Warsteiner, bilancio positivo dopo fiere a Rimini e Riva Del Garda

brewers-gold-0232cc0e

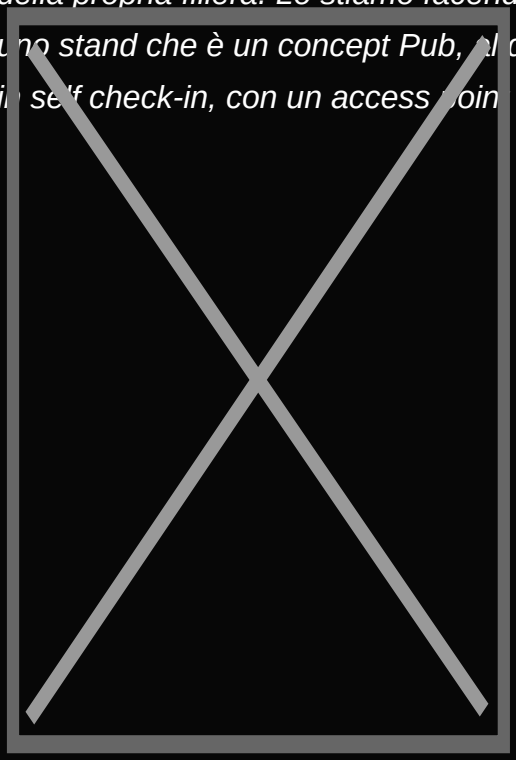
Nelle scorse settimane si sono concluse le maggiori manifestazioni di settore per il comparto birra, per Warsteiner Italia presente sia a Rimini che a Riva del Garda, sono state due edizioni di successo.

Ritornare in fiera dopo tanto tempo suscita **entusiasmo e trepidazione**, ma anche un po' di apprensione per l'incognita sull'andamento delle manifestazioni, sospeso tra situazione politico economica attuale e ritorni di pandemia. Warsteiner Italia ha voluto partecipare comunque alle due più importanti fiere di settore: di **Beer&Food Attraction** a Rimini e **Hospitality** a Riva del Garda per poter tornare dal vivo, c**redendo nella ripresa del settore del fuori casa**.

Al netto delle partecipazioni, l'**investimento è stato proficuo**, si sono registrati ottimi numeri per entrambi gli eventi con un'**affluenza al di sopra delle aspettative**, come spiega **Silvia Serpelloni**, Brand Manager: *"Siamo soddisfatti dell'andamento delle due fiere, abbiamo riscontrato un afflusso oltre le aspettative al nostro stand, sia a Rimini che a Riva del Garda. Molti nostri clienti sono passati a trovarci, e non solo, devo ammettere che è stato importante poter tornare a parlare di business in un'atmosfera più rilassata e conviviale come quella offerta dal nostro stand. L'idea di ricreare un beer bistrot con tanto di garden dedicato alla nostra nuova specialità in lancio, **Warsteiner Brewers Gold**, è nata proprio dalla volontà della nostra azienda di celebrare la socialità e il ritorno ai rapporti interpersonali, pur rispettando le normative vigenti per il controllo della diffusione del covid."*

A Beer & Food Attraction dove si sono **registrati i numeri più incoraggianti** con 360 brand presenti su 30.000 mq di esposizione, lo stand di Warsteiner Italia ha spiccato per originalità diventando una celebrazione del fuori casa portata direttamente in fiera. È stata l'occasione per accogliere in team i clienti e partner, offrendo tutti i prodotti dell'ampio portfolio Warsteiner serviti a regola d'arte e accompagnati ad un'offerta gastronomica di livello studiata per la fiera.

Sempre a Rimini si è parlato di Horeca e digitale con **Giovanni Mondini**, Trade Marketing Manager che partecipando al convegno tenuto da Italgrob ha dichiarato: *“Non è più un segreto per nessuno, Warsteiner sta facendo grandi passi sull’**innovazione digitale**, con forte attenzione al coinvolgimento della propria filiera. Lo stiamo facendo anche in questo momento in fiera, dove ci siamo presentati con uno stand che è un concept Pub, al quale sia accede con una piattaforma di booking dedicata, anche in self check-in, con un access point dedicato.*



Inoltre, si può testare la nostra innovazione di servizio:

***Warsteiner Lovers**. Una piattaforma che è l'atterraggio di tutte le campagne web marketing di Warsteiner. I locali nostri clienti possono registrarsi, essere visibili in mappa, creare il proprio profilo, creare la carta birre Warsteiner, caricare il proprio menù digitale, utilizzare il QR code del proprio profilo e creare promozioni con una speciale funzione di couponing (emissione di buoni sconto, redimibili attraverso una speciale App dedicata, che legge i **QR code** univoci delle promozioni).*

*Si tratta di una piattaforma di fidelizzazione che ci permette di implementare quelle **strategie digitali fondamentali** per lo sviluppo del business dell’horeca: drive to store, proximity commerce e re-marketing. In parole più semplici, ci permette di far sapere a tutti i consumatori dove sono i locali nei quali possono bere le birre del gruppo Warsteiner (drive2store) e di mettere in condizione i locali di raggiungere i consumatori localizzati in prossimità del locale con promozioni mirate (proximity), infine permette di ricontattare il consumatore soddisfatto e raccoglierne il feedback (re-marketing). I nostri locali iscrivendosi possono essere certi di essere visibili ad un pubblico selezionato di consumatori fidelizzati Warsteiner. Tutto questo **senza abbonamenti o commissioni.**”*

Anche se per natura l’horeca non potrà **mai essere digitale al 100%**, l’avvicinamento alla tecnologia e il suo utilizzo come strumento per raggiungere il maggior numero possibile di utenti sembra essere la strada per lo sviluppo delle aziende e il loro successo.

Il digitale secondo i manager di Warsteiner sarà il complemento e non la sostituzione della cura al servizio e di un’offerta chiara e distintiva come conclude **Luca Giardiello**, Amministratore Delegato e Country Manager: *“Nel digitale abbiamo un alleato e non un sostituto, come aziende abbiamo il compito di tenerci aggiornate e in costante evoluzione, investendo in implementazioni tecnologiche ed offrendo strumenti efficaci ai partner e ai consumatori. Questo non toglie però la necessità di offrire prodotti di qualità, in un’ampia e ricca gamma, curando il servizio e l’offerta nei minimi dettagli, perché come abbiamo potuto provare noi stessi in queste due fiere il bello dell’horeca è l’aggregazione e il potere conviviale che produce.”*