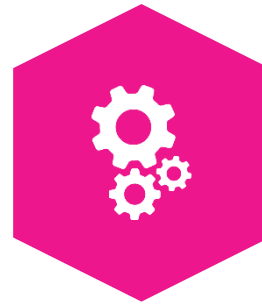
Introducció David Pedrol



Inicis en el món
del vi



Estudis



Experiència
laboral



Premis i
distincions

Revisió dels mercats de l'Àsia: vendes i potencial per les empreses espanyoles

Dividirem els països en 4 categories:

1 Països amb gran potencial i un mercat desenvolupat:

- 📍 Xina
- 📍 Japó
- 📍 Corea

3 Països amb poc potencial i un mercat desenvolupat:

- 📍 Hong Kong
- 📍 Taiwan
- 📍 Singapur
- 📍 Tailàndia

2 Països amb gran potencial i un mercat poc desenvolupat:

- 📍 Austràlia
- 📍 Índia

4 Països amb poc potencial i un mercat poc desenvolupat:

- 📍 Vietnam
- 📍 Mongòlia
- 📍 Sri Lanka
- 📍 Malàisia
- 📍 Indonèsia
- 📍 Cambodja
- 📍 Filipines

Exemple previsió per a la nova empresa espanyola a l'Àsia

	Year 1	Yea 2	Year 3	Year 4	Year 5
TOTAL ASIA	\$ 1,275,000.00	\$ 1,935,000.00	\$ 2,285,000.00	\$ 2,590,000.00	\$ 2,920,000.00
Japan	€ 150,000.00	€ 200,000.00	€ 250,000.00	€ 300,000.00	€ 400,000.00
China	€ 700,000.00	€ 1,000,000.00	€ 1,200,000.00	€ 1,350,000.00	€ 1,500,000.00
Korea	€ 60,000.00	€ 150,000.00	€ 160,000.00	€ 180,000.00	€ 185,000.00
Hong Kong	€ 25,000.00	€ 35,000.00	€ 35,000.00	€ 35,000.00	€ 35,000.00
Philippines	€ 25,000.00	€ 40,000.00	€ 45,000.00	€ 45,000.00	€ 45,000.00
Singapore	€ 25,000.00	€ 40,000.00	€ 45,000.00	€ 45,000.00	€ 45,000.00
Australia	€ 100,000.00	€ 150,000.00	€ 200,000.00	€ 250,000.00	€ 300,000.00
Malaysia	€ 25,000.00	€ 35,000.00	€ 35,000.00	€ 35,000.00	€ 35,000.00
Mongolia	€ 25,000.00	€ 40,000.00	€ 40,000.00	€ 40,000.00	€ 40,000.00
Taiwan	€ 30,000.00	€ 65,000.00	€ 65,000.00	€ 65,000.00	€ 65,000.00
Thailand	€ 30,000.00	€ 60,000.00	€ 60,000.00	€ 65,000.00	€ 65,000.00
Vietnam	€ 25,000.00	€ 35,000.00	€ 40,000.00	€ 40,000.00	€ 45,000.00
India	€ 30,000.00	€ 50,000.00	€ 75,000.00	€ 100,000.00	€ 120,000.00
Sri Lanka	€ 25,000.00	€ 35,000.00	€ 35,000.00	€ 40,000.00	€ 40,000.00

Dades d'importacions de vins a la Xina del primer trimestre del 2017

- » Al 2017, es van importar 151 milions de litres de vi a la Xina, per un valor de 581 mil USD, segons dades de duanes xineses. La xifra s'ha incrementat un 8,7% en volum i un -1,6% en valor en comparació amb el 2016.
- » Vins embotellats: han presentat un creixement del 5,7% en volum i un -3,4% en valor en comparació amb el 2016.
- » Vi a granel: el volum ha crescut un 21,4% i el valor un 35,6%.
- » Vins escumosos: el volum d'importacions ha caigut un 8,2% mentre que el valor de les importacions ha crescut un 13,6% en comparació amb el 2016.





