Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

EL ENOTURISMO EN CALIFORNIA

Paul Wagner, Presidente de BALZAC

Profesor, Napa Valley College

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Marketing

- Es una Guerra
- No es suficiente luchar
- Ni ganar una batalla
- Hay que ganar la Guerra

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

¿Qué es Marketing?

- Entender el Mercado y al consumidor
- Ofrecer/vender lo que quieren comprar

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

¿QUÉ QUIEREN LOS TURISTAS?

?

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

¿QUÉ QUIEREN LOS TURISTAS?

- Gozar de la vida, pasarlo bien
- Olvidar los problemas de la vida cotidiana
- Encontrar algo nuevo y auténtico
- No están de compras ni estudiando

  Están de vacaciones

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

¿QUÉ QUIEREN LOS TURISTAS?

- Experiencias únicas
- Lujo- el sentido de lujo

Están de vacaciones

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Napa Valley: 2016

- Visitantes: 3,6 millones
- Valor: 1 900 000 millones
- 14 000 puestos de trabajo
- Habitantes en Napa: 140 000

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

¿Qué sabemos de ellos?

- ¿Qué criterios usan para elegir un destino? ¡Experiencias!

- <u>¿Qué hay que HACER? 54%</u>
- Coste del hotel: 46%
- Coste del viaje: 32%
- Restaurantes y comida: 26%

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

¿Qué quieren hacer?

- ¿Aprender de un experto?
- ¿Comprar unos regalos?

O…

- Pasarlo bien con sus amigos
- Tener una experiencia inolvidable

Cómo les podemos ayudar:

- ¿Pasarlo bien con sus amigos?
- ¿Tener una experiencia inolvidable?
- ¿Volver a visitarnos?

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Escoger:

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Escoger:

Visita fácil:

- Quieren que la visita sea fácil
  - Menos de 90 minutos de transporte
  - Sin necesidad de guía o reserva
  - Fácil de organizar desde el hotel

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Experiencia inolvidable:

- ¿Cómo se hace?
- ¡Con los cinco sentidos!

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Experiencia inolvidable:

- 1 sentido

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Experiencia inolvidable:

- 2 sentidos

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Experiencia inolvidable:

- 3 sentidos

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Experiencia inolvidable:

- 4 sentidos

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Experiencia inolvidable:

- 5 sentidos

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

¿La clave? ¡Participar!

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

¿Cómo funciona Napa?

- Amplia gama de actividades inolvidables

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Ensamblaje

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Cata de las barricas

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

En el viñedo

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

La cosecha

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

¿Inolvidable?

- ¿Qué más podríamos hacer?

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Experiencia inolvidable:

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Experiencia inolvidable:

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Experiencia inolvidable:

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Experiencia inolvidable:

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

¿Y si no tiene sitio?

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Les invitamos a otro sitio

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Experiencia inolvidable:

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Experiencia inolvidable:

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Experiencia inolvidable:

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Experiencia inolvidable:

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Experiencia inolvidable:

Bodega como sala de actos

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

¿Por qué inolvidable?

- Porque toca al corazón

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

¿Por qué es inolvidable?

- Porque crea comunidad, ambiente

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

¿Por qué inolvidable?

- Porque los visitantes son participantes, no espectadores

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Dejar de pensar así

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

El objetivo es fanatizarlos:

¡Misioneros!

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

¿Cómo ganar la guerra del turismo?

- Convertirlos en parte de la familia

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

Aunque sea una gran familia…

Balzac
COMMUNICATIONS & MARKETING

¡Gracias!

Paul Wagner, Presidente, BALZAC

Profesor, Napa Valley College