

EBOOK GRATUIT

Independenta financiara in maxim 1 an pentru cei care vand vin sau, daca nu o fac, nu stiu cat pierd!

Modelul de business validat de 9000 de crame in California, US.

Pentru crame, pensiuni agroturistice, magazine de vinuri on si offline, producatori locali, restaurante, hoteluri, etc.

Pentru cei care nu s-au apucat inca de cele de mai sus dar au in plan sa o faca in viitorul apropiat.

Pentru cei care au trecut prin masterul de vin de la USAMV si vor sa-si completeze cunostintele cu partea practica a afacerii.

Academia direct2consumer

powered by

mariusgirlea.ro



Cuprins

Capitol	Pagina
Starea de la care plecam	08
De ce noi, de ce aici, de ce acum si mai ales, de ce...	09
Este oare pentru tine abordarea acesta?	10
Cum e la ei, ca sa stim la cine ne uitam - bref	09
Consumul de vin scade...	16
Un exemplu de politici americane	18
B2C business to consumer versus D2C Direct to Consumer	17
B2C versus D2C	20
Structura de business d2c	21
Consultant d2c	22
Calatoria clientului	24
Vanzari d2c cadru general	27
Manageri d2c cunostinte	29
Personal executiv d2c cunostinte	30
D2c USA	34
Ce va pare interesant la modul American	38
Ce puteti face voi	39
Academia direct2consumer beneficii	40
Academia d2c structura	41
Academia d2c introducere	42
Academia d2c concept	42
Academia d2c dezvoltarea afacerii	44
Academia d2c dezvoltarea personalului	45
Academia d2c complet	46
Contacte	47

*Academia direct2consumer
powered by mariusgirlea.ro
din 12 august 2024!*



Aici am lucrat si invatat:

Napa Valley – zona de “ bogati “ a
vinului Californian in timp ce
Sonoma e mai de “clasa mijlocie”...

California – knowledge
american autentic de vanzare
direct2consumer distilat la
firul ierbii...

Cum sa avem 40% - 100% vanzari directe
catre consumatorul final din total vanzari
in cel mult 2 ani si, foarte probabil, inca
din primul an!

Daca gestionati, va ganditi sa contruiti, va doriti sa stiti mai multe despre o crama, un magazin de vinuri, un importator, un distribuitor de food & beverage, un producator de produse locale, un jucator in HORECA, o pensiune agroturistica sunteti in locul cel mai potrivit.

Va fi cea mai bine cheltuita ora din acest an, sau, cum spune americanul neaos, cross my heart and hope to die...

Obstacolele sunt ceea ce vedem in fata atunci cand ne luam ochii de la scopul propus!

John Ford



Detaliu cu farmec dintr-un tastingroom Californian.

Ca sa nu uitam de ce am venit...

Suntem cu totii muritori pana la primul sarut si al doilea pahar de vin!

Eduardo Galeano, jurnalist si uneori jurnalist de vin, Uruguay

Intre timp insa nu ar fi deloc rau sa fim independenti financiar de tertii revanzatori si sa tinem la noi in curte si venitul si profitul!

Marius Girlea, om de vin, Romania

Starea de la care plecam!

Stim ce si cum, vindem pe piata asta de ceva timp, nu patrundem usor pe canalele mari de vanzare si alte cai catre vanzare nu prea avem sau nu prea stium cum sa facem cu ele ca asa e in Romania dintotdeauna...

De ce noi, de ce aici, de ce acum si mai ales, de ce...

Eu, 7 ani de experienta in US, 3,000 de crame vizitate, wine judge in California, US si Georgia, US, expozant la marile targuri de vin nord americane, o viata de business development la firul ierbii (ex business coordinator pe Romania si consultant The Wine Disney Company).

Voi, parte a miilor de firme micro, mici si mijlocii (cei mari au alte resurse...) care produc, importa, distribuie sau vand in Romania vin sau produse care se pot asocia natural cu vinul (produse din carne, din lapte, patiserie, cofetarie), cei care aveti produsul “vin” in facturi si cei care inca nu il aveti si nici nu va imaginati cat business pierdeti...

Aici, pentru ca daca tot suntem pe aceeasi paralela cu Bordeaux dar si cu Oregon si New York, n-ar fi rau sa facem vinurile bune ca ei dar sa si vinem bine, tot ca ei

Acum, pentru ca singura resursa neregenerabila este timpul, pentru ca toti avem aceleasi probleme si pentru ca toti vrem sa reusim (mult mai OK sa reusim impreuna decat sa ne zbatem separat!)

De ce, ca sa vedem cum Dumnezeu fac alea 10,000 de crame americane sa vanda tot ce produc direct la consumatorul final, fara intermediar! Ca sa invatam de la miile de crame pe care le-am vazut eu in 7 ani de vin american!

Este oare pentru tine abordarea acesta?

Daca te temi ca trece viata pe langa tine in timp ce tu stai si tot invartesti in minte aceleasi cifre de vanzare...

Daca pur si simplu iti doresti mai mult timp pentru tine si cei dragi...

Daca esti OK cu ideea ca rezultatele nu apar peste noapte dar si ca nu ar trebui sa le astepti o viata intreaga...

Daca esti ingrijorat de viitorul afacerii tale...

Daca iti doresti cu ardoare sa nu mai fii implicat minut cu minut in vanzari si sa nu te mai dai peste cap ca sa iti tii revanzatorii fericiti...

Daca vrei sa iti cunosti direct clientii asa incat sa nu mai fii pasiv sau reactiv ci proactiv in relatia cu piata...

Daca clientii ajung la tine mai ales adusi de altii sau intamplator si asta te ingrijoreaza maxim...

Daca ti-ai saturat de greselile pe care le tot faci mergand pe mana altora...

Daca ai incredere ca ce merge bine afara va merge bine si la noi daca avem incredere si invatam din succese nu din esecuri...

Daca ai incercat sa faci ceva, sa te conectezi direct cu clientii tai dar nu ai reusit asa cum ai fi vrut...

Daca ai reusit sa iesi de sub influenta falsilor specialisti care iti spun ca mai e mult pana departe...

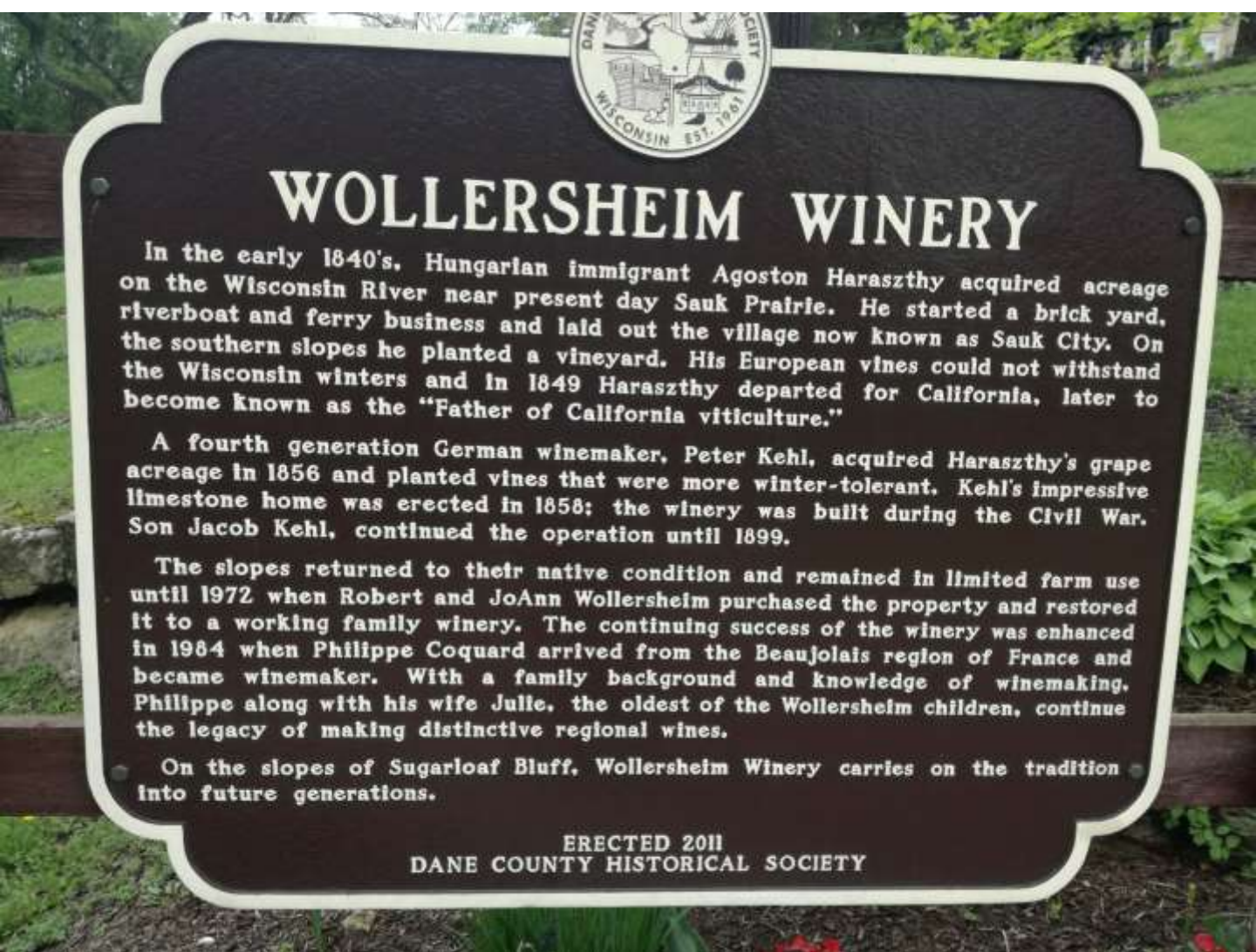
**Atunci DA, ramai langa mine pentru ca este
despre tine si binele tau!**