Quota de mercat de vins online

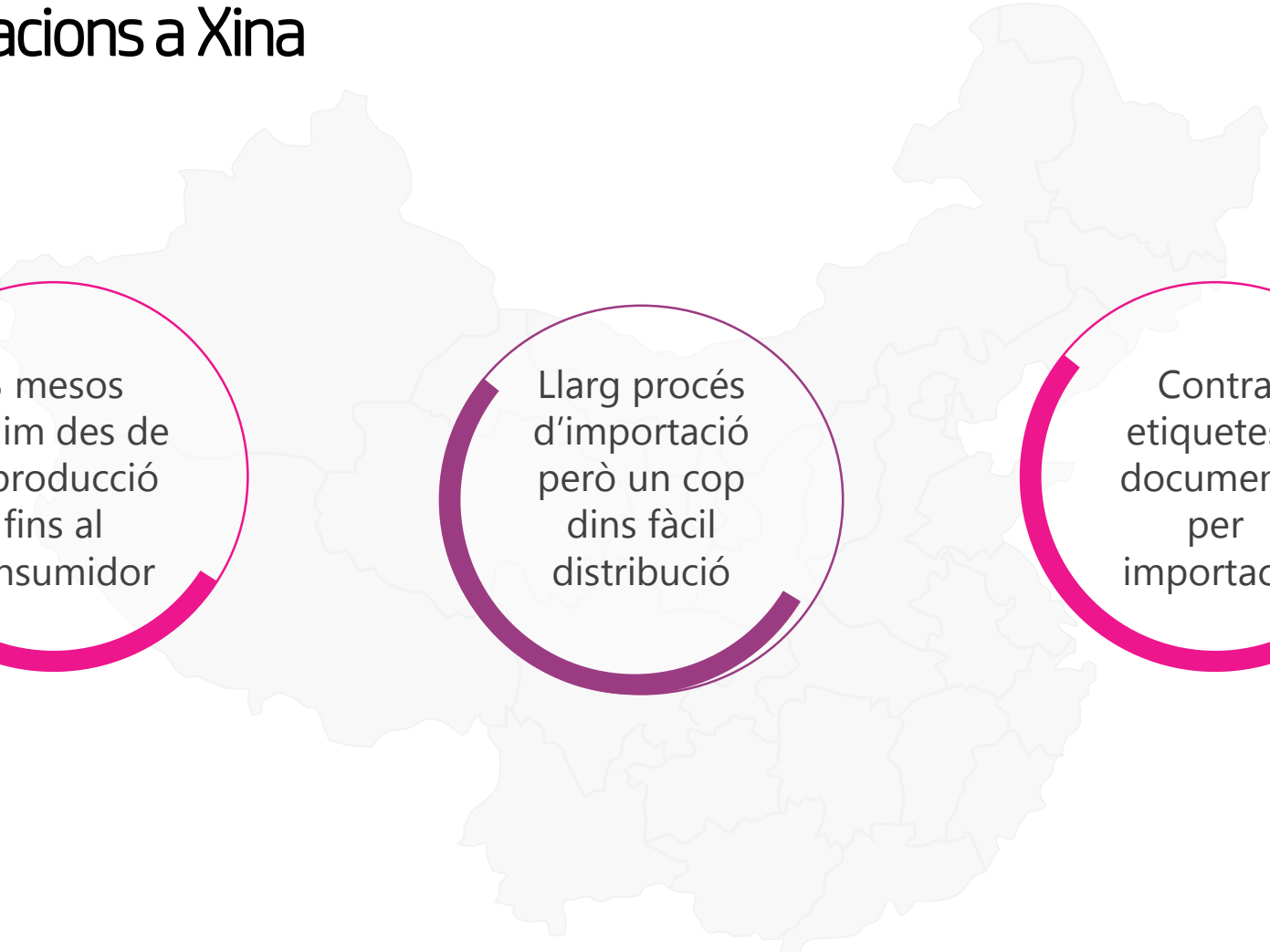
- » Els vins francesos es mantenen al capdavant amb un 45%.
- » Els segueixen Austràlia amb un 14%, Xile amb un 9%, Itàlia amb un 9% i Espanya amb un 8%.
- » Els vins que valen menys de 100 RMB/BTL constitueixen menys del 23%, i els que valen entre 100 i 200 RMB el 29%.

