

Только что

Подписки на вино поддерживают потребительский интерес

С началом пандемии коронавируса предприятиям по всему миру пришлось изменить направление, чтобы воспроизвести опыт работы вне дома в домах клиентов, и многие из этих новых услуг никуда не денутся. Услуги доставки, которые уже были популярны до пандемии, теперь считаются практически необходимыми для поддержания связи с потребителями в различных отраслях. Индустрия гостеприимства не является исключением, и многие люди ищут модели подписки, чтобы получить опыт, который они обычно получают, обедая вне дома, например, тщательно отобранные вина.

«Люди настолько заняты в своей повседневной жизни, что ищут людей, которые будут курировать опыт для них, обращаясь к экспертам в этой конкретной области», — сказал Ян Кобл, мастер-сомелье и основатель интернет-магазина вин SommSelect, который предлагает несколько ежемесячных винных клубов.

SommSelect уже несколько лет предлагает винные подписки, что помогло бренду удовлетворить повышенный спрос на такие компании.

«Мы создали SommSelect, чтобы принести опыт сомелье в дома людей по всей стране и рассказать миру, что работа с сомелье действительно может помочь вам пить лучше за меньшие деньги», — добавил Коубл.

Многие предприятия общественного питания также адаптировались, чтобы предлагать обеды на дому. Удостоенный премии Джеймса Берда ресторан в Сиэтле The Whale Wins управляет собственным винным клубом, в котором есть рецепты сочетаний.

«Клиенты не только скучали по своим любимым ресторанам и хотели поддержать их, но и доверяли не только еде, но и вину, а также общему вкусу и стилю того, что предлагают эти рестораны», — сказала Джен О'Нил, директор по напиткам The Whale. Ресторанная группа Win's Sea Creatures.

Курирование выбора вин

Основные усилия винных профессионалов, создающих ежемесячный ассортимент, включают выбор бутылок, которые могут соответствовать вкусу и образу жизни различных типов потребителей.

«С SommSelect наша цель — заполнить нишу на рынке качественного вина, продаваемого по разумной цене как для серьезных, так и для случайных любителей вина», — сказал Коубл. «Вместе с нашей командой сомелье я дегустирую сотни вин в неделю, чтобы вручную отбирать каждую бутылку, представленную в наших клубах и интернет-магазине. ... Основываясь на том, что нам нравится, мы объединяем их в различные клубы и способы, которыми наши клиенты могут потреблять различные продукты на SommSelect».

SommSelect предлагает четыре ежемесячных пакета подписки: The Explore 4, тематическое предложение из четырех вин; Somm 6, сплит из трех красных и трех белых вин, которым в настоящее время особенно интересуются сомелье компании; Somm 6 Reds, аналогичное предложение только красных вин; и Blind 6, набор из шести пронумерованных бутылок, которые позволяют пользователю создать слепую дегустацию, которая включает подробные примечания от Cauble о каждом выборе.

По словам О'Нила, винный клуб Whale Wins предлагает две подписки на две и четыре бутылки, которые всегда включают варианты белого и розового вина, потому что ресторан любит пить их круглый год.

«Я также выбираю вина, которые есть не в каждом продуктовом магазине, и вина, которые соответствуют нашим чувствам», — добавила она. «Я тоже стараюсь использовать образовательные темы, но иногда это просто «нам очень нравятся эти вина — попробуйте их».

Связь с клиентами

Винный клуб был особенно важен для The Whale Wins, потому что он позволял клиентам продолжать чувствовать связь с рестораном, даже когда бизнес был вынужден закрыться из-за ограничений, связанных с пандемией. О'Нил также сообщил, что сервис подписки даже вырос с тех пор, как ресторан смог полностью открыться.

«В этом есть смысл — если вы не можете сесть и выпить бокал вина, пусть ваши доверенные рестораторы выберут его для вас дома», — сказала она.

Поскольку SommSelect предоставлял винные подписки задолго до пандемии, ритейлер легко смог предоставить услугу, которую многие любители вина искали, когда начались ограничения.

«Поскольку рестораны и путешествия закрылись, мы были рады быть там, чтобы помочь новым и существующим клиентам безопасно исследовать мир вина из дома», — сказал Коубл. «В это время мы чаще всего слышали от наших клиентов, что SommSelect предлагает возможность помечтать о том, чтобы однажды снова отправиться в итальянскую винодельческую страну или на приморские виноградники в Греции».

Благодаря более высоким показателям вакцинации и меньшему количеству ограничений на поездки многие потребители снова возвращаются к деятельности до пандемии. Тем не менее, эти ежемесячные поставки вина доказали свою ценность для многих людей, которые открыли для себя преимущества создания домашнего винного опыта.

«Сегодняшнее поколение любителей вина невероятно увлечено миром вина — это стало больше хобби и времяпрепровождением для людей в их повседневной жизни, чем просто выпить за хорошим ужином», — сказал Коубл.

Ссылка на статью: [Подписки на вино поддерживают потребительский интерес](#)