Categorias
Enoturismo
Noticias
Agenda
Loja
Enólogos
Restaurantes
Curiosidades
Links

VINHOS DE LISBOA QUEREM DUPLICAR VENDAS NA RESTAURAÇÃO

0 comentários | Fazer um comentário
Compartilhe

INVESTIMENTO EM AÇÕES 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 ações que têm como objetivo 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 ações nacionais. Destes 200 mil euros investidos em ações 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 ação, os Vinhos de Lisboa, à semelhança do que tem vindo a acontecer, preveem 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 ações 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.

Não há comentários para este produto.

Não há comentários para este produto.

Fazer um comentário

O seu Nome:

O seu Comentário:

Obs: Não há suporte para o uso de tags HTML.

Avaliação: Mau ◯ ◯ ◯ ◯ ◯ Bom

Escreva o código da imagem:

Continuar

Tags: VCR Lisboa, HORECA