

Vinistas.com afianza su modelo de negocio de venta de vinos de pequeños productores al consumidor final

Tras casi tres años en el sector de la venta de vino online, y más de 1.000 clientes, vinistas.com avanza en su modelo de negocio de venta de vinos elaborados por enólogos y pequeños productores con acceso limitado a los grandes canales de distribución a su comunidad de "vinistas" con el desarrollo del concepto de "buscadores de vinos independientes"

La plataforma vinistas.com a punto de cumplir 3 años de vida, bajo la batuta de la enóloga Ruth de Andrés y su equipo, con más de 10 años de experiencia en el sector de la exportación de vinos de calidad elaborados por pequeñas bodegas, se afianza en un nicho de mercado todavía inexplorado en el sector de la venta de vino online en España. De este modo la plataforma logra diferenciarse del resto de grandes actores, que compiten con un modelo de negocio de grandes catálogos, venta de vinos de bodegas conocidas y marcas reconocidas por el consumidor final, centrándose en fomentar la interacción y el vínculo entre el pequeño productor y el consumidor.

Para consolidarse en el sector con más auge del comercio electrónico de alimentación: la venta de vino en internet, que registra crecimientos medios del 60% anual, vinistas.com ha renovado su imagen y ha lanzado una nueva plataforma responsive totalmente adaptada a los dispositivos móviles, convirtiéndose en un espacio limpio y atractivo, de fácil lectura, dónde se da protagonismo a las personas que elaboran los vinos de producciones limitadas, que derrochan ilusión por su terruño, su viña y su uva. Todo con el objetivo de fomentar el nexo entre productores y "vinistas" y la intención de acercar esos "vinos inalcanzables" al consumidor.

Con este modelo de negocio, cada parte hace lo que mejor se le da: vinistas.com selecciona productores según sus altos estándares de calidad y se ocupa del marketing, de la logística y de la atención al cliente; los productores pueden centrarse en la elaboración de vinos auténticos y originales y los "vinistas" acceden a vinos de calidad, poco o nada introducidos en los grandes canales de distribución, a precios accesibles e influyen en la renovación de los vinos en catálogo con sus calificaciones de "lo volvería a comprar".

Las 5 claves del modelo:

Los buscadores de vinos independientes del equipo de vinistas.com, se encargan de encontrar esas pequeñas productores y sus vinos, para que los vendan directamente en la plataforma o para que creen vinos en exclusiva.

Catálogo limitado a vinos con excelente relación calidad/precio (más de 150) de pequeños productores con talento (actualmente unos 30).

Precios accesibles, centralización y reducción de costes logísticos y de gestión, eliminación de intermediarios y un trato justo al productor con el que se establece una relación a largo plazo.

Mayor participación y actividad de los Vinistas, actualmente más de 1.000 compradores forman su comunidad, valorando los vinos actuales o pudiendo sugerir productores nuevos a incorporar.

El modelo de suscripción de vino a ciegas, que supone más de un 30% de la facturación, en el que el “vinista” elige el importe de la cuota y la periodicidad y recibe periódicamente una caja de vinos “secreta” en su casa, lo que facilita al consumidor probar vinos diferentes con regularidad y de forma sencilla.

Datos de contacto:

Óscar García

Marketing y Comunicación

987229047

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Gastronomía](#) [Madrid](#) [Industria Alimentaria](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>