Online Training Courses
elas.uk.com
E-Learning courses for Businesses Call ELAS today 08450 50 40 60

AdChoices
► Vendas

Vinhos de Lisboa querem duplicar vendas na restauração

Investimento em acções de promoção repartido pelos segmentos B2B (50%) e B2C (50%)

Os Vinhos de Lisboa querem, até ao final de 2014, duplicar as vendas na restauração, fidelizando, assim, um total de aproximadamente 100 restaurantes de referência na capital portuguesa.

Presentes já em cerca de 50 restaurantes da cidade e com o lema 'Beber Vinhos de Lisboa em Lisboa', a Comissão Vitivinícola da Região de Lisboa (CVR Lisboa) vai organizar durante o ano uma série de acções que têm como objectivo penetrar neste canal de distribuição, conquistando este novo target.

"Consideramos a restauração um meio muito importante para chegar ao consumidor final. Para isso, e porque achamos que são formas de entrar mais facilmente na restauração, já participamos, este ano, em eventos como o 'Peixe em Lisboa' e somos parceiros do 'Lisboa à Prova'", afirma Vasco d'Avillez, presidente da CVR Lisboa.

Para além da organização de eventos de grande calibre, os Vinhos de Lisboa acreditam que as visitas a restaurantes são, também, uma forma de aumentar a presença neste canal, onde contam, até 2015, conseguir estar em 200 restaurantes de referência.

Mas não é só através de estratégias Business to Business (B2B) que os Vinhos de Lisboa pretendem aumentar as vendas em território nacional, também o Business to Consumer (B2C) representa uma fatia importante do investimento em promoção em Portugal.

"Para 2014 prevemos um investimento em marketing de cerca de €1M, do qual 20% diz respeito a acções nacionais. Destes 200 mil euros investidos em acções nacionais, 50% refere-se ao canal B2B e os outros 50% ao canal B2C", explica o presidente dos Vinhos de Lisboa.

Para o efeito, cerca de 20 referências de vinhos da região de Lisboa irão estar disponíveis para prova no El Corte Inglês até dia 4 de Maio.

Com esta acção, os Vinhos de Lisboa, à semelhança do que tem vindo a acontecer, prevêem fidelizar cerca de 30% dos consumidores com quem contactarem.

O evento 'Há prova em Oeiras', que decorre de 2 a 4 de Maio no Palácio do Marquês de Pombal, é outro dos exemplos de acções definidas pelos Vinhos de Lisboa para conquistar consumidores no mercado nacional.

"Os consumidores de Vinhos da região de Lisboa são indivíduos da classe média e alta, citadinos, com interesse em conhecer vinhos diferentes e que têm, em especial atenção, a relação qualidade preço e, por isso, os eventos que organizamos querem alcançar, precisamente, esse tipo de público", conclui Vasco d'Avillez.

Fonte: PressMedia

Meadow Seeds in My Garden
meadowinmyga..
Huge & diverse range of beautiful, long-lasting wildlife flower mixes

Sincura Events

Eventsandtours.es

PTLLS Online Course £199

Apontadores relacionados:

Artigos

- AgroNotícias *(13/03/2014)* - Vinhos de Lisboa venderam +€3M (+5%) em 2013

Sítios

- Comissão Vitivinícola da Região de Lisboa (CVR Lisboa)

instal Looking to increase your mobile revenues?

Produzido por Camares ® - © 1999-2012. Todos os direitos reservados.