

images/LOGO.png

Business Plan

Indice

1	Descrizione dell'impresa	3
1.1	Vision e mission	4
1.2	Collaborazioni	4
1.3	Bozza del sito web	6
2	Analisi di mercato	7
2.1	Dimensione del mercato	7
2.2	Analisi PEST	9
2.3	Analisi dell'offerta	11
2.3.1	Analisi dei concorrenti	11
3	Business Model	14
3.1	Business Model Canvas	14
3.1.1	Key Partners	14
3.1.2	Key Activities	15
3.1.3	Key Resources	16
3.1.4	Value Proposition	17
3.1.5	Customer Relationship	18
3.1.6	Channel	19
3.1.7	Customer Segments	19
3.1.8	Cost Structure	20
3.1.9	Revenue Streams	21

1 Descrizione dell'impresa

La nostra startup è stata fondata con un obiettivo chiaro: offrire un'esperienza enologica eccezionale a tutti gli appassionati del vino. Siamo fermamente convinti che il vino non sia solo una bevanda, ma un'arte che merita di essere scoperta e apprezzata appieno.

Attraverso la nostra piattaforma online, abbiamo creato un ambiente virtuale in cui i nostri clienti possono immergersi nel meraviglioso mondo del vino. Offriamo loro l'opportunità di esplorare un vasto assortimento di vini provenienti da diverse regioni e cantine, consentendo loro di ampliare le loro conoscenze e scoprire nuovi gusti. Inoltre, forniamo recensioni autentiche e affidabili, garantendo ai nostri clienti una guida preziosa nella scelta del vino più adatto alle loro preferenze.

Sappiamo che la comodità è un elemento fondamentale nella vita di oggi, quindi ci assicuriamo che i nostri clienti possano godere di un'esperienza di acquisto senza problemi. Grazie al nostro sistema di ordini online, possono selezionare i loro vini preferiti e riceverli comodamente a casa propria. E per garantire che ogni bottiglia arrivi in condizioni ottimali, abbiamo stretto partnership con servizi di spedizione veloci e affidabili.

Ma c'è qualcosa che ci rende davvero speciali. In Vinovo, mettiamo un'enfasi particolare sulla sostenibilità nel settore vinicolo. Siamo consapevoli dell'importanza di preservare l'ambiente e lavoriamo solo con produttori che adottano pratiche ecologiche nella produzione dei loro vini. Ci impegniamo a ridurre l'impatto ambientale, promuovendo l'uso responsabile delle risorse e incoraggiando l'agricoltura sostenibile.

In sintesi, Vinovo rappresenta molto più di una semplice piattaforma di vendita di vini. Rappresenta un'esperienza enologica completa, in cui la qualità e la sostenibilità si uniscono per offrire ai nostri clienti un viaggio indimenticabile nel mondo del vino. Vogliamo essere il punto di riferimento per tutti coloro che desiderano esplorare l'arte e il piacere di un buon bicchiere di vino, garantendo loro un accesso facile a una selezione vasta e curata. Unisciti a noi in questo viaggio e lasciati conquistare dalla passione e dall'eccellenza che si cela dietro ogni nostra bottiglia di vino.

1.1 Vision e mission

Vision

La nostra visione è quella di trasformare l'esperienza enologica in un viaggio affascinante e coinvolgente, in cui la qualità, la sostenibilità e la scoperta si fondono armoniosamente. Vogliamo che ogni appassionato del vino possa esplorare e apprezzare i tesori enogastronomici del mondo, guidato dalla curiosità e dalla consapevolezza di fare scelte che rispettino l'ambiente.

Mission

La nostra missione è quella di creare un legame forte tra i produttori di vini di alta qualità e i consumatori desiderosi di vivere un'esperienza enologica autentica.

Ci concentriamo sulla qualità dei prodotti, sulla sostenibilità delle pratiche produttive e sulla garanzia di un servizio di spedizione veloce e sicuro.

Ci adoperiamo attivamente per promuovere la sostenibilità nel settore vinicolo; vogliamo educare i consumatori sull'importanza di fare scelte sostenibili e offrire loro una selezione di vini che rispecchi questi valori.

Siamo determinati a diventare un punto di riferimento per tutti coloro che cercano un'esperienza enologica autentica, basata sulla scoperta, sulla qualità e sulla sostenibilità. Vogliamo creare una comunità in cui gli appassionati del vino possano condividere le loro esperienze, imparare dagli esperti del settore e lasciarsi ispirare da nuove tendenze e scoperte enogastronomiche.

In sintesi, la nostra visione è quella di offrire un'esperienza enologica di qualità, in cui la passione per il vino si unisce alla consapevolezza ambientale.

1.2 Collaborazioni

I nostri collaboratori sono una parte fondamentale del successo di Vinovo. Collaboriamo con una rete diversificata di partner, tra cui ristoranti e locali, produttori di vini e aziende di logistica, che contribuiscono a rendere possibile la nostra missione.

I ristoranti e i locali con cui collaboriamo sono selezionati con cura per offrire ai nostri

clienti un'esperienza culinaria raffinata e in sintonia con i vini di alta qualità presenti sulla nostra piattaforma. Riconosciamo l'importanza di abbinare il vino ad una cucina di qualità, e la collaborazione con questi partner ci consente di offrire ai nostri clienti un'esperienza completa, in cui i sapori si armonizzano perfettamente.

