

BUY
WINE

**CONTENT
MARKETING
E VISUAL
MARKETING
PER IL WINE**

www.cibiamoci.it

www.pietrofruzzetti.com

FACEBOOK - @pietro.fruzzetti.brand





PIETRO FRUZZETTI

BRAND STRATEGIST
DIGITAL MARKETER
CO-FOUNDER CIBIAMOCI FESTIVAL

www.cibiamoci.it

www.pietrofruzzetti.com

FACEBOOK - [@pietro.fruzzetti.brand](https://www.facebook.com/pietro.fruzzetti.brand)



COMUNICAZIONE

OGGI PROFONDO CAMBIAMENTO NEL
MODO DI COMUNICARE.

tu attraverso quali contenitori comunichi?

COSTUMER JOURNEY

MOMENTI

TOUCH POINT

COSTUMER JOURNEY

Itinerario che il cliente percorre quando instaura una **relazione** con un'impresa nel tempo e nei diversi "ambienti" di contatto, siano essi offline che online.



COSTUMER JOURNEY [PRIMA DEL WEB]

STIMOLO

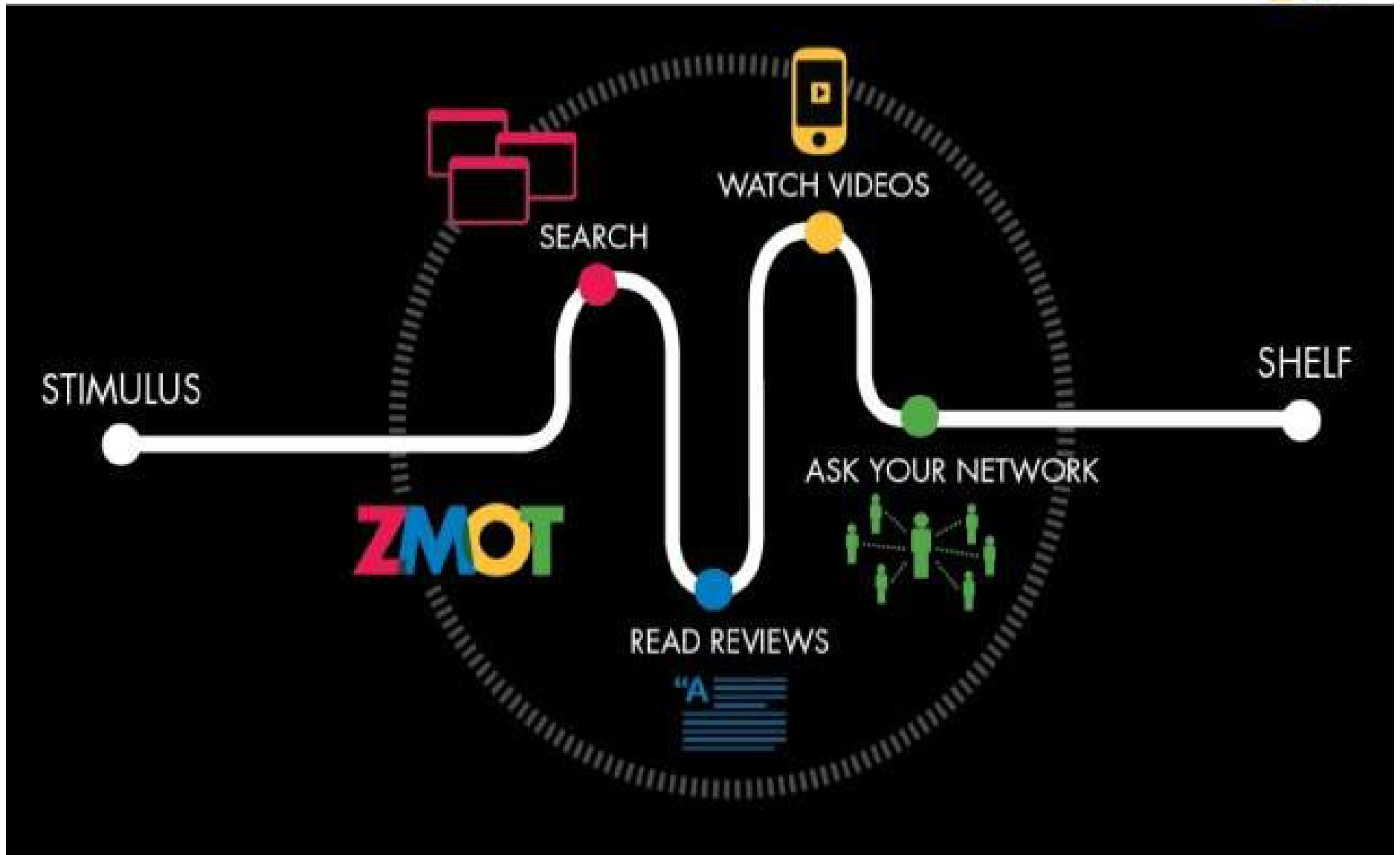
FIRST MOMENT OF
TRUTH ("SHELF")