Descarrega Wechat

- » Totes les comunicacions a la Xina
- » Codi escanejable com a targeta de negocis
- » Reunions SCANNER
- » Xats de grup
- » Màrqueting i publicitat



Importació i regulacions a Xina

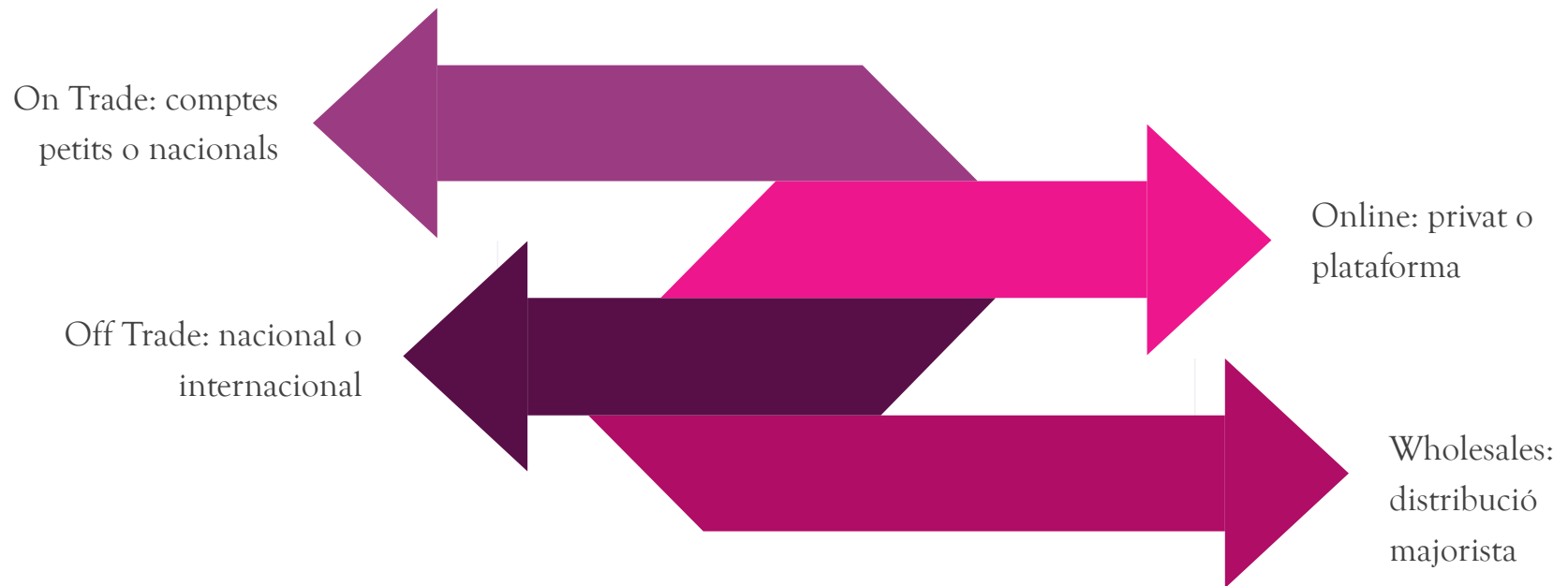


3 mesos
mínim des de
la producció
fins al
consumidor

Llarg procés
d'importació
però un cop
dins fàcil
distribució

Contra
etiquetes i
documents
per
importació

Principals canals de venda





Yesmywine, 1919 i Winetobe

- » Yesmywine, el primer comerç electrònic de vi a la Xina i el que presenta el creixement més ràpid. Va obrir al 2008. Avui compta amb més de 9 milions de membres inscrits. Ha col·lectat 56 milions als mercats de capital. Facturació de més de 100 milions. Venut al 2016 a Gogut.
- » 1919, actualment la cadena minorista més gran de la Xina per a vins i licors amb més de 1.000 botigues i plans per a expandir-se molt ràpidament. Cotitza a borsa. Injecció de capital de 300 milions d'euros l'any passat. 2014.8.13 llistat a "The 3rd Board" de la Borsa de Valors de Beijing codi de valor: 830993. Facturació 270 milions d'euros al 2016, previsió per al 2017: 500 milions.
- » Winetobe, el primer comerç electrònic del món centrat en vi que facilita el repartiment de vi a diferents païses en qüestió d'hores.