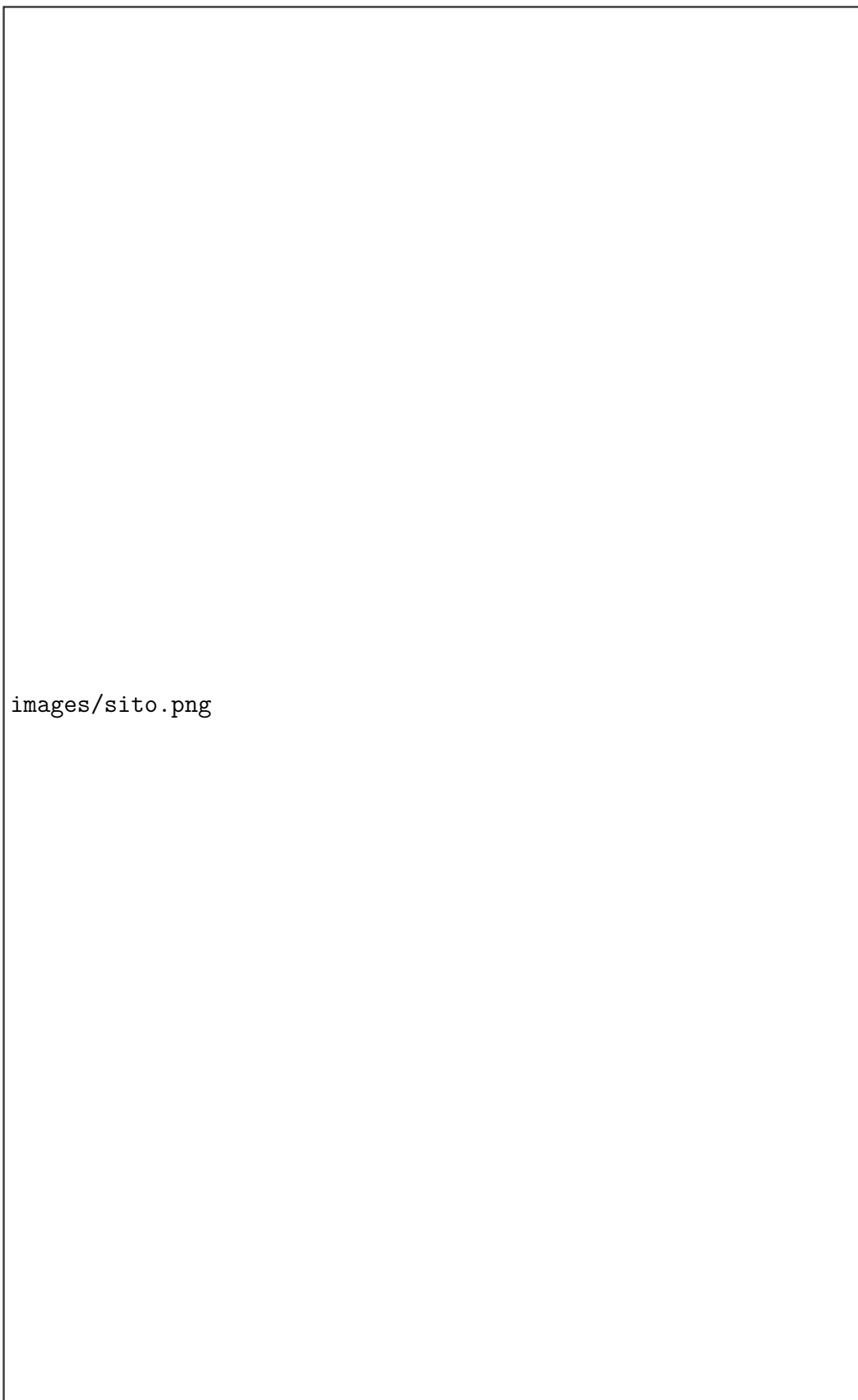
Collaboriamo con cantine che mettono passione e impegno nella produzione di vini di alta qualità, rispettando l'ambiente. Questa collaborazione ci consente di offrire ai nostri clienti una selezione accurata di vini unici e di raccontare le storie dietro ogni etichetta.

Le aziende di logistica con cui ci associamo sono responsabili della spedizione dei nostri vini. Siamo consapevoli dell'importanza di garantire che ogni bottiglia arrivi in condizioni ottimali e nel minor tempo possibile. Le aziende di logistica con cui collaboriamo condividono i nostri alti standard di affidabilità e sicurezza, garantendo che i nostri clienti possano godere dei loro vini preferiti senza preoccupazioni.

Riconosciamo il valore delle relazioni di collaborazione e crediamo nell'importanza di costruire partnership solide e durature.

Continueremo a coltivare queste partnership e a cercare nuove opportunità di collaborazione, perché crediamo che insieme possiamo offrire ai nostri clienti un viaggio indimenticabile nel mondo del vino.