SECOND MOMENT
OF TRUTH
("EXPERIENCE")

COSTUMER JOURNEY [OGGI]

Oggi un passaggio ulteriore quella dello zero moment: il momento in cui il potenziale cliente costruisce le sue convinzioni e quello in cui il processo d'acquisto inizia.

ZMOT Variables



MOMENTI

Sai catturare i momenti che contano per le persone?

Il momento che conta non è l'acquisto! Quello è il momento che conta per il tuo fatturato!



MOMENTI PER **DIVERTIRSI**

MOMENTI PER **IMPARARE**

MOMENTI PER **INFORMARSI**

MOMENTI PER **ACQUISTARE**

MOMENTI PER DIVERTIRSI



#ascoltiamoiVino
STAY 🍷☀️ TUNED
#sempreinmovimento
#verdicchioperdavvero



👍 Mi piace 💬 Commenta ➦ Condividi



#ascoltiamoiVino
STAY 🍷☀️ TUNED
#sempreinmovimento
#verdicchioperdavvero



👍 Mi piace 💬 Commenta ➦ Condividi

MOMENTI PER IMPARARE



Filippo Bartolotta

29 dicembre 2017 alle ore 12:01 · 🌐

New Year's Eve can be great fun...but also very dangerous for one simple reason...

650 visualizzazioni

<https://www.facebook.com/thegraptrotter/videos/710793515794772/>

MOMENTI PER INFORMARSI

PIANETA
donna

GUIDE DI CUCINA by O2O

ANALCOLICI

VINO E ALCOLICI

ANTIPASTI

PRIMI PIATTI

CARNE

CONSIGLI DI CUCINA

GUIDE DI CUCINA

VINO E ALCOLICI

Come distinguere l'Amarone della Valpolicella dal Ripasso

< INDIETRO

AVANTI >

1 | 8 Introduzione

In questo articolo vogliamo aiutare tutti i nostri lettori a capire come poter distinguere l'Amarone della Valpolicella dal **Ripasso**, nella maniera più semplice e veloce possibile. È un articolo che può interessare molto, tutti coloro i quali amano il **vino** ed amano berlo in bella compagnia ed anche gustarlo con senso e moderazione.

Iniziamo con il dire che il vino è una bevanda che viene ottenuta mediante un processo di **fermentazione dell'uva**. Esistono moltissimi tipi di vino ed il loro gusto cambia a seconda del tipo di vigneto, del terreno della **quantità** di acqua e moltissimi altri aspetti. Saper riconoscere ed apprezzare un vino non è molto semplice, infatti ci sono degli appositi corsi per poter poi diventare dei sommelier. In questa guida, in particolare, vedremo come fare per riuscire a distinguere correttamente l'Amarone della Valpolicella, dal Ripasso. Buona lettura e **buon divertimento** a tutti coloro che decidono di seguire questa guida, nella **maniera più semplice possibile**.

< INDIETRO

AVANTI >

MOMENTI PER ACQUISTARE

VINO.75

CERCA...