Vendes per Internet – nacionals i internacionals

Internet sales 2013–2016 – values in billions

	2013	2014	2015	2016	Increase 2014-15	Increase 2014-16
UK	£38.84	£44.97	£52.25	£60.25	16.2%	15.3%
Germany	£28.98	£36.23	£44.61	£54.60	23.1%	22.4%
France	£22.65	£26.38	£30.87	£36.24	17,0%	17.4%
Spain	£5.75	£6.87	£8.15	£9.66	18.6%	18.6%
Italy	£4.48	£5.33	£6.35	£7.60	19,0%	19.7%
Netherlands	£4.48	£5.09	£5.94	£6.92	16.8%	16.5%
Sweden	£3.13	£3.61	£4.17	£4.87	15.5%	16.8%
Poland	£2.92	£3.57	£4.33	£5.30	21,0%	22.5%
Europe	£111.23	£132.05	£156.67	£185.44	18.4%	18.7%
U.S.	£165.30	£189.26	£215.38	£245.96	13.8%	14.2%
Canada	£11.81	£12.84	£14.53	£16.65	13.2%	14.5%

Vendes Online DOUBLE 11

» Alibaba:

- a) 5,000,000 Euros
- b) 10,000,000 Euros
- c) 17,800,000,000 Euros

El director general d'Alibaba Group, Daniel Zhang, va dir al blog en viu de l'empresa que durant la primera hora del Dia dels Solters les comandes arribaven a una velocitat de 175.000 per segon.

» 1919:

- a) 800,000 Euros
- b) 2,800,000 Euros
- c) 60,000,000 Euros



JAN 2017

Global Digital Snapshot

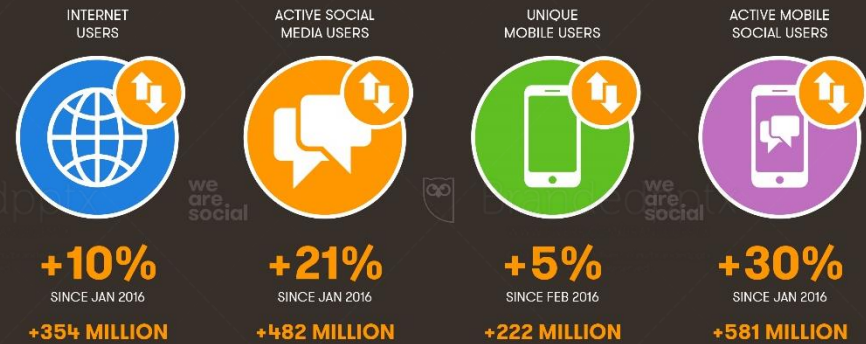
KEY STATISTICAL INDICATORS FOR THE WORLD'S INTERNET, MOBILE, AND SOCIAL MEDIA USERS



JAN 2017

Annual Growth

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN KEY STATISTICAL INDICATORS



