

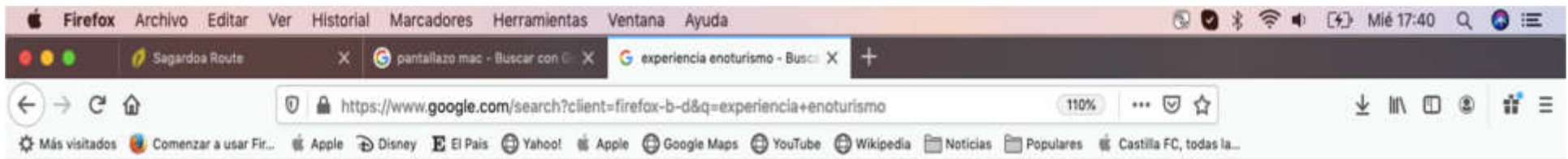
# EXPERIENCIAS EN LA SIDRERÍA



**MikelGaraizabal**

ardoari ardo | el vino sencillamente

[www.catarvino.com](http://www.catarvino.com)



experiencia enoturismo



Todo Noticias Imágenes Maps Videos Más Configuración Herramientas

Aproximadamente 4.080.000 resultados (0,40 segundos)

### Enoturismo diferente - Turismodevino

<https://turismodevino.com> › experiencias › enoturismo-diferente ▾

Experiencias de enoturismo diferente para disfrutar de visitas a bodegas y viñedos de una forma especial.

### Enoturismo, visitas a bodegas y escapadas para hacer y regalar

<https://turismodevino.com> ▾

Enoturismo y mucho más. Descubre nuestro catálogo de escapadas y nuestras visitas a bodegas y experiencias. En nuestros packs regalo encontrarás la ...

[Enoturismo diferente](#) · [Enoturismo](#) · [Escapada de enoturismo en ...](#) · [Escapadas](#)

### el ENOTURISMO - Pago de Carraovejas

<https://www.pagodecarraovejas.com> › enoturismo › visita ▾

Descargar el Programa de Experiencias de Pago de Carraovejas. Disponemos de un programa cuyo objetivo no sólo es dar a conocer nuestra finca, las ...

### Experiencias enoturísticas inolvidables – Comenge

<https://www.comenge.com> › blog › enoturismo › experiencias-enoturísticas ▾

15 jun. 2018 - Enoturismo en la Ribera del Duero, cata de vinos, visitas a bodegas, excursiones por el campo, a caballo o a pie... en definitiva, puro turismo ...



## VIVE LAS EXPERIENCIAS



VISITA GUIADA A BODEGA DE SIDRA Y MENÚ DE SIDRERÍA TRADICIONAL



FACTORÍA MARÍTIMA ALBAOLA Y MENÚ DE SIDRERÍA



ESCAPADA SIDRERA EN DONOSTIALDEA



VISITA GUIADA A BODEGA DE SIDRA Y MENÚ DE SIDRERÍA TRADICIONAL

Back Top

## ¿CÓMO SACAR RENDIMIENTO A LA EXPERIENCIA EN LA SIDRERÍA?

-La experiencia de la visita a la sidrería debe de ser un apoyo para vivir de la sidra embotellada (el 90% de la sidra elaborada se consume en botella).

-Al año recibimos aproximadamente 800.000 visitas (aprox. 500.000 visitantes).

# ¿CÓMO SACAR RENDIMIENTO A LA EXPERIENCIA EN LA SIDRERÍA?

## **EL MODELO DEL TXOTX DEBE EVOLUCIONAR**

- Supone mucho esfuerzo físico y psíquico para el sidrero.
- La gran mayoría de clientes elige la sidrería por la experiencia y por la calidad de los alimentos, no por la calidad de la sidra.
- Supone gran dependencia económica para la sidrería.
- Si no evolucionamos tendremos un problema de relevo generacional.

# ¿CÓMO SACAR RENDIMIENTO A LA EXPERIENCIA EN LA SIDRERÍA?

Tres son los objetivos a cumplir en el txotx o en la visita:

- 1- Transmitir una BUENA IMAGEN de la sidrería, de EUSKAL SAGARDOA y dejar un buen sabor de boca.
- 2- Identificar dicha imagen con nuestra SIDRERIA y con su sidra embotellada.
- 3- Promover la venta directa en la sidrería.