1.3 Bozza del sito web



images/sito.png

2 Analisi di mercato

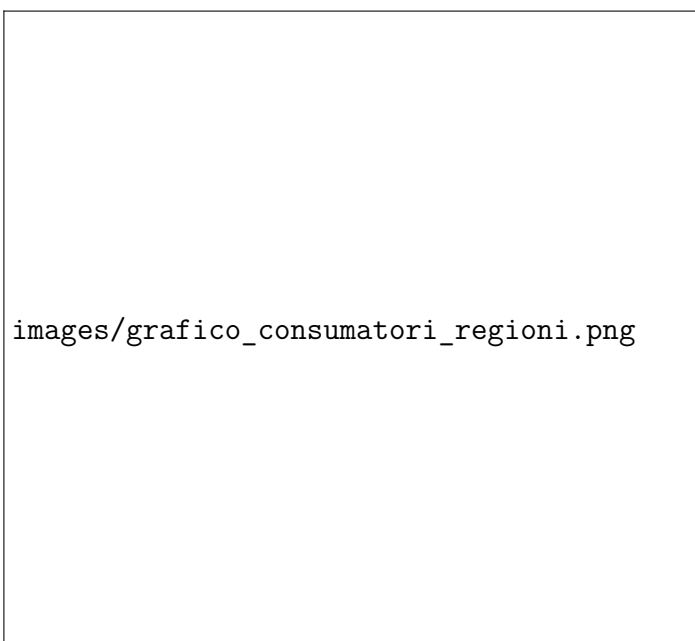
Il settore vinicolo italiano è un pilastro dell'economia, generando un notevole fatturato annuo di 14,5 miliardi di euro. Da solo, l'export di vino vale 7,1 miliardi di euro, registrando una significativa crescita del 12,4% nel 2021. Inoltre, la bilancia commerciale dimostra un saldo positivo di circa 6,7 miliardi di euro, confermando l'importanza strategica di questo mercato.

2.1 Dimensione del mercato

Il consumo di vino in Italia coinvolge un vasto numero di persone, contando circa 30 milioni di consumatori, che rappresentano il 54% della popolazione adulta del paese. Questa base di consumatori comprende sia bevitori occasionali che regolari, sottolineando l'ampia diffusione del vino italiano.

Un dato interessante è che, attualmente, il 66% dei consumatori di vino sono uomini. Tuttavia, è degno di nota il fatto che il segmento delle donne sia in forte crescita durante questo decennio, con un aumento del 2,3%. Le donne stanno assumendo un ruolo sempre più rilevante nel mercato del vino italiano, contribuendo alla sua evoluzione e alla sua diversificazione.

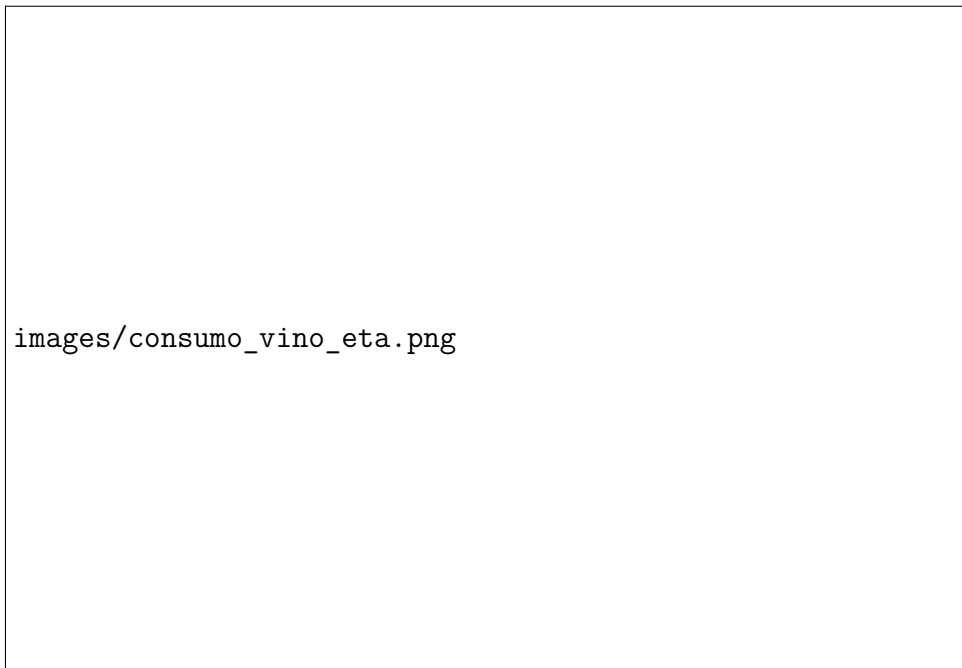
Per avere una visione completa del consumo di vino nel paese, si può fare riferimento al grafico che illustra la distribuzione del consumo nelle diverse regioni.



Dall'analisi del grafico sottostante emerge chiaramente un notevole aumento del consumo di vino da parte dei giovani. Questa tendenza rappresenta un'opportunità significativa per il settore vinicolo, in quanto indica un cambiamento nelle preferenze e nei comportamenti dei consumatori più giovani.

L'aumento del consumo di vino tra i giovani suggerisce un crescente interesse per la cultura enologica, la scoperta di nuovi sapori e l'esperienza di bevande di alta qualità. Tale tendenza potrebbe essere attribuita a una maggiore consapevolezza dei giovani sui benefici del vino, come le proprietà antiossidanti e la sua associazione con uno stile di vita sofisticato.

È quindi essenziale adattarsi a questa tendenza, offrendo una selezione di vini adatta ai gusti e alle preferenze dei giovani, utilizzando strategie di marketing mirate e coinvolgenti per catturare l'attenzione di questo segmento di mercato in crescita.