JAN 2017

Share of Web Traffic By Device

BASED ON EACH DEVICE'S SHARE OF ALL WEB PAGES SERVED TO WEB BROWSERS



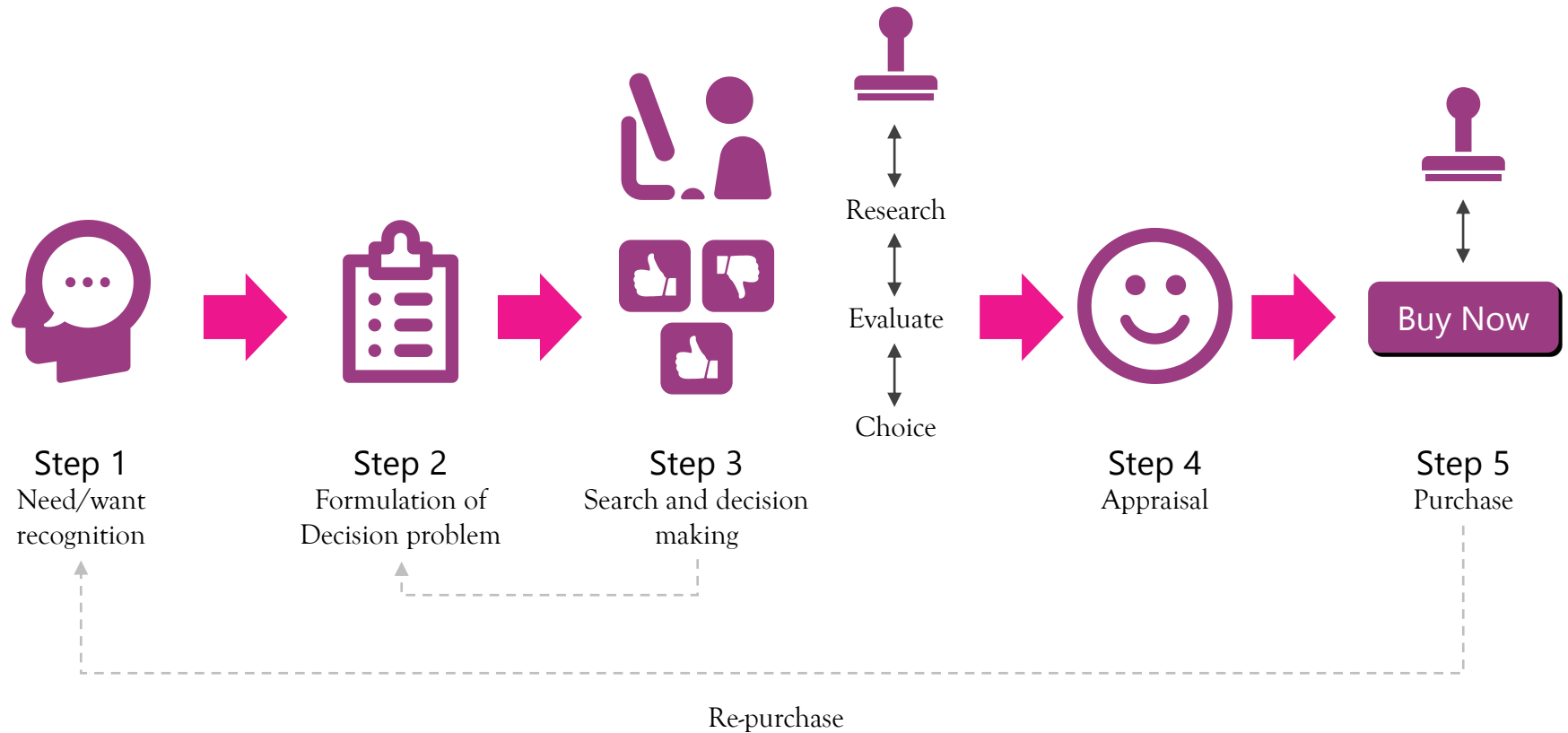
JAN 2017

Annual Growth In Europe

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN KEY STATISTICAL INDICATORS



Procés de presa de decisió per comprar un producte



Brand Content

El Brand Content és
diferent a la publicitat

L'objectiu principal no
és vendre, sinó atreure
a la gent, fent que
somiïn

Pot ser una sèrie web,
curtmetratges,
pel·lícules,
reportatges, revistes
que transportaran al
client al cor de
l'ambient de la marca

9 components d'una Estratègia de Màrqueting Digital



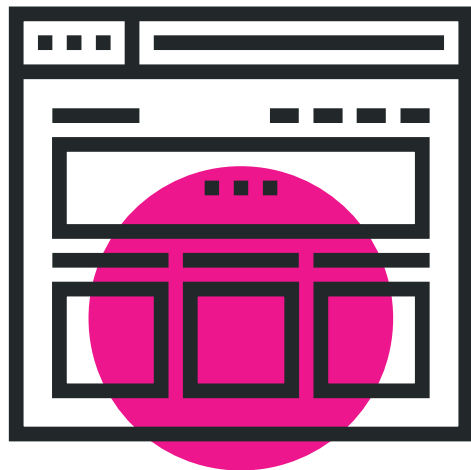
Vivim a l'era digital. El màrqueting tradicional ja no és suficient per tal d'obtenir els beneficis que estàs buscant. Fer màrqueting per canals digitals és un requeriment. No el podem evitar.



Assegura't de mesurar les teves accions per tal d'entendre la teva petjada digital i si estàs maximitzant el potencial de la teva campanya de màrqueting.