Cum e la ei, ca sa stim modelul- California bref

- \$4 trilioane
- \$61.2 miliarde
- \$296.6 miliarde
- \$4,000
- 11, 500 din care 9,000+
- UC Davis
- State universities
- 10,000 mile

Cum e la ei, ca sa stim modelul – California explicatii

- \$4 trilioane: PIB California 2024 (Germania 4,6; Japonia 4,1; India 3.94)
- \$61.2 miliarde: in 2023 vanzari vin off premise 39.7 si on premise 21.5
- \$4,000: salariu mediu in vinul american, inainte de taxe (\$14 / ora salariu minim)
- \$296,6 miliarde: in 2023, vanzari totale de vin in US
- 11,500 din care 9,000+: crame in US respectiv in California
- UC Davis: cea mai mare scoala de vin din US cu Andy Walker, prof de genetica fabulous pe hibrizi
- State universities: ofertanti de birouri cu acces liber, in fiecare stat, pentru cei care vor sa afle cu ce se mananca vinul , in general agricultura
- 10,000 mile: parcurse de mine in foarte luna, foarte multe luni in US, in cautare de crame



Mandria continuitatii si a originilor multietnice in vinul American, lectie pe care e musai sa o invatam si noi si sa o aplicam!

Ce au in comun producatorii mici si mijlocii? La ei ca si la noi...

Aceleasi probleme

Aceleasi frici

Aceleasi bugete precare

Acelasi bazin limitat de clienti

Acelasi bazin de recrutare personal

Aceeasi structura densa de competitori

Aceiasi jucatori internationali omni prezenti

Aceleasi presiuni de mediu

Aceleasi evolutii ale consumului

Ce au in comun producatorii mici si mijlocii? La ei ca si la noi...

Aceleasi probleme – nu sunt suficient de mari ca sa intre pe retailul mare, lanturile horeca

Aceleasi frici – scade consunul de vin, noile generatii se orienteaza catre alte bautura, cresc cotele de piata ale distilatelor si berii

Aceleasi bugete – partea de cash flow, fracturat de tertii intermediary, pune probleme, mai ales daca nu exista un side business

Acelasi bazin de clienti – acelasi areal inseamna acces la un numar fix de oameni iar nr de crame creste mai repede decat populatia

Acelasi bazin de recrutare – personalul vine din proximitatea tuturor

Aceiasi competitori – marile branduri si brandurile faimoase local

Consumul de vin scade...

Generație	Rank volum vânzări intre generatii	Născuți intre
Baby boomers	Nr 1	1946 și 1964
Gen X	Nr 2	1965 și 1980
Millenials	Nr 3	1981 și 1996
Silent gen	Nr 4	1928 și 1945
Gen Z	Nr 5	1997 și 2012
Gen Alpha	Nu au voie sa cumpere alcool	2010 și prezent



Nimeni nu poate fi trist in fata unei sticle cu vin. Aviz celor care nu isi fac veniturile si din vin desi ar putea sa o faca...

Pana la urma avem o capacitate limitata de a manca dar o capacitate generoasa de a bea. Banii se fac pe bautura nu pe mancare!

Un exemplu de politici americane...

Decizia luata de Napa County Board of Supervisors de adoptare a “Micro-winery Ordinance” a intrat in paise in 5 mai 2022, practic ieri! Pe scurt, micii producatori de vin din California si mai specific cei din Napa, au dorit sa aiba si ei acces la banii celor care cumpara direct de la crame, adica DTC (direct to consumer) si sa poata construi in felul acesta un “drum al vinului” printre micro-crame. In plus, producatori casnici si producatori mici nu aveau nici o cale de vanzare alta decat prin tertii intermediari si asta ii rupea la buzunar (sort of speaking). Asa ca baietii au definit microcrama asa:

1. Minim 10 acri adica 4 ha
2. Productie 201 – 5000 galoane vin adica 1,020 – 25,400 sticle
3. 75% din struguri sa provina de pe proprietate sau de pe parcele adiacente cu acelasi proprietar
4. Maximum 5,000 square feet adica 464.5 mp de constructii (depozite, productie, degustari, etc) plasate integral pe proprietate
5. 20 de intrari in crama pe zi inclusive angajatii proprii
6. Program 09:00 - 18:00, activitati de degustare si tur de proprietate, fara activitati de marketing in afara proprietatii
7. Durata permisului 3 ani