La fascia di consumatori compresa tra i 30 e i 45 anni manifesta un forte interesse per tutti gli aspetti della sostenibilità, inclusi quelli ambientali, economici e sociali. Questi consumatori attribuiscono grande importanza alla provenienza etica dei vini, alle pratiche agricole sostenibili e alla responsabilità sociale delle aziende vinicole. La sostenibilità diventa quindi un fattore decisivo nella scelta dei vini per questa fascia di età.

D'altra parte, i giovani compresi tra i 18 e i 25 anni mostrano una particolare attrazione verso i vini di prestigio e riconosciuti a livello di brand. Tuttavia, sono anche alla ricerca di nuove esperienze e sono fortemente influenzati dagli eventi e dalle fiere del settore. Questa fascia di consumatori è attiva sui social media, dove seguono influencer del settore vinicolo e cercano informazioni su nuovi vini. È interessante notare che i giovani consumatori, se colpiti positivamente da un vino, tendono a voler approfondire l'esperienza, visitando direttamente le cantine.

Le donne, in particolare nella fascia di età compresa tra i 30 e i 45 anni, rappresentano oltre il 40% degli iscritti a degustazioni e corsi di assaggio, ma sono anche la fascia di età che maggiormente apprezza e partecipa a visite aziendali e si avvale dei servizi legati all'Enoturismo.

Le donne hanno dimostrato una partecipazione attiva nel mondo del vino, sia in termini di formazione sia in termini di esperienze pratiche. Sono sempre più coinvolte in degustazioni guidate, corsi di assaggio e percorsi formativi per approfondire le loro conoscenze sul vino.

2.2 Analisi PEST

Fattori politici

Vinovo opera in un'area geografica limitata all'Italia, il che presenta un vantaggio in quanto deve rispettare solo la legislazione nazionale. La vendita di prodotti online non è soggetta a restrizioni significative, il che semplifica l'ingresso nel mercato, ma allo stesso tempo genera preoccupazione per la facilità con cui nuovi concorrenti potrebbero guadagnare quote di mercato.

In Italia, i siti web specializzati nella vendita online devono seguire una specifica normativa fiscale:

- aprire una partita IVA registrandosi presso la Camera di Commercio
- le informazioni dell'azienda devono essere chiaramente visibili sul portale online, consentendo agli utenti di trovare facilmente dati come il numero di partita IVA, l'indirizzo della sede legale e il codice di registrazione al Registro delle Imprese.

- si deve utilizzare il sistema di fatturazione elettronica, che prevede l'archiviazione digitale delle fatture per un periodo di 10 anni.

Fattori economici

È importante tenere in considerazione il cambiamento climatico il quali potrebbe portare a difficoltà e quindi una riduzione significativa della produzione di uva in Italia.

Questa riduzione della quantità di uva disponibile potrebbe portare a un aumento dei costi di produzione per le aziende vinicole, in quanto l'offerta di uva è diminuita.

Se allo stesso tempo, supponiamo ci sia una crescente domanda di vini italiani all'estero, questo potrebbe portare a un aumento dei prezzi dei vini italiani sul mercato internazionale. Di conseguenza, le aziende vinicole italiane potrebbero trovarsi ad affrontare costi di produzione più elevati a causa della riduzione dell'offerta di uva e potrebbero anche decidere di aumentare i prezzi dei loro vini per sfruttare la domanda crescente sui mercati internazionali. Dunque è fondamentale instaurare forti collaborazioni con le aziende vinicole e soprattutto piccoli fornitori.

Fattori sociali

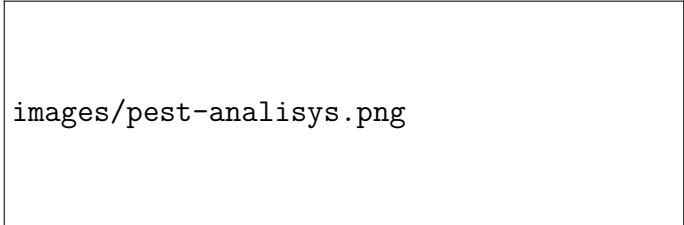
Le preferenze dei consumatori italiani per il vino possono variare in base alle tradizioni regionali, alle abitudini alimentari e alle tendenze di consumo. Vinovo deve adattarsi alle preferenze dei clienti italiani e offrire una gamma di vini che risponda alle diverse esigenze e agli stili di vita dei consumatori locali.

Inoltre l'Italia è nota per la sua cultura enogastronomica, e Vinovo può sfruttare l'interesse dei consumatori per i vini italiani di qualità, promuovendo la provenienza, la tradizione e la varietà dei vini offerti.

Fattori tecnologici

In Italia, l'innovazione tecnologica nel settore dell'e-commerce, come miglioramenti nella sicurezza dei pagamenti online, nell'esperienza di acquisto e nella logistica di consegna, influiscono sulla facilità con cui i consumatori possono acquistare vino online. L'adozione di strumenti digitali e soluzioni tecnologiche nel settore vinicolo può influenzare la competitività della nostra proposta. Ad esempio, l'utilizzo di strumenti di

analisi dei dati per comprendere meglio i comportamenti dei clienti e offrire raccomandazioni personalizzate può contribuire al successo di Vinovo.



images/pest-analisis.png

2.3 Analisi dell'offerta

In Italia, il mercato del vino è caratterizzato da numerosi produttori privati e piccole enoteche che tradizionalmente vendono i loro prodotti esclusivamente attraverso negozi fisici. Tuttavia, per queste realtà, avviare un proprio e-commerce rappresenta una sfida economica non sostenibile. Di conseguenza, spesso si affidano a piattaforme online già esistenti per raggiungere una clientela più ampia e sfruttare le opportunità offerte dal commercio digitale.