# ¿CÓMO SACAR PROVECHO A LA EXPERIENCIA EN LA SIDRERIA?

- Ofrecer visitas con catas exprés.
- En las visitas:
  - . No centrarse demasiado en la elaboración, hay que contar historias que emocionen.
  - . Apostar por la cultura de la sidra: Familia, personas, paisaje, historia, baserria, etc.
  - . Mensaje claro y diferenciado; debemos de definir nuestro relato.

# En las catas:

- ✓ La cata: Un momento de **OCIO** (duración y temas adecuados) :
  - A nadie le gusta que se abuse de su tiempo o paciencia. Por ello breves y directos. La cata será de 15 a 20 minutos.
  - Unas breves palabras pueden ser muchas veces más eficaces que un largo discurso.
- ✓ Ameno, directo y sin tecnicismos:
  - Saber mantener la atención hasta el final es todo un arte.
  - Los tecnicismos los dejaremos para cuando nos dirijamos a entendidos en la materia.



# MONTAJE DE LA SALA DE CATA

- Recomendamos realizar la cata de pie.
- El montaje y desmontaje debe de ser ágil y rápido.
- Mesas altas, poco pesadas y fácil de almacenar.



# LA BOTELLA DE SIDRA SIEMPRE PRESENTE EN LA EXPERIENCIA

- ✓ La sidra etiquetado y con la etiqueta que se comercializa:
  - Los sidras, siempre deben de estar presentes, etiquetados y en un lugar bien visible desde el comienzo de la cata con la finalidad de que nuestro cliente memorice nuestro producto.
  - Así mismo, en la cata se recomienda que el cliente se sirva el mismo.
  - No ofreceremos sidra sin etiquetar o con defecto en el etiquetado. Da mala imagen.



## LA BOTELLA DE SIDRA SIEMPRE PRESENTE EN LA EXPERIENCIA

- ✓ No escatimar sidra (tampoco derrocharla):
  - La sidra que elaboramos es nuestro producto y el escaparate de la sidrería.
  - El que prueben nuestro trabajo, va a aportar credibilidad a nuestro mensaje.
  - Tenemos que dar valor y ofrecer un relato: que se valore nuestra sidra.

# LA BOTELLA DE SIDRA SIEMPRE PRESENTE EN LA EXPERIENCIA

-Con el fin de memorizar la marca, el distintivo y crear la cultura de consumo en botella.  
Proponemos sacar la botella de Euskal Sagardoa en algún momento en la mesa (puede ser cuando se sirva la chuleta)



# LA BOTELLA DE SIDRA SIEMPRE PRESENTE EN LA EXPERIENCIA

. Con el fin de darle valor a la sidra, realizaremos el protocolo de un correcto servicio de la sidra:

.Presentación de la sidra delante del cliente.

.Apertura de la botella delante del cliente.

Transmitir una BUENA IMAGEN de euskal sagardoa, la SIDRERÍA y dejar un buen sabor de boca.

- ✓ Que se vaya contento y con la sensación de haber aprendido:
  - *El que hayan aprendido le aportará prestigio social.*
  - *Este conocimiento le permitirá comentar y hablar bien de Euskal Sagardoa, nuestra sidrería en su entorno familiar y de amigos.*
  - *Y el que el cliente salga satisfecho y con una grata “EXPERIENCIA” repercutirá en las ventas.*

# Debemos crear marcadores somáticos (atajos mentales)

- La mayoría de consumidores, tarda 2 segundos en elegir una botella, de manera inconsciente.
- Estamos programados en base a experiencias anteriores.
- No tiene que ver con la calidad de la sidra, sino los que de la sidrería se encargaron de implantar en el cerebro.
- Se implantan a través de emociones.
- Cuanta más intensa e impactante, más duradera la sensación.

Fuente: <https://www.vinetur.com/2015041418967/por-que-elegimos-una-determinada-marca-y-no-otra.html>

.

Transmitir una BUENA IMAGEN de EUSKAL  
SAGARDOA, la SIDRERIA y dejar un buen sabor de  
boca.