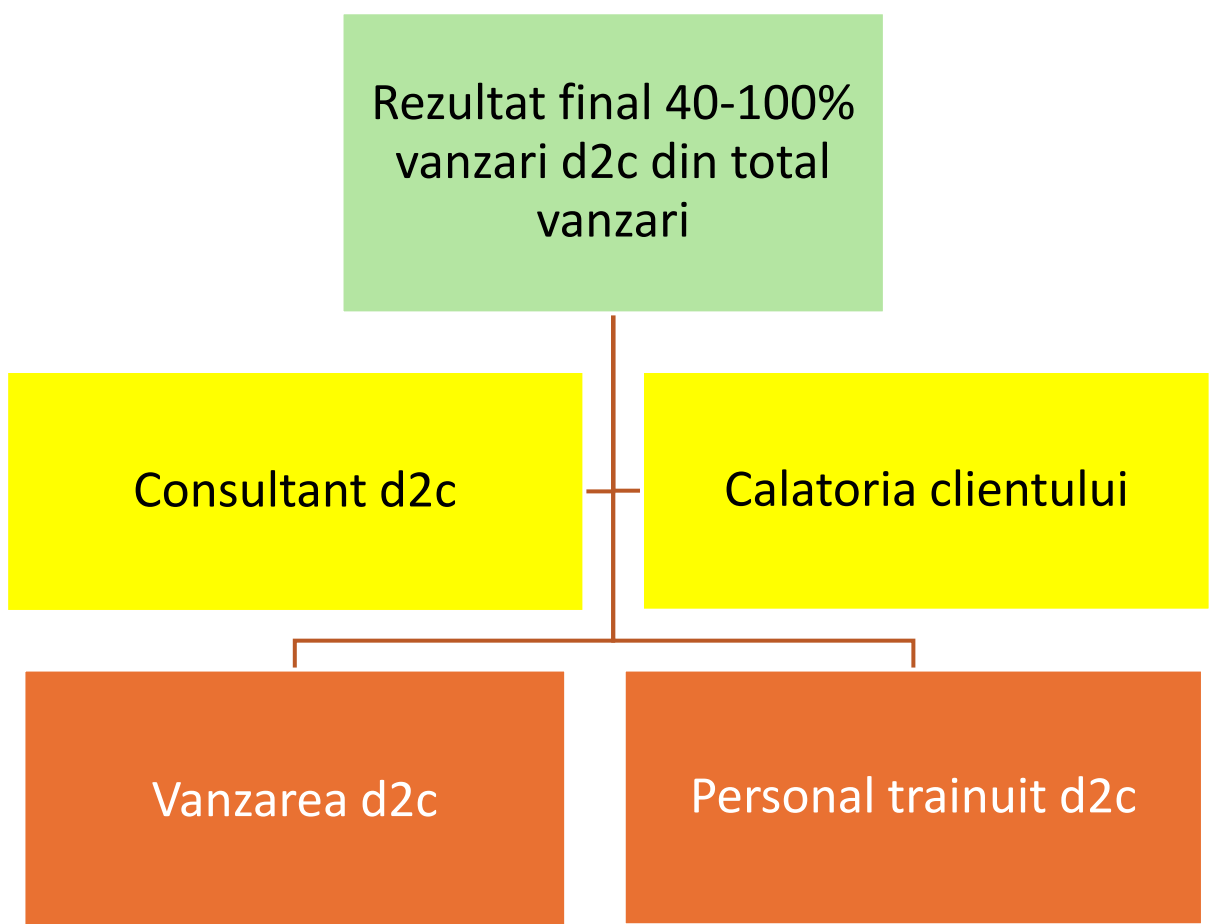
Pana la actul acesta titulatura de “winery” care implica dreptul la spatii de degustare deci de vanzare directa era acordat doar celor care produceau minim 2000 de cutii, adica la 12 sticle per cutie in USA, minim 24,000 de sticle. Cu alte cuvinte, vreo 1,800 de micro producatori ramasi in afara nivelului minim erau clar defavorizati in fata celor vreo 500 de “wineries” cu patalama... Ca sa fim corecti pana la capat astia mici puteau avea localuri pentru degustare in localitati dar nu puteau fructifica vizita la crama, cel mai mare asset in California! Ei iaca de acum un an o pot face. O fi ceva de invatat si penrtu noi?

Solutiile culese, intelese si invatate de mine provin de la miile de crame vizitate in vreo 40 de state americane producatoare de vin, 6 luni pe an timp de 7 ani... Si toate puse cap la cap formeaza partea de teorie a Academiei direct 2 consumer sau d2c. Adica o tremie din tot ce inseamna Academia!

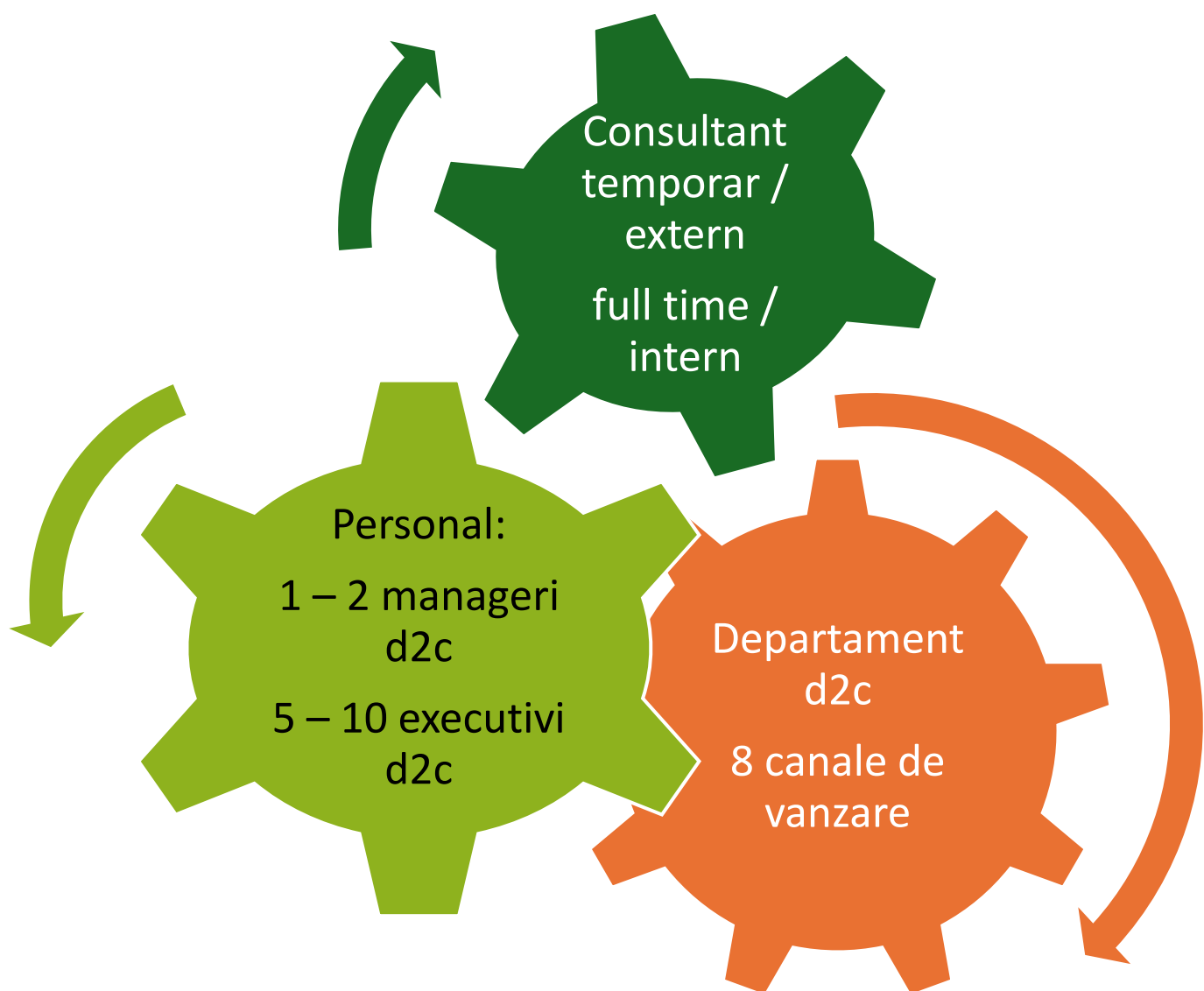
B2C business to consumer versus D2C direct to consumer

b2c de fapt un b2b	Retailul mare – discounturi, promotii, lipsa spatiu la raft, goana dupa pozitionarea in dreptul ochiului, competitia celor 450 de crame fiscalizate Retailul traditional – idem plus selectie preturi mici, concurenta firmelor de proximitate Horeca – liste scurte de vinuri, “cai neortodoxe” de promovare, concurenta vinurilor straine Distribuitori i– discounturi, parti priu-uri, promotii , dezinteres, lipsa de comunicare	Pierderi de pana la 50% din PL dupa care vin cheltuielile de crama. Pierderile nu depend de tine pentru ca nu poti optimiza un process care nu iti apartine
d2c	Direct to consumer – favoritul meu! Singurul canal in care iti gestionezi singur vanzarile, ai profitul maxim, ai contact cu clientul, simti piata!	Cheltuieli cu sistemul pana la 10% dupa care vin cheltuielile de crama Poti optimiza pentru ca este un process intern

Stuctura de business d2c



Consultant d2c



Expert – este necesar sau nu?