2.3.1 Analisi dei concorrenti

Per determinare la quota di mercato che possiamo ottenere, è fondamentale tenere presente che questo segmento di mercato è dominato da aziende consolidate, che vantano un notevole potere di contrattazione sia nei confronti dei clienti che dei fornitori. Nonostante queste sfide, siamo pronti ad affrontare la competizione con innovazione e determinazione. Siamo pronti a sfidare i giganti e a conquistare il nostro spazio nel mercato.

Sono stati individuati cinque principali concorrenti: Callmewine, Vine.com, Tannico, Xtrawine e Bernabei. Successivamente verranno fornite brevi descrizioni e confronti tra di loro, nonché anche con la nostra startup.

L'obiettivo è quello di sviluppare una strategia che soddisfi le esigenze dei clienti e offra servizi unici non ancora forniti dai nostri principali concorrenti. Inoltre, l'analisi della concorrenza sarà un processo continuo per rimanere sempre aggiornati e in grado di adattarci al mercato in evoluzione.

La tabella qui di seguito riassume i principali elementi che distinguono Vinovo dai concorrenti sopra citati:

images/tabella_competitors.png

- **Callmewine**, è una piattaforma di e-commerce specializzata nella vendita di vini che si colloca tra i leader di mercato in Italia. Possiede un ampio catalogo con circa 11.000 etichette disponibili, che spaziano dai grandi nomi del panorama enologico mondiale ai piccoli produttori, dai distillati di brand più noti a quelli più di nicchia. Possiede quindi una selezione vasta ed eterogenea riuscendo però a guidare l'utente in una scelta consapevole senza disorientarlo, proprio come un vero "sommelier personale".
- **Vino.com** ha lanciato una piattaforma proprietaria multi-brand e multi-channel che ha modernizzato i processi di distribuzione di vino. Oggi *Vino.com* presenta un catalogo di oltre 1.000 cantine e più di 6.000 etichette nazionali e internazionali e il suo fatturato 2020 ha raggiunto i 30 milioni di euro.
- **Tannico** è una delle più ampie enoteche online per offerta di vini italiani nel mondo, con più di 15.000 etichette. Le bottiglie, conservate nel magazzino di Milano, vengono spedite fino a 20 paesi in Europa, e non solo, e provengono da 2.500 cantine attentamente selezionate. Tecnologia, coraggio, innovazione, passione e visione, questi sono i valori con cui l'azienda descrive se stessa e su cui

basa il proprio business, con la mission di "raccontare il vino con un linguaggio nuovo".

- **Xtrawine** è un'azienda nata dalla collaborazione di un gruppo di amici sommelier e informatici. Ormai consolidata sul mercato, lo testimoniano le oltre 10.000 referenze e una sede a Hong-kong che proietta le cantine sul mercato cinese; il tutto direttamente dalla piccola città di Forlì.
- **Bernabei** è un enoteca fisica e digitale; conta 5 enoteche fisiche, 5 wine corner e un ottimo e-commerce dove poter comprare oltre al vino, birre, spirits e bibite. Merita particolare attenzione la sezione Caveau con vini rari al suo interno e anche la parte di esperienze: una sezione che ti permette, acquistando il vino di determinate cantine, di poter andare a fare la visita con degustazione gratuitamente in loco.

Per concludere l'analisi, è essenziale sottolineare l'importanza dell'attività di differenziazione per mantenere una posizione competitiva nel mercato. Innanzitutto, offrire una spedizione rapida risulta fondamentale non solo per attrarre i clienti più esigenti, ma anche per garantire affidabilità ai ristoranti e locali che collaborano con noi.

Inoltre, uno dei nostri principali punti di forza è l'esclusività dei nostri vini. Essi vengono prodotti con cura e attenzione dopo un'accurata selezione della materia prima, oltre all'utilizzo di strumentazione all'avanguardia. Questo ci consente di offrire prodotti unici sul mercato, che soddisfano le aspettative dei nostri clienti più esigenti.

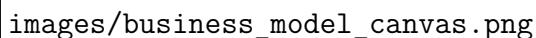
Infine, guardando al futuro, abbiamo l'obiettivo di diversificare le aree geografiche in cui produciamo i nostri vini, al fine di ridurre l'impatto ambientale dei trasporti. Questa strategia ci permetterà di sfruttare le risorse locali e di creare una catena di approvvigionamento più sostenibile, riducendo le distanze di trasporto e promuovendo un'impronta ecologica più ridotta.

In sintesi, attraverso l'offerta di spedizioni rapide, l'esclusività dei nostri vini e l'attenzione all'impatto ambientale, miriamo a distinguerci nel mercato e a garantire il successo a lungo termine della nostra attività.