1. Website

En el panorama digital actual, la teva pàgina web ha de:



- 1 Ser receptiva i apta per a dispositius mòbils
- 2 Comunicar directament els valors de la teva empresa
- 3 Emprar contingut rellevant i actualitzat
- 4 Tenir pàgines d'inici específiques del producte que generaran leads
- 5 Tenir integrades eines per a gestionar la relació amb el client i eines d'automatització de màrqueting

Última actualització de la web

- » Companyies amb pàgina web?
- » Actualitzada en els últims 2 anys
- » Actualitzada durant el 2016
- » Durant el 2017
- » Durant l'últim mes
- » L'última setmana...

2. Email

Una estratègia exitosa de màrketing per email ha de:



- 1 Conduir el trànsit cap a punts específics
- 2 Educar i informar a possibles compradors amb contingut nou
- 3 Ajudar-te a figurar en el “top of mind”
- 4 Generar credibilitat
- 5 Establir un lideratge d’idees

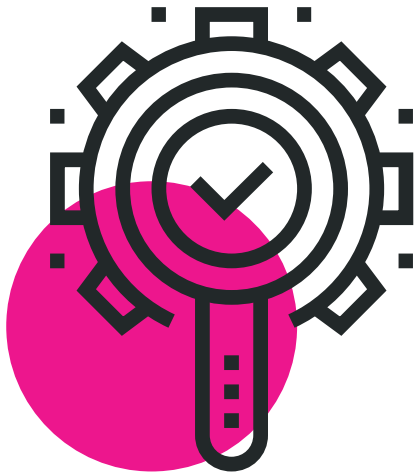
3. Contingut

Una bona estratègia de contingut implica:

- 1 Crear contingut que representa els valors i la visió de la teva marca
- 2 Compartir contingut rellevant a totes les xarxes socials per tal de presentar la teva empresa a un públic més ampli
- 3 Ser original i oferir varietat
- 4 Emprar els teus èxits passats i presents per a compilar estudis de cas a la teva pàgina web
- 5 Emprar el contingut adequat per al teu públic objectiu



4. Cerca (SEO)



Una part essencial de la teva estratègia de màrqueting digital és buscar paraules i frases clau que puguin fer servir les persones per trobar el teu producte o la teva empresa.

Si la teva empresa no apareix a la llista de resultats dels buscadors, hauries d'invertir en mesures SEO i publicitat online per a començar a fer créixer l'exposició de la teva marca.

Aquestes paraules clau són la porta d'entrada per atrapar a possibles clients de tot el món.

5. Social



- > El boca-orella més eficient està tenint lloc a la xarxa.
- > Fixa't en els temes sobre els que parlen els consumidors per poder dirigir-te a les seves necessitats directament i no deixis de prestar atenció a la imatge de la teva marca.
- > Crear relacions amb persones d'influència clau de l'indústria per poder arribar a un públic més ampli i generar leads.

Entre febrer del 2012 i març del 2014, l'abast orgànic d'una pàgina de Facebook estàndard va caure del 16% al 6,5%. Mentrestant, les pàgines que tenien més de 500.000 Likes presentaven un abast orgànic tan baix que podia arribar al 2%.

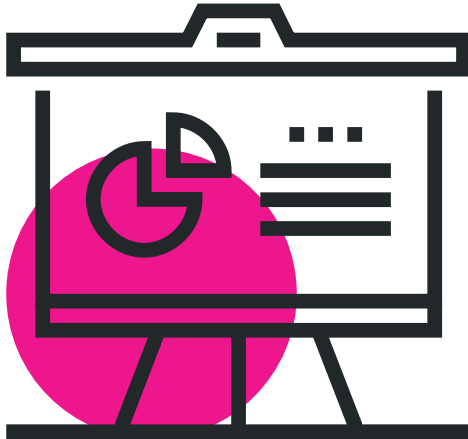
6. Gestió de leads



L'objectiu general de tots els teus esforços de màrqueting digital és generar leads.

És la teva responsabilitat gestionar aquests leads de forma eficient, nodrir-los amb continguts adequats, i finalment, convertir-los en clients.