Faci singur	Apelezi la un expert
Câteva luni doar de documentare - începi de la ZERO, nu exista un material clar cap – coada despre D2C	Suport, ghidaj, mentorat pe perioada de constructie proiect
Trebuie sa aloci minim o persoana deci nu este ca si cum faci economii la salariu	Acoperi simultan zona de business si de training personal
La fiecare problema aparuta reiei efortul de documentare	Economisesti timp sau, si mai bine, timp si bani
Un detaliu minor poate aduce pierderi de mii de euro	Nu esti scutit de pierderi dar ele sunt mult mai mici
Nu prea ai pe cine sa intrebi	Suport pe o perioada ulterioara
Cheltuieli mari in zona de trial & error	Beneficiezi de experienta acumulata de expert in priecte diverse
Iti lipseste boostul de incredere	Ai un partener de dialog care a mai vazut oameni in situatia ta

Sangele din venele mecanismului d2c Calatoria clientului

Persoana indiferenta:

Nu stie ca existi, trece
indiferent prin fata cramei
si vinurilor.

Client intamplator:

Cumpara ceva, la impuls si apoi
uita de noi.

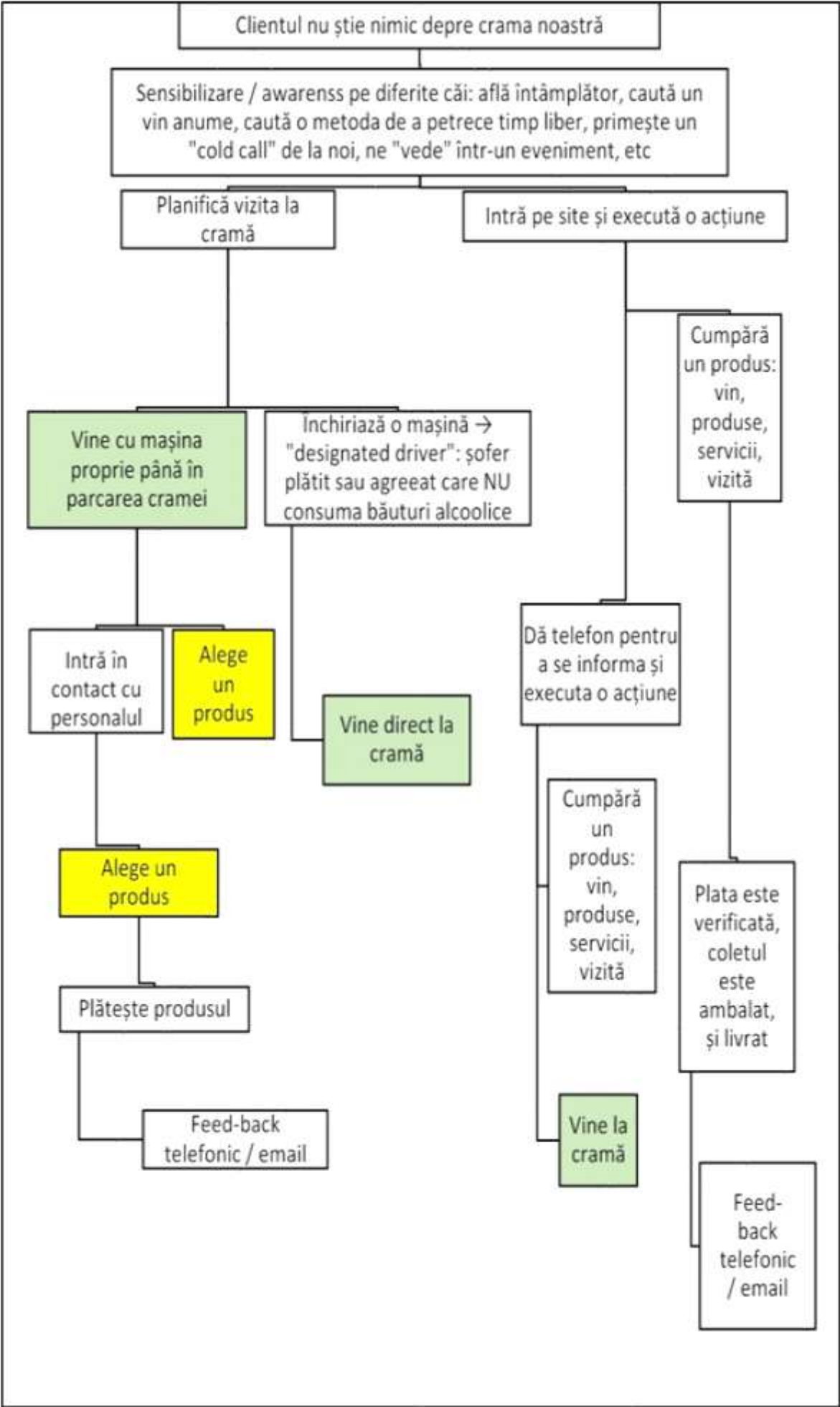
Client repetitiv:

Cumpara cu o ritmicitate
anume, fara sa stim cand sau
daca o va mai face din nou

Client captiv:

Cumpara preferential de la noi,
are mecanisme de plata stocate
la noi, e de acord si se obliga sa
achizitioneze pe mai departe

Calatoria clientului la o crama

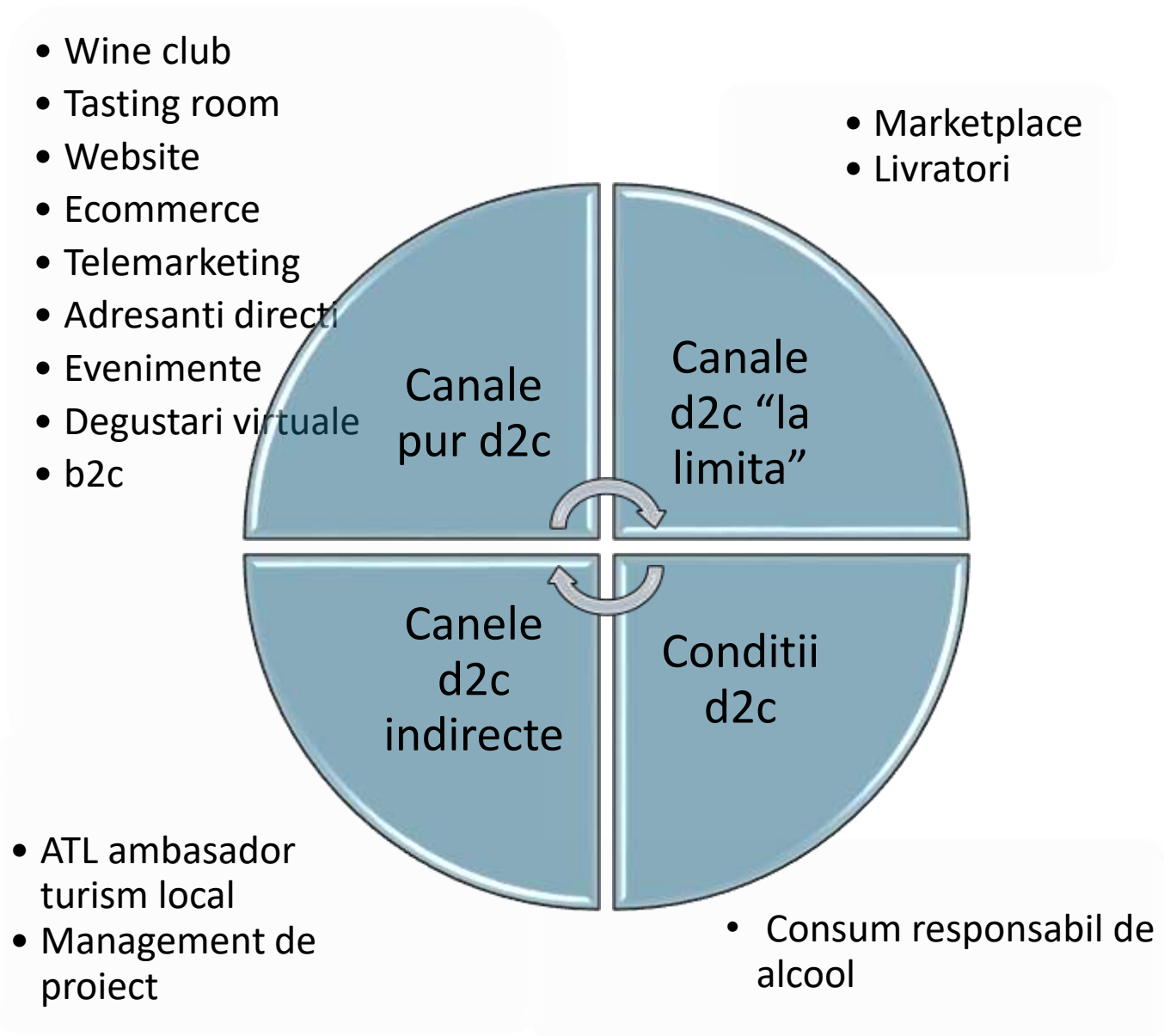




Lake County, cel mai sarac judet din California.