3 Business Model

In questo capitolo viene presentato il Modello di Business di Vinovo, illustrando la logica fondamentale che ha portato alla creazione del progetto imprenditoriale e la strategia da implementare attraverso strutture organizzative, processi e sistemi, al fine di ottenere un vantaggio competitivo che consenta all'azienda di generare, distribuire e valorizzare i propri prodotti o servizi.

3.1 Business Model Canvas

The image is a placeholder for a Business Model Canvas diagram. It contains the text "images/business_model_canvas.png" which likely refers to a file path for the actual diagram image.

images/business_model_canvas.png

3.1.1 Key Partners

La rete di collaborazioni di Vinovo rappresenta una componente fondamentale del suo modello di business, consentendo a Vinovo di fornire un servizio completo e soddisfacente ai clienti.

- **Produttori e distributori di vino:** stabilire relazioni solide con produttori e distributori di vino è fondamentale per ottenere una vasta selezione di vini di qualità da offrire ai clienti. Collaborare con fornitori affidabili e di buona reputazione aiuterà a garantire un assortimento vario e interessante.
- **Corrieri:** lavorare con corrieri specializzati nel trasporto di bevande alcoliche consentirà di garantire la consegna sicura e puntuale dei prodotti ai clienti. Assicurati di trovare partner logistici che comprendano le esigenze specifiche delle

bevande alcoliche e siano in grado di gestire l'invio di bottiglie di vino in modo adeguato.

- **Fornitori di imballaggi:** trovare fornitori di imballaggi adeguati e sicuri per le bottiglie di vino è importante per proteggere i prodotti durante il trasporto.
- **Piattaforme di pagamento:** integrare un sistema di pagamento sicuro e affidabile è essenziale per consentire ai clienti di effettuare transazioni online in sicurezza. Collaboriamo con provider di servizi di pagamento rinomati per offrire opzioni di pagamento convenienti e protette.

3.1.2 Key Activities

Di seguito sono riportate non solo le principali attività proposte nel Business Model Canvas, ma anche attività di secondaria importanza:

- **Ricerca dei vini:** Identificare, selezionare e acquisire una varietà di vini provenienti da diverse regioni e produttori. Stabilire partnership con fornitori affidabili per garantire una selezione di vini di alta qualità.
- **Creazione di una piattaforma di e-commerce:** Sviluppo e gestione un sito web per consentire agli utenti di esplorare il catalogo di vini, effettuare ordini e pagamenti online in modo sicuro.
- **Gestione dell'inventario:** Mantenere un inventario accurato dei vini disponibili, gestire la logistica e il magazzino per garantire la pronta consegna degli ordini.
- **Marketing e promozione:** Creare strategie di marketing online per promuovere il marchio Vinovo e attirare potenziali clienti. Utilizzare canali di comunicazione come i social media e la pubblicità online per aumentare la visibilità dell'azienda.
- **Servizio clienti:** Offrire un servizio clienti di alta qualità per rispondere alle domande degli utenti, fornire assistenza nella scelta dei vini e gestire eventuali problemi o reclami. Mantenere una comunicazione tempestiva ed efficace tramite chat online o e-mail.

- **Monitoraggio e analisi dei dati:** Raccogliere e analizzare dati relativi alle vendite, al comportamento dei clienti e alle preferenze di consumo per identificare tendenze di mercato, migliorare l'offerta di prodotti e ottimizzare le strategie di marketing.
- **Ricerca e sviluppo:** Restare aggiornati sulle nuove tendenze e innovazioni nel settore vinicolo, esplorare nuove opportunità di prodotto e migliorare costantemente l'offerta di Vinovo per rimanere competitivi sul mercato.

3.1.3 Key Resources

Vinovo basa la propria forza su tre risorse fondamentali:

- **Qualità dei prodotti:**

La prima risorsa è la qualità dei prodotti. Vinovo si distingue per la produzione di vini di alta qualità. Grazie alla conoscenza e all'esperienza nella vinificazione, l'azienda crea prodotti che soddisfano i palati più raffinati, con caratteristiche uniche di sapore, aroma e complessità. Dalla selezione delle uve alla fase di fermentazione e all'invecchiamento, ogni dettaglio è curato con attenzione per ottenere vini di eccellenza.

- **Comunicazione e presenza online:**

La comunicazione con i clienti e la presenza online costituiscono un'altra risorsa cruciale per Vinovo. Consapevole del crescente ruolo di internet nelle decisioni di acquisto, l'azienda ha sviluppato un sito web e una piattaforma e-commerce all'avanguardia. Il sito web offre informazioni dettagliate sulle varietà di vino offerte, la storia dell'azienda e le recensioni dei clienti, costruendo fiducia e rafforzando l'immagine di un marchio affidabile. Inoltre, la piattaforma e-commerce consente ai clienti di effettuare ordini comodamente da casa, espandendo il mercato potenziale e semplificando la distribuzione dei prodotti.

- **Partner unici e rete di contatti:**

Infine, Vinovo beneficia di una rete di contatti nel settore vinicolo che rappresenta una risorsa di grande valore. Queste partnership offrono opportunità di collaborazione, scambio di conoscenze e nuovi canali di vendita. Partecipare a

eventi di settore, fiere del vino e degustazioni consente a Vinovo di creare nuovi contatti e di interagire con professionisti che contribuiscono alla crescita e al successo dell'azienda.