Accedi | Registrati

CARRELLO (0)

MEGLIO DEI SALDI | VINI ROSSI | VINI BIANCHI | BOLLICINE | DISTILLATI | IN PROMOZIONE | PREMIATI | CONSIGLI | GUIDA DEL VINO

TIPOLOGIA	PRODUTTORE	PREZZO	ALTRO	ABBINAMENTI
✓ Rossi (1469)	A' Vita (2) Agripunica (3) Alain Michelot (1) Alberto Giacobbe (1) Albino Rocca (8) Allegrini (6) Alois Lageder (3) Alta Vista (3) Altesino (1) Ambra (4) Ar...	0-10 euro (195) 10-20 euro (652) 20-40 euro (398) 40-80 euro (164) Oltre 80 euro (60) Consegna 48h (829) In promozione (42) In scadenza (26)	ABBINAMENTI > FORMATO E CONFEZIONE RICONOSCIMENTI SENTORE PASSAGGIO IN BOTTE CORPO DENOMINAZIONE ORIGINE VITIGNO ANNATA ALTRE CARATTERISTICHE	Affettati e salumi (185) Antipasti (60) Aperitivi (19) Arrosti (496) Carni bianche (143) Carni bianche alla brace (39) Carni in umido (282) Carni rosse (736) Carni rosse alla brace (378) Cioccolato (12) ...ei (1) ...chi e pasticceria (7)