Six Sigma ranch – multimilionar elvetian, extrem de modest, cu o fosta locatie de moonshine (distilat la mare voga pe vremea prohibitiei americane) in vie. Asa arata tasting-room-ul lui, incantator, in mijlocul ranch-ului...

Vanzari d2c – cadru general, fiecare fiind un modul din Academia d2c



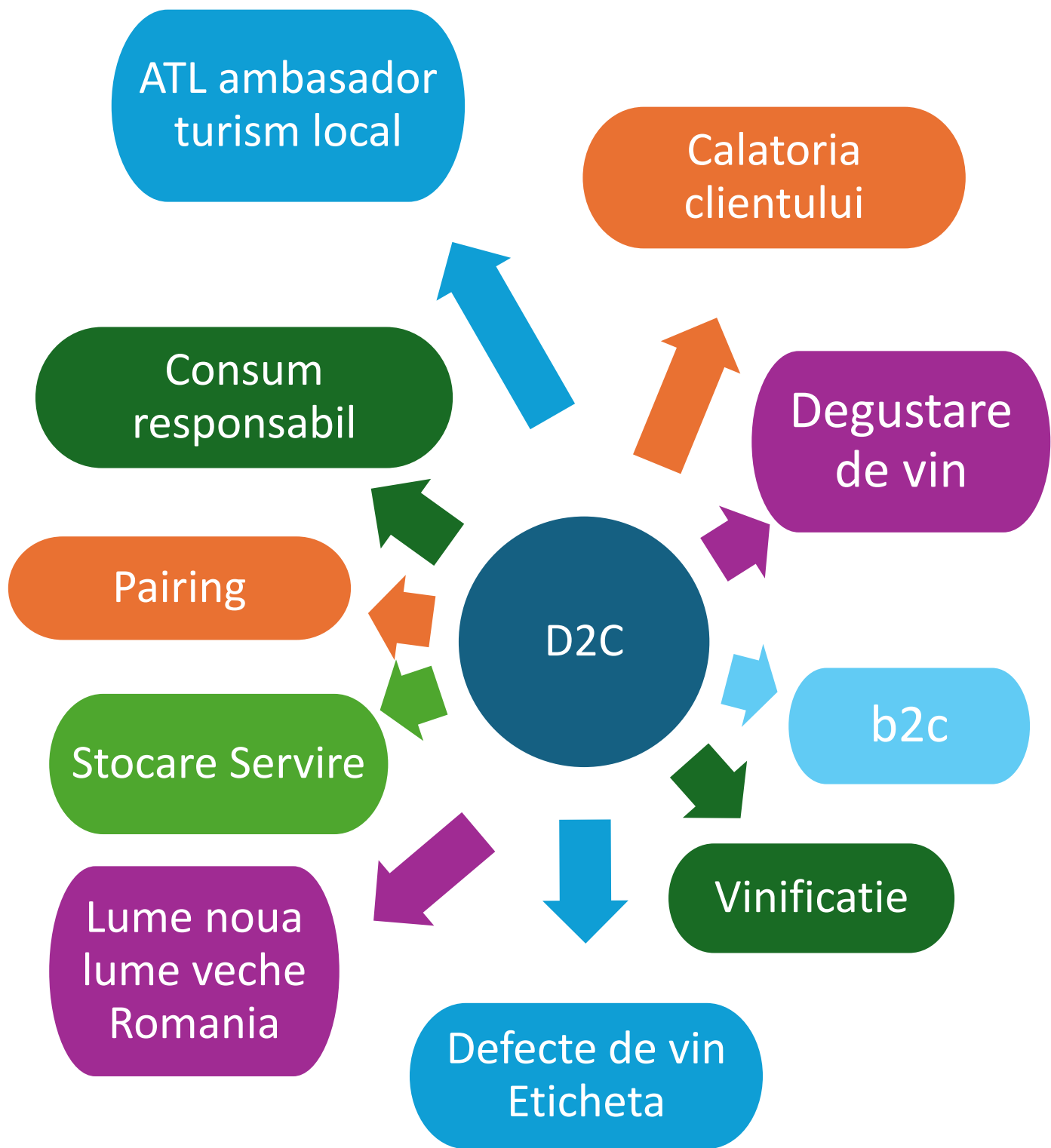
Cateva detalii din canale d2c

Wineclub	Tasting room	Website ecommerce
Politici de business development Beneficii structurale pe pachete Surse membri Segmentare populatii Colectare date cu caracter personal Indici de vanitate Bugete Logistica KPI Social media Acord fin	Politici de business development Organizare spatiu Echipamente Pachete de degustari Training personal Bonusare personal Colectare date cu caracter personal Bazin de activitati Logistica Bugete KPI Social media Acord fin	Politici de business development Alegere soft SEO Blog Cross si up sales Procese de loializare Carduri, voachere

Manageri d2c: module, parte a Academiei d2c – dezvoltarea afacerii



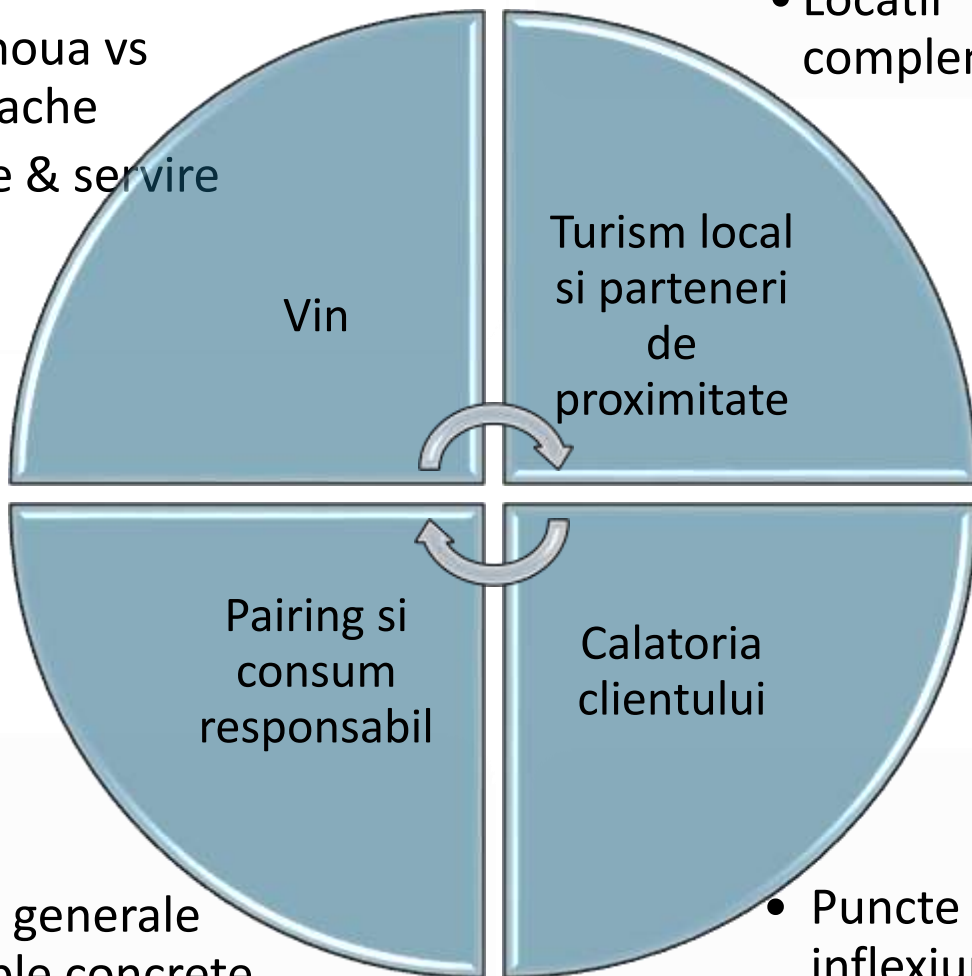
Personal executiv d2c – module parte a Academiei d2c – dezvoltarea personalului