7. Webinars

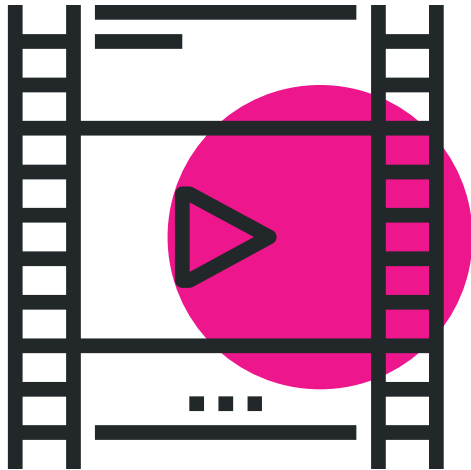


Integrar seminaris web en la teva estratègia de màrqueting digital és clau per posicionar la teva empresa com a líder d'opinió en la teva indústria.

És crucial educar contínuament a consumidors i individus en la indústria per generar confiança, incrementar el trànsit de la web i el coneixement de la marca, i generar leads.

Els seminaris web també es poden readaptar per a moltes campanyes.

8. Vídeos

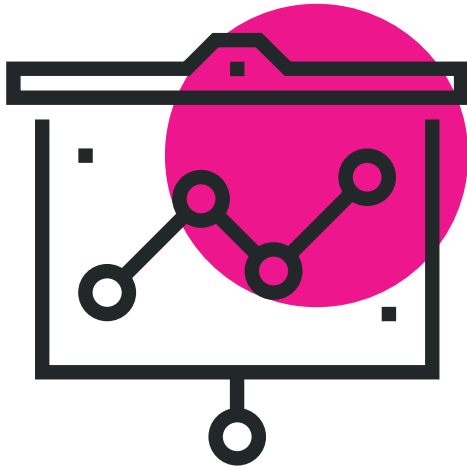


Implementant vídeos a la teva estratègia de màrqueting digital crees continguts atractius que els consumidors poden veure i compartir amb facilitat.

Segons una investigació recent, “el 64% dels visitants d’una web estan més inclinats a comprar un producte després de veure un vídeo” (VideoBrewery).

Per tant, cada empresa hauria d’aprofitar aquesta moda de màrqueting de vídeos i crear campanyes originals que presentin els valors de l’empresa, les característiques del producte, i els beneficis per al consumidor.

9. Anàlisi de dades



Pots controlar els resultats constantment i optimitzar la teva estratègia per a cada interacció de la campanya.

Aquesta disponibilitat de dades és clau per maximitzar la teva rentabilitat.

Trànsit, conversió, adquisició, despeses, taxes d'èxit d'un anunci....

Eines d'anàlisi: SEM RUSH / Alexa / Google Analytics / FB Analytics

Noves tecnologies



Pàgina web



E-commerce
(Magento, Big commerce, word press)



CRM
(Zen Desk)



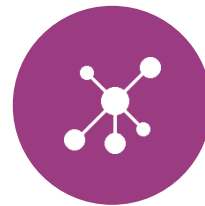
Aplicació
mòbil



Lleialtat
(Sweet Tooth)