In conclusione, la qualità dei prodotti, la presenza online ben curata e la rete di contatti nel settore vinicolo rappresentano risorse essenziali. Sfruttando al meglio queste risorse, l'azienda ottiene visibilità, espande il proprio mercato e costruisce una reputazione solida, permettendo di prosperare in un settore altamente competitivo.

3.1.4 Value Proposition

Vinovo si distingue per la **produzione interna ed esclusiva** dei suoi vini, che rappresentano il suo punto di forza. La passione e l'esperienza del team enologico si riflettono in ogni bottiglia, garantendo un gusto unico. Ogni fase del processo di produzione, dalla coltivazione delle viti all'imbottigliamento, avviene direttamente presso le tenute di Vinovo, consentendo un controllo rigoroso su ogni dettaglio e mantenendo intatta l'autenticità dei prodotti. Grazie a questa filosofia vinicola intraprendente, Vinovo si posiziona come un punto di riferimento per gli appassionati del buon vino, offrendo una gamma esclusiva di etichette.

Inoltre, di seguito sono elencate ulteriori proposte di valore che completano l'esperienza dei suoi vini:

- **Vasta selezione di vini:** La start-up si distingue per la varietà e l'originalità della selezione, consentendo ai clienti di scoprire e acquistare vini unici e di alta qualità.
- **Qualità e autenticità:** Garantire che tutti i vini offerti siano autentici e di elevata qualità, fornendo informazioni riguardanti la provenienza, la produzione e la selezione dei vini per garantire ai clienti un'esperienza degustativa superiore.
- **Esperienza di acquisto online conveniente:** Offrire ai clienti un'esperienza di acquisto online facile e conveniente, consentendo loro di sfogliare l'assortimento di vini, leggere descrizioni dettagliate, confrontare prezzi e fare acquisti in modo semplice e sicuro dal comfort di casa loro.

- **Esperienza enogastronomica:** Offrire non solo la vendita di vini, ma anche la promozione dell'esperienza enogastronomica. Fornire informazioni sulle regioni vinicole, le uve utilizzate nella produzione dei vini e suggerimenti di abbinamento con cibi specifici per arricchire l'esperienza dei clienti.
- **Offerte esclusive e accesso privilegiato:** Offrire ai clienti accesso a offerte esclusive, come vini rari o limitati, ed eventi speciali come degustazioni o visite a cantine. Questo creerà un senso di privilegio e appartenenza per i clienti, incentivando la fedeltà e la partecipazione alla comunità di Vinovo.
- **Servizio clienti di qualità:** Fornire un'eccellente assistenza clienti, rispondendo prontamente alle domande e alle richieste dei clienti, offrendo supporto post-vendita e risolvendo eventuali problemi in modo tempestivo ed efficace.

3.1.5 Customer Relationship

Per Vinovo, la creazione e il mantenimento di una relazione solida con i nostri clienti è di fondamentale importanza per il nostro successo. Vogliamo dimostrare loro autenticità, trasparenza e affidabilità, offrendo un servizio eccellente in ogni momento. Crediamo fermamente nell'importanza di stabilire un legame autentico con i nostri clienti. Per fare ciò, raccogliamo informazioni sui loro gusti e preferenze, in modo da offrire consigli e suggerimenti personalizzati. Ci sforziamo di creare un'esperienza di acquisto personalizzata che rispecchi i loro desideri.

La trasparenza è un valore fondamentale per noi. Comunichiamo apertamente con i nostri clienti riguardo ai nostri prodotti, alla loro provenienza e alle pratiche di produzione. Desideriamo che i nostri clienti siano pienamente informati sulle caratteristiche dei vini che offriamo, in modo che possano prendere decisioni consapevoli e fidarsi della nostra azienda.

L'affidabilità è alla base del nostro impegno per fornire un servizio di qualità. Siamo pronti a rispondere prontamente alle domande e alle preoccupazioni dei nostri clienti. Mettiamo a disposizione diverse modalità di assistenza, come chat ed e-mail, per assicurare che le esigenze dei nostri clienti vengano soddisfatte in modo efficiente. Vogliamo superare le loro aspettative e risolvere i loro problemi nel miglior modo

possibile. Inviando regolarmente aggiornamenti e newsletter per tenerli informati sulle nostre offerte speciali, nuovi arrivi e eventi, offrendo contenuti interessanti e utili che vanno oltre la semplice vendita.

3.1.6 Channel

Al fine di interagire coi clienti, Vinovo possiede una piattaforma online che, una volta effettuata la registrazione, permette ai clienti di acquistare i prodotti desiderati direttamente dalla piattaforma, aggiungendoli al carrello nella quantità desiderata.

Inoltre, la start-up fornisce ai clienti informazioni immediate sulla data di consegna prevista e offre il servizio di tracciamento della spedizione, permettendo loro di monitorare il percorso del pacco.

Per quanto riguarda le modalità di pagamento, Vinovo offre diverse opzioni. Queste includono il pagamento con carta di credito e l'utilizzo del servizio di pagamento online Paypal, che garantisce un'ulteriore sicurezza nelle transazioni.

Al fine di raggiungere una vasta gamma di clienti e promuovere il proprio marchio, Vinovo ha integrato i social media nella sua strategia comunicativa. Questi canali aggiuntivi permettono all'azienda di raggiungere un ampio bacino di utenti, offrendo contenuti interessanti, promozioni e coinvolgendo attivamente la comunità degli appassionati di vino. L'utilizzo dei social media contribuisce ad aumentare la visibilità e favorire l'interazione con i clienti.