HAI CERCATO X Rossi

I CONSIGLI DEL SOMMELIER

LA G VINO

RICEVI I NOSTRI FANTASTICI SCONTI E PROMOZIONI

Inserisci la tua email

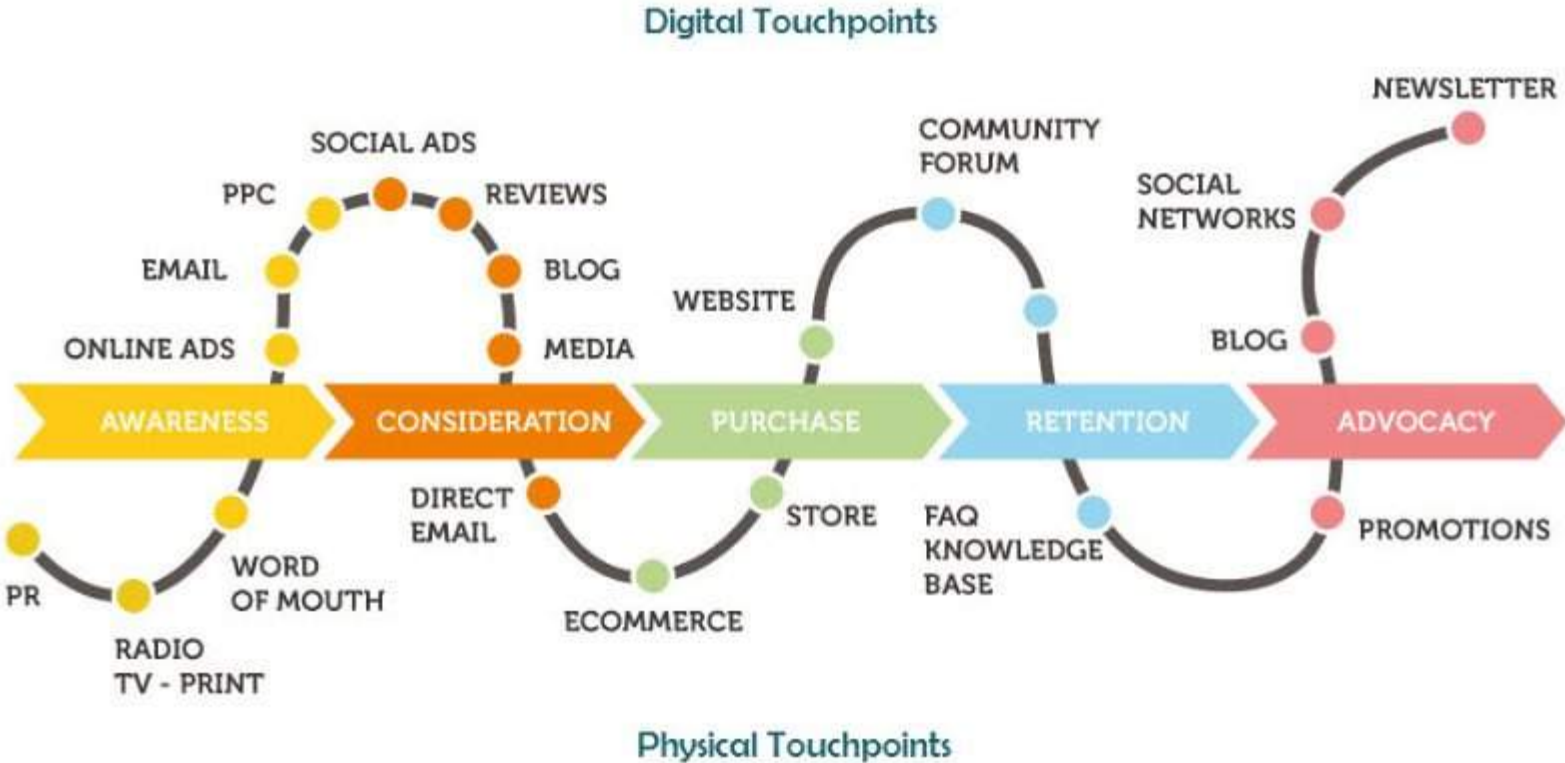
RICEVI LA NEWSLETTER

Ho letto e accetto le **condizioni generali** e l'**informativa sulla privacy**

Il vino rosso rappresenta
Brunello al Primitivo, scegli

all'Amarone al Chianti, dal
un vino Bertani, un vino

TOUCH POINT



BRAND

nome, termine, segno,
simbolo o disegno
oppure ad una
combinazione di questi al
fine di
identificare uno o più
prodotti/servizi di
un'impresa o
l'impresa stessa (corporate
brand) e di differenziarli da
quelli della concorrenza



**“IL BRAND È UN INSIEME DI
PERCEZIONI NELLA MENTE DEI
CONSUMATORI”**

CONSUMATORE

Utilizzatore di beni e servizi prodotti.

Che logora, distrugge, rovina.

Codice del consumo





PERSONAS

A CHI VUOI RIVOLGERTI?

DISEGNA LA TUA PERSONAS!

PERCEZIONE

Percezione si intende un processo costruttivo attraverso cui gli stimoli che ci si presentano vengono elaborati interpretati e integrati in un'unità dotata di senso.



PERCEZIONE

CHE TIPO DI SENSAZIONI VUOI DARE?

DEFINISCI LE TUE CARATTERISTICHE!

MENTE

Il miglior approccio per un Brand è quello di essere nella mente della propria personas, quando la personas vuole quella categoria di prodotto.





MENTE

COME SEI POSIZIONATO NELLA MENTE?

DEFINISCI LA TUA CATEGORIA!

Come competere nel mercato del vino?

BRAND POSITIONING

+

STORYTELLING

CONTENT MARKETING

Il Content Marketing consiste nella creazione e la condivisione di contenuti finalizzati all'acquisizione dei clienti o alla fidelizzazione dei clienti.



[OBIETTIVI]

BRAND AWARENESS

ACQUISIZIONE DI NUOVI CLIENTI

LEAD GENERATION

CUSTOMER RETENTION

[CONTENT MARKETING STRATEGY]

1. DEFINIZIONE OBIETTIVO
2. DEFINIZIONE PERSONAS
3. SCELTA TOUCH POINT
4. SCELTA DEL MOTIVO CHE CONTA
5. MISURAZIONE RISULTATO



CONTENT MARKETING

UTILIZZIAMO I CONTENUTI

tu attraverso quali contenuti comunichi?

VISUAL MARKETING

Il Visual Marketing si basa sul linguaggio visivo, ad un tipo di comunicazione non verbale fatta di immagini, foto, infografiche, disegni, simboli, video destinati a dare un concetto e a formare una **percezione** specifica nelle persone.



PERCEZIONE

Cosa racconta questa foto?



A hand holding a bunch of dark grapes against a background of a vineyard. The image is dimmed and serves as a background for the text.

PERCEZIONE

STORYTELLING + POSITIONING

tu stai raccontando la storia della tua
azienda?

Intimità, Sensualità e Mistero...



VISUAL MARKETING + SOCIAL MEDIA

il racconto come
co-creazione di valore.



PARLATE ALLE PERSONE NON
ALL'ALGORITMO!

**RACCONTATE LA VOSTRA STORIA!
RACCONTATELA OGGI!
CORAGGIO!**

BUY
WINE

GRAZIE!

**RESTIAMO IN
CONTATTO!**

www.cibiamoci.it

www.pietrofruzzetti.com

FACEBOOK - @pietro.fruzzetti.brand