*El que el cliente salga satisfecho repercutirá en las ventas. Si no queda contento lo cuenta a siete personas, pero si sale bien lo dirá a cuatro personas. Debemos de conseguir que la gente hable bien de nuestra sidrería, de sus sidras, del trato y de la cata que ha recibido. Y abre puertas a una mayor comunicación entre el sidrero y el cliente en el txotx.*

***¡ El boca a boca es la mejor inversión de marketing !***



## IDENTIFICAR dicha imagen positiva con EL NOMBRE de nuestra SIDRERÍA.



-La importancia de las redes sociales e instagram

- Si el cliente se sirva la sidra, da “pie” a que memorice la etiqueta, se informe y saque la foto para colgar en las redes sociales. El 69% de los clientes en los restaurantes saca fotos a la comida antes de comérsela (fuente: escuela marketing gastronómico)
- Para realizar fotos, la sidrería debe de estar bien iluminada.
- Debemos de tener espacios bonitos y fotogénicos que “provoque” al visitante a sacar una foto y colgarla en las redes sociales.
- Debemos de conseguir que los seguidores que vean las fotos, quieran imitarle y vivir esa experiencia.
- Hay que animar a los asistentes que publiquen la experiencia en sus redes sociales. Para ello facilitaremos nuestras direcciones.

IDENTIFICAR dicha imagen positiva con EL NOMBRE de nuestra SIDRERÍA.

Crear un “photocall” o foto-llamada en la sidrería



# Promover la venta directa en la sidrería

## ¿POR QUÉ?

- Beneficio económico
- Alianzas con el cliente
- Creación del club del socio
- ¿Cómo debe de ser el punto de venta?
- Contribuye a diversificar la actividad productora de la sidra en el txotx.

# Promover la venta directa en la sidrería

## Beneficio económico

- La venta es directa entre Bodega y Cliente sin que existan comisiones ni intermediarios.
- Salida de sidras que difícilmente se pueden comercializar en lugares habituales por falta de distribución o botellas de poca producción.
- No se DEBE VENDER la sidra más barata que en la tienda.

# Promover la venta directa en la sidrería

-Alianza con clientes

- Creamos alianzas y vínculos con el cliente.

- No es competencia al distribuidor, es un programa de venta directa en sidrería que les apoya y refuerza. Crearemos “embajadores” que apoyarán a la sidrería y al distribuidor.

# Promover la venta directa en la sidrería

Creación del club de socio de la sidrería

- Crearemos una base de datos muy importante para la sidrería.
- Fidelizamos al cliente
- Ayuda a que el cliente recomiende a la sidrería, ya que ofrece cierta exclusividad y beneficios
- Mejora la reputación de la sidrería
- Ofrecemos una serie de beneficios a los socios de dicho club: actividades, exclusividad, descuentos y sorteos

# Promover la venta directa en la sidrería

¿Cómo debe de ser el punto de venta?

- Atractivo y limpio. El cliente lo debe identificar como una tienda, no como una exposición.
- Lista de precios legible, en idiomas, PVP, por botellas, cajas, etc.
- Debe de estar localizado en un punto estratégico. Un lugar donde pasan todos nuestros visitantes.

# Promover la venta directa en la sidrería

-Contribuye a diversificar la actividad productora de la sidra en el txotx.

- Crecimiento de ingresos

- La venta directa en el txotx, debe de formara parte de la estrategia global de la sidrería. Es una parte más, una unidad de negocio que debemos de aprovechar.

- Se calcula que aproximadamente el 50% de los visitantes a las bodegas de vino compran vino.



# Promover la venta directa en la sidrería

Subir las ventas de sidra en la sidrería está en vuestras manos:

- Si ha tenido una muy buena experiencia
- Si la tienda o el punto de venta es atractivo
- Si conseguimos un vinculo emocional
- Si se logra llamar su interés
- Si el trato, la cata o la comida a sido un momento único

# Objetivo: Elaborar sidras de gama alta y la diversificación

- Elaborar sidras de gama alta y diferentes, va a aportar prestigio a la sidrería. Sidras que den valor al manzanal, a la variedad, a la elaboración especial, métodos de cultivo, etc.
- Podemos conseguir que sea la “locomotora” de nuestro portafolio y de Euskal Sagardoa.
- Al comienzo no debe suponer dependencia económica.
- Atraería clientes y un turismo gastronómico con alto poder adquisitivo (Donostia está a un paso).
- Podría ser una fórmula de entrar en la alta restauración.

¡ÁNIMO SAGARDOGILES!  
TENEMOS UN RETO:

SER EL “CHAMPAGNE” EN EL  
MUNDO DE LA SIDRA.

MENTALIDAD COLECTIVA;  
TODOS SOMOS EUSKAL  
SAGARDOA