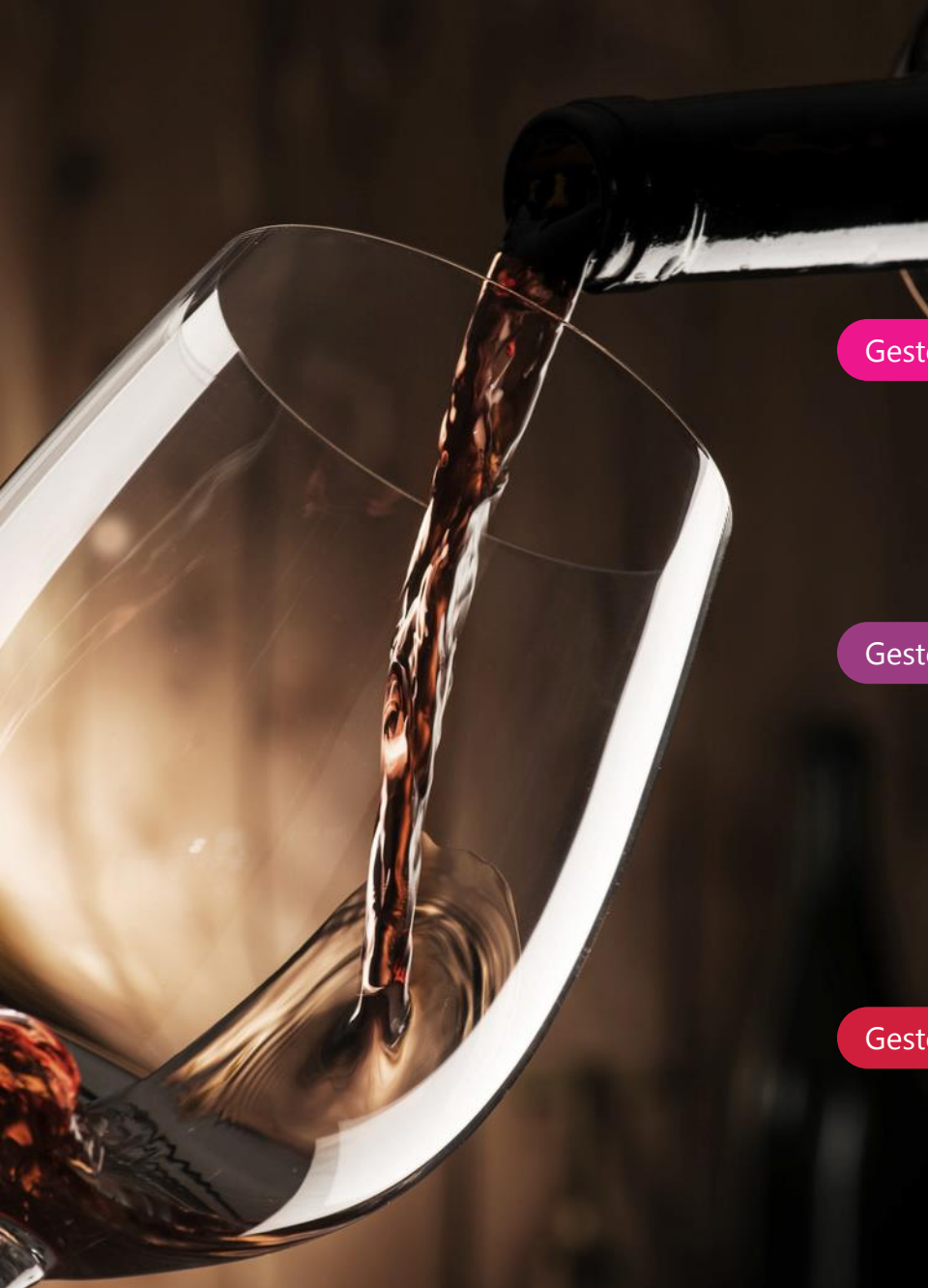
Vendes i informes
(Sales Force)



Gestió de les xarxes
socials



Màrketing
per email



Treballadors qualificats

Amb treballadors contractats o agències externes.

Gestor de xarxes socials

1. Formació en plataformes digitals. ACTUALITZADA!
2. Coneixement i experiència en anuncis de pagament
3. Pensament innovador
4. Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Weibo, WeChat

Gestor de màrqueting digital

1. Formació Google
2. Adaptació i optimització de buscadors
3. Trajectòria i conversió
4. Campanyes publicitàries que han tingut èxit
5. Experiència nivell usuari a la xarxa
6. Anàlisi de dades

Gestor de relació amb el client

1. Idiomes i habilitats interculturals
2. Perfil de vendes. Intel·ligent, pren decisions ràpidament
3. Coneixement del producte

EL FUTUR DEL MERCAT DEL VI



Futur d'Europa semblant a Xina amb un mercat online europeu guiat per grans empreses directes al consumidor



Combinació distribució tradicional amb noves tecnologies



Productors ajudant distribuïdors a crear marca



Model O2O

Conclusions finals



Estar al dia de les
noves tecnologies



Tenir una estratègia
digital



Arribar directament al
consumidor



Concepte de marca
ben definit



Estratègia de
mercat

Gràcies per la vostra atenció!



71 Ayer Rajah Crescent
#06-11/12
Singapur (139951)



Tel: +65 91234986



Web: www.winetobe.com
Email: dpedrolm@gmail.com