Personal trainuit matriceal

- Vinificare
- Eticheta
- Defecte
- Lume noua vs lume vache
- Stocare & servire

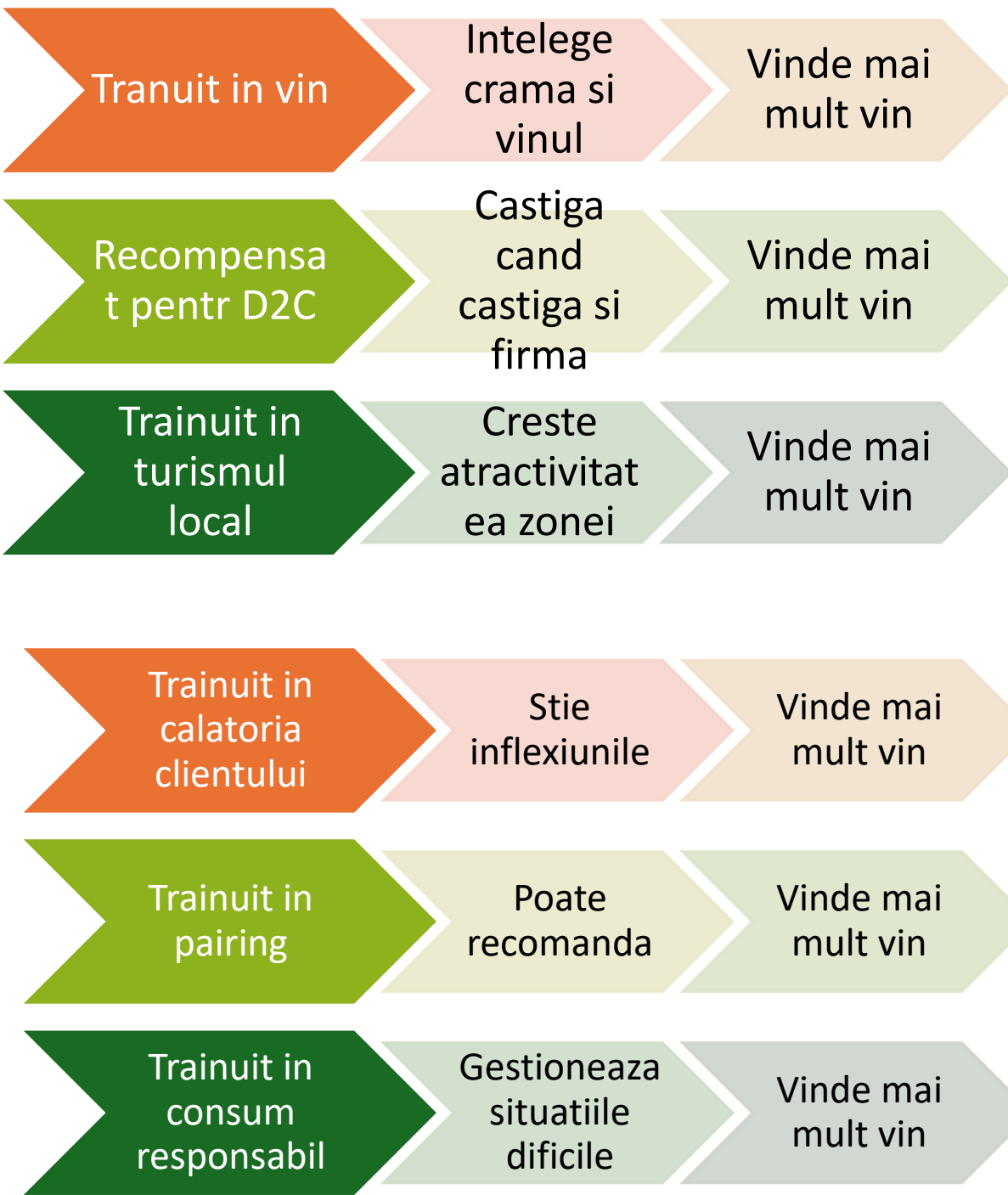
- Ambasadori ai turismului local
- Locatii partenere
- Locatii complementare



- Reguli generale
- Exemple concrete
- Intoxicatia cu alcool
- Consum responsabil

- Puncte de inflexiune
- Culegere date personale

Personalul este implicat holostic

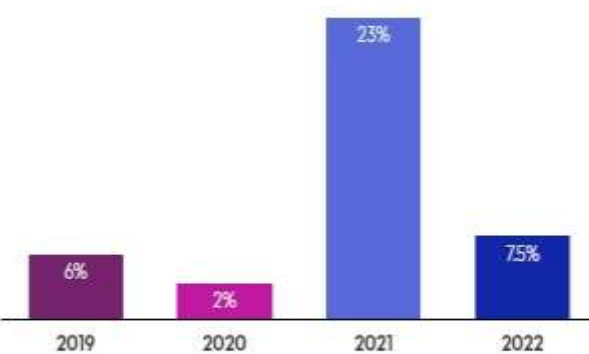




Cand cei mici pun banii laolalta si inchiriaza un spatiu pentru un tasting room care altfel ar fi fost prea scump pentru fiecare in parte apare un pol de vin de interes. Aici avem un tasting-room urban.

d2c-ul, structura si relevanta in 2022 USA

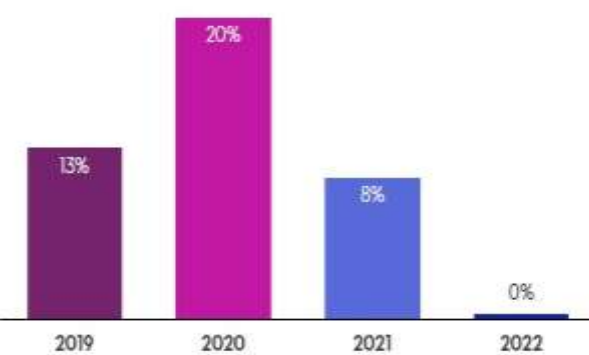
Net Sales Growth vs Previous Year (2018 – 2022)



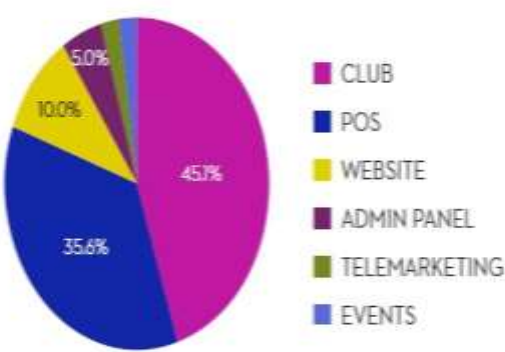
Average Order Value (2018 – 2022)