La start-up partecipa attivamente a eventi enogastronomici come fiere, degustazioni, festival o eventi dedicati al vino. Questi eventi forniscono un'opportunità per promuovere i vini della start-up, mettere in mostra la qualità dei propri prodotti e creare connessioni dirette con i potenziali clienti. Partecipando a eventi enogastronomici, l'azienda può attrarre nuovi clienti interessati al mondo del vino.

3.1.7 Customer Segments

- **Appassionati di vino:** Questo segmento comprende gli amanti del vino che apprezzano la qualità, la varietà e l'esperienza di scoprire nuovi vini. Sono interessati a prodotti unici, selezionati con cura e potrebbero essere disposti a spendere di più per ottenere vini di alta qualità.

- **Ristoranti e locali:** I ristoranti, le enoteche e gli altri locali che offrono una selezione di vini possono essere un segmento di clientela interessante per Vinovo. Offrire loro un'ampia scelta di vini e la comodità di ordinare online potrebbe semplificare la gestione del loro inventario e soddisfare i loro clienti.
- **Regali aziendali:** Le aziende spesso cercano regali speciali per i propri clienti, partner commerciali o dipendenti. Vinovo potrebbe creare offerte personalizzate per regali aziendali, sarà possibile scegliere sul sito se spedire il prodotto già impacchettato come regalo.
- **Regali personali:** Non solo aziende, ma anche semplicemente un regalo per occasioni speciali come compleanni e matrimoni.
- **Clienti in cerca di convenienza:** Vinovo può rivolgersi a clienti che apprezzano la comodità dell'acquisto online e della consegna a domicilio. Questo segmento di clientela cerca un'esperienza di acquisto facile e senza problemi.

3.1.8 Cost Structure

- **Acquisto di vini:** Questo è il costo principale per la start-up. Bisogna acquistare una varietà di vini dai produttori per costruire l'inventario. Costo dipenderà dalla qualità e dalla quantità dei vini che si decide di acquistare.
- **Logistica e spedizioni:** La gestione delle spedizioni dei vini richiede attenzione particolare, poiché è necessario garantire che le bottiglie siano ben imballate e consegnate in modo sicuro. Ci saranno costi associati all'imballaggio, alle etichette di spedizione, ai servizi di corriere e alle tariffe di spedizione nazionali.
- **Marketing e pubblicità:** Per promuovere l'attività e attirare clienti, si dovrà investire in attività di marketing e pubblicità. Ciò può includere la creazione di contenuti promozionali, la gestione di campagne pubblicitarie online, la partecipazione a eventi di settore o magari la collaborazione con influencer del settore.
- **Gestione del sito web e sviluppo:** Bisogna considerare i costi di sviluppo, progettazione e manutenzione del sito. Ci possono essere costi associati

all'acquisto di un dominio, all'hosting del sito, alle tariffe dei sistemi di pagamento.

- **Servizio clienti:** Investire nella gestione del servizio clienti è importante per garantire un'esperienza di acquisto positiva. Ciò può includere la formazione del personale, l'utilizzo di strumenti di supporto clienti, l'implementazione di sistemi di chat online e l'assegnazione di risorse per gestire le domande e le richieste dei clienti.

3.1.9 Revenue Streams

- La **Vendita diretta di vini** attraverso la piattaforma di e-commerce sarà il principale flusso di ricavi per Vinovo.
- **Abbonamenti:** Un'opzione per Vinovo potrebbe essere creare un servizio di abbonamento che offre ai clienti una selezione periodica di vini, offerte esclusive e l'opportunità di scoprire nuove etichette. Questo può attirare clienti che desiderano esplorare e ricevere una selezione regolare di vini.
- **Vendita di accessori e prodotti correlati:** Oltre alla vendita di vini, si intende aggiungere anche vari accessori per il vino, come bicchieri, caraffe, cavatappi e altre attrezzature collegate al mondo del vino. Questa espansione della nostra proposta commerciale non solo completerà l'esperienza dei nostri clienti, ma ci offrirà anche un flusso di ricavi supplementare. Con l'aggiunta di questi prodotti correlati, vogliamo offrire un'esperienza ancora più completa, in cui i nostri clienti potranno trovare tutto ciò di cui hanno bisogno direttamente con Vinovo.
- **Collaborazioni e partnership:** Abbiamo l'intenzione di stabilire collaborazioni strategiche con ristoranti e locali al fine di creare offerte o pacchetti speciali. Attraverso queste partnership, miriamo a condividere i ricavi derivanti dalle vendite.
- **Eventi e degustazioni:** Organizzare eventi di degustazione di vini e generare ricavi attraverso la vendita di biglietti. Questi eventi possono aiutare a promuovere il tuo marchio e fornire un'esperienza coinvolgente ai clienti.

Inizialmente, abbiamo deciso di offrire l'accesso gratuito ai nostri eventi. Tuttavia, una volta che l'azienda avrà consolidato il suo valore e sviluppato ulteriormente le sue offerte, prevediamo di introdurre una tariffa. Questo passaggio a un modello a pagamento ci permetterà di alzare gli standard e offrire servizi e contenuti ancora più esclusivi e curati. Ciò ci consentirà di investire ulteriormente nell'organizzazione degli eventi, garantendo una miglior esperienza.