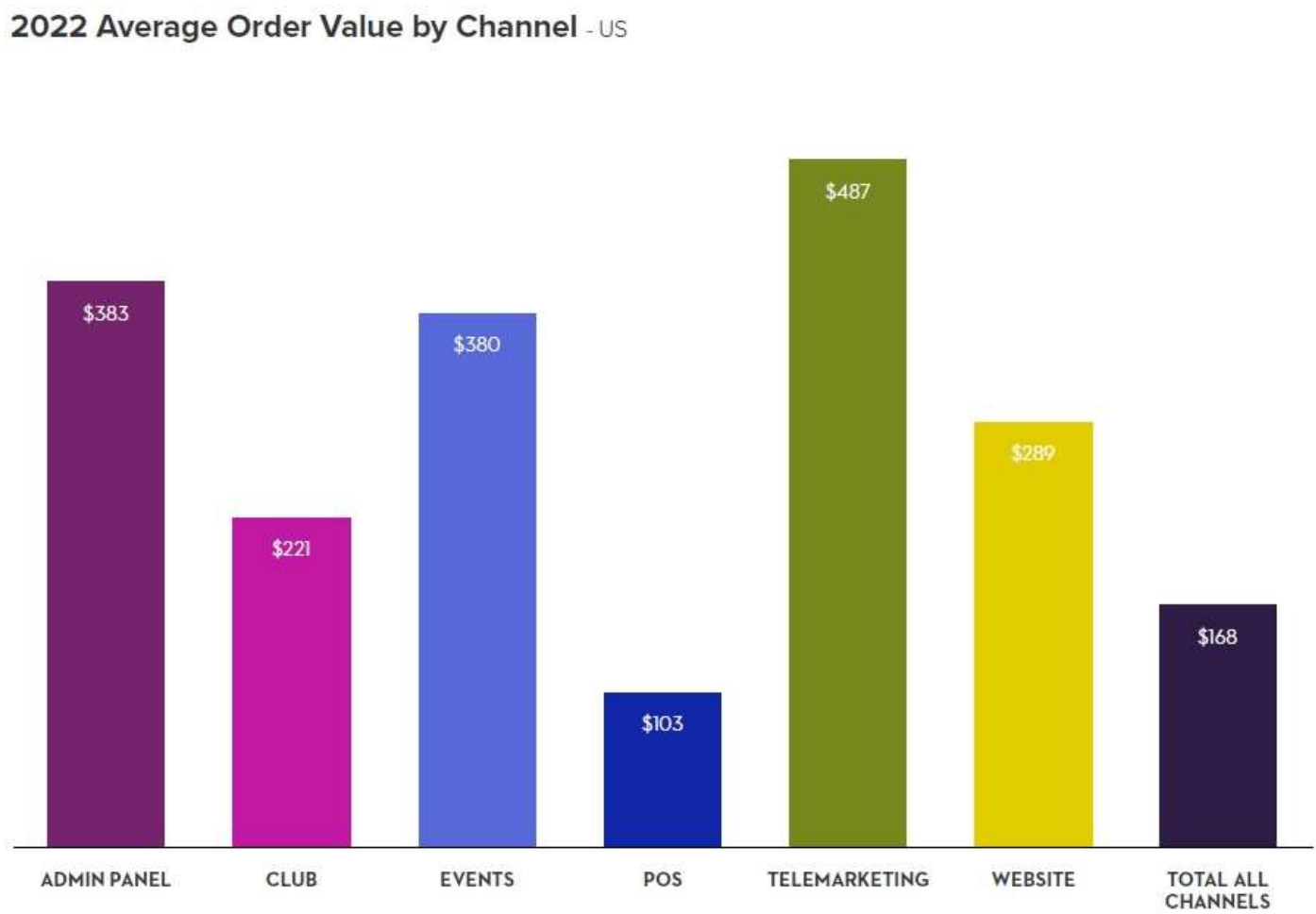
Case Sold Growth vs Previous Year (2018 – 2022)



2022 % of Sales by DTC channel

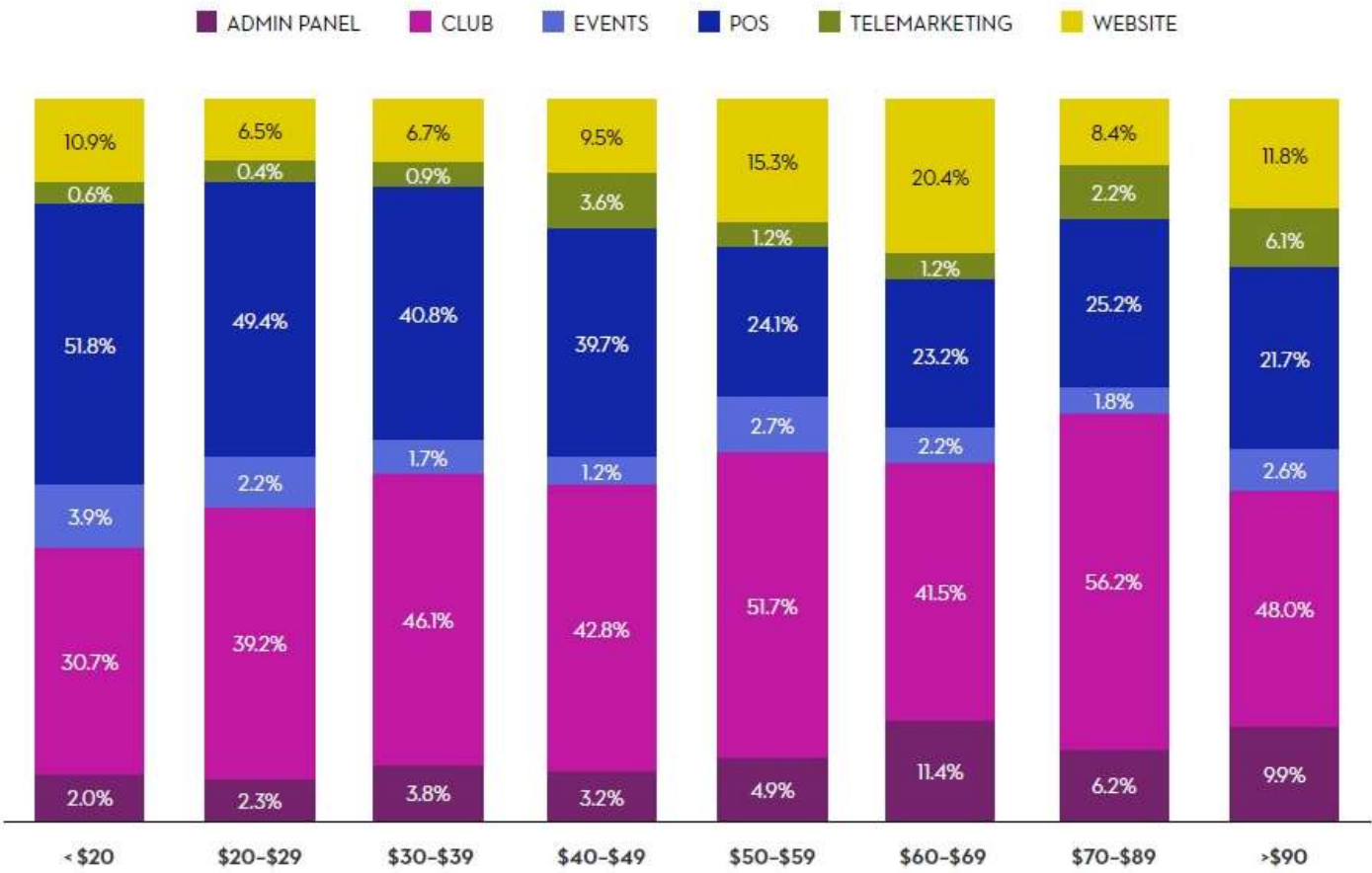


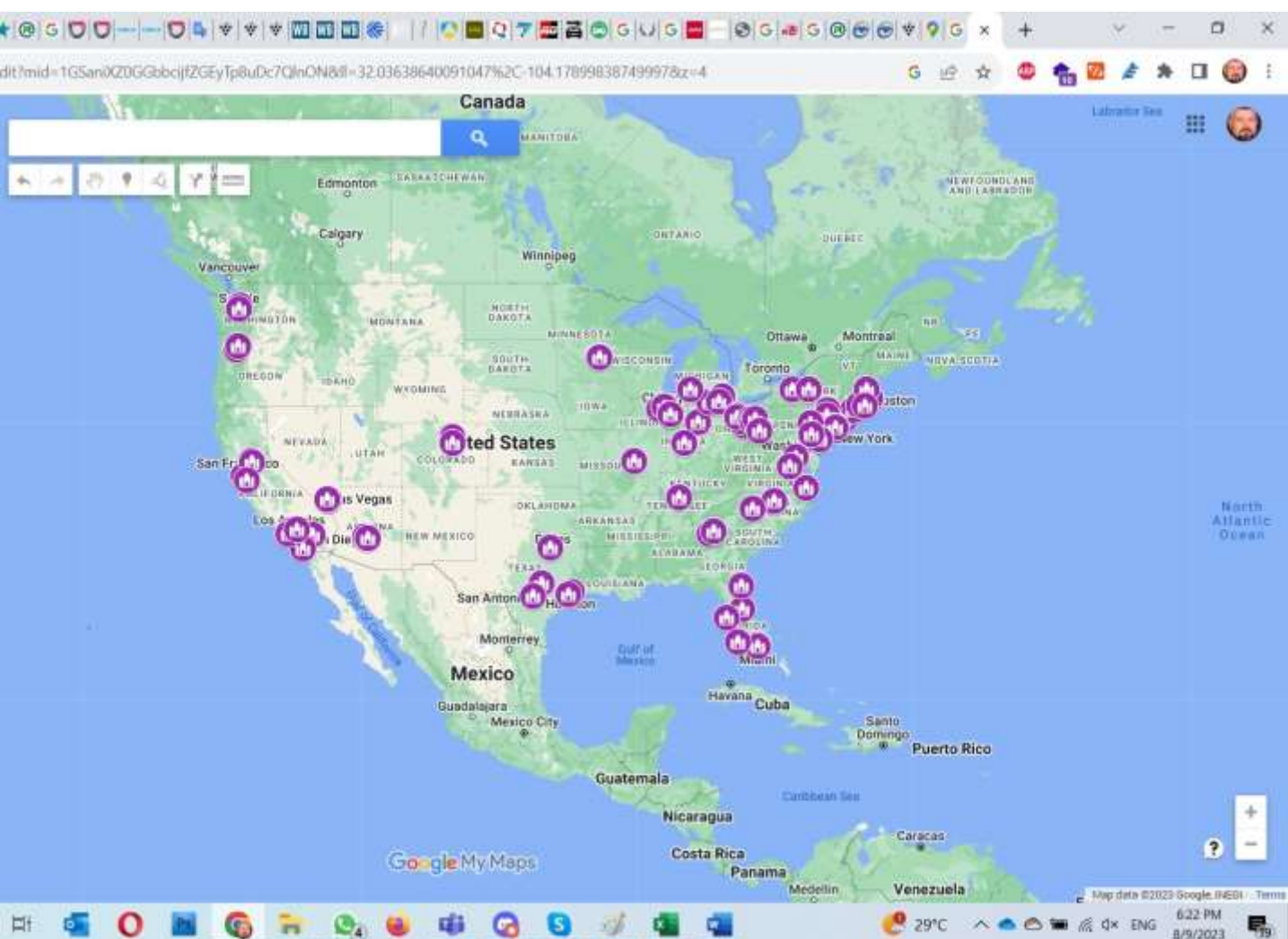
Incasare medie pe fiecare canal d2c 2022 USA



Vanzarile pe fiecare canal d2c 2022 USA

2022 Sales by Price Point and Channel - US





Un exemplu de harta de lucru ptr mine. Aici
locatiile tuturor bisericilor ortodoxe sub Patriarhia
Romana unde am cautat romani din vinul
American. Avem un numar mai mare, pe o alta
harta a bisericilor sub scaun rusesc.

Ce vi se pare interesant in modul american de lucru?

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.

Ce pare ca ar merge la noi?

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.

Ce puteti face voi

Pot singur

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.

Nu pot singur

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.

Academia direct2consumer - beneficii

CE CUMPERI:

1. Promisiunea de a atinge intre 40% si 100% vanzari prin canalele direct2consumer in maxim 2 ani daca parcurgi Academiile direct2consumer dezvoltarea afacerii si dezvoltarea personalului (foarte posibil, functie de implocare si dedicare, chiar din primul an)
2. Sistem de mentorat de 356 de zile bazat pe suport saptamanal
3. Program structurat pe 18 module alcatuite din material de curs, quizz si check list disponibil 365 zile
4. Feedback personalizat de la autor
5. 52 de intalniri saptamanale / sesiuni de Q&A / brainstorming de minim 4 ore cu toti participantii la Programe si cu autorul
6. Acolo unde este cazuri si in limita timpului disponibil maxim doua degustari scoala sustinute de Marius Girlea
7. La finalul programului check listurile constituie manualul tau customizat 100% pe afacerea ta
8. O echipa de 5 oameni trainuti in direct2consumer la nivel profesionist
9. Un umar de unu sau 2 manageri specializati in direct2consumer
10. Acces la toata comunitatea direct2consumer pe grupuri private pe FB si Whatsapp

Cat platesti?

1. O singura plata, cam un salariu mediu brut si jumatate din Romania, dintr-o luna oarecare si nimic mai mult!

Academia direct2consumer - structura

Program	Module	Durata minima - ore	Inscrisi per firma	Pret standard / redus - EUR
Academia d2c introducere	1	5	na	Gratuit
Academia d2c concept	3	15	Max 10	~~300~~ ; 200
Academia d2c dezvoltarea afacerii	12	60	Max 2	~~2,500~~ ; 1500
Academia d2c dezvoltarea personalului	9	45	Max 10	~~2,500~~ ; 1500
Academia d2c complet	18	90	Max 12	~~4,500~~ ; 2,500

Academia d2c Introducere - structura

Item	Continut
Modul	M1 - Alege fie D2C fie B2C fie amandoua

Academia d2c concept - structura

Item	Continut
Modul	M1 - Alege fie D2C fie B2C fie amandoua
Modul	M2 - Construiește Calatoria Clientului
Modul	M3 - Clarifica cele 4 fundamente

Academia d2c dezvoltarea afacerii - structura

Item	Continut
Modul	M1 - Alege fie D2C fie B2C fie amandoua
Modul	M2 - Construiești Calatoria Clientului
modul	M3 - Clarifica cele 4 fundamente
Modul	M4 - Introducere, management de proiect
Modul	M5 - Componente de vanzare comune cu B2C
Modul	M6 - Wine club
Modul	M7 - Sala de degustare
Modul	M8 - Website si e-commerce
Modul	M9 - Degustari virtuale, evenimente, telemarketing, adresanti direct
Modul	M10 - Marketplace, livratori
Modul	M11 - Consumul responsabil de alcool
Modul	M12 - Ambasadorul de turism local de adaugat

Academia d2c Dezvoltarea Personalului - structura

Item	Continut
Modul	M1 - Alege fie D2C fie B2C fie amandoua
Modul	M2 - Construiește Calatoria Clientului
Modul	M3 - Clarifica cele 4 fundamente
Modul	M4 - Degustarea vinului
Modul	M5 - Vinificatie notiuni de baza
Modul	M6 - Etichete si defecte de vin
Modul	M7 - Lume veche, lume noua, Romania
Modul	M8 - Servire, stocare, igiena personalului
Modul	M9 - Asocieri alimentare (pairing)

Academia d2c Complet-structura

Item	Continut
Modul	M1 - Alege fie D2C fie B2C fie amandoua
Modul	M2 - Construiește Calatoria Clientului
Modul	M3 - Clarifica cele 4 fundamente
Modul	M4 - Introducere, management de proiect
Modul	M5 - Componente de vanzare comune cu B2C
Modul	M6 - Wine club
Modul	M7 - Sala de degustare
Modul	M8 - Website si e-commerce
Modul	M9 - Degustari virtuale, evenimente, telemarketing, adresanti direct
Modul	M10 - Marketplace, livratori
Modul	M11 - Consumul responsabil de alcool
Modul	M12 - Ambasadorul de turism local de adaugat
Modul	M13 - Degustarea vinului
Modul	M14 - Vinificatie notiuni de baza
Modul	M15 - Etichete si defecte de vin
Modul	M16 - Lume veche, lume noua, Romania
Modul	M17 - Servire, stocare, igiena personalului
Modul	M18 - Asociieri alimentare (pairing)

Asigura-te acum ca
Academia d2c este ceea ce
iti trebuie tie si afacerii tale.

Rezerva o intalnire:
mariusgirlea.ro
0723538130
marius.girlea@gmail.com

