

Il Vino nei Paesi del G7

Quali sono le ricerche degli utenti?

L'obiettivo di questa analisi quello di fornire al lettore una panoramica sulle ricerche on line correlate al prodotto "vino", in generale, e "vino italiano", in particolare, nei Paesi del G7.

Cercheremo di rispondere a quattro domande tutt'altro che semplici:



quanto

si ricerca on line il vino

come

si cercano online informazioni sul vino

cosa

si ricerca

quando

in quali periodi dell'anno

Numero di ricerche medie annuali e percentuale rispetto agli utilizzatori di Internet. In modo assolutamente inaspettato, in Italia il numero di ricerche online è molto più basso rispetto a Francia, USA e Canada.

4,916,420



15,460,353



1,463,555



1,360,701



2,289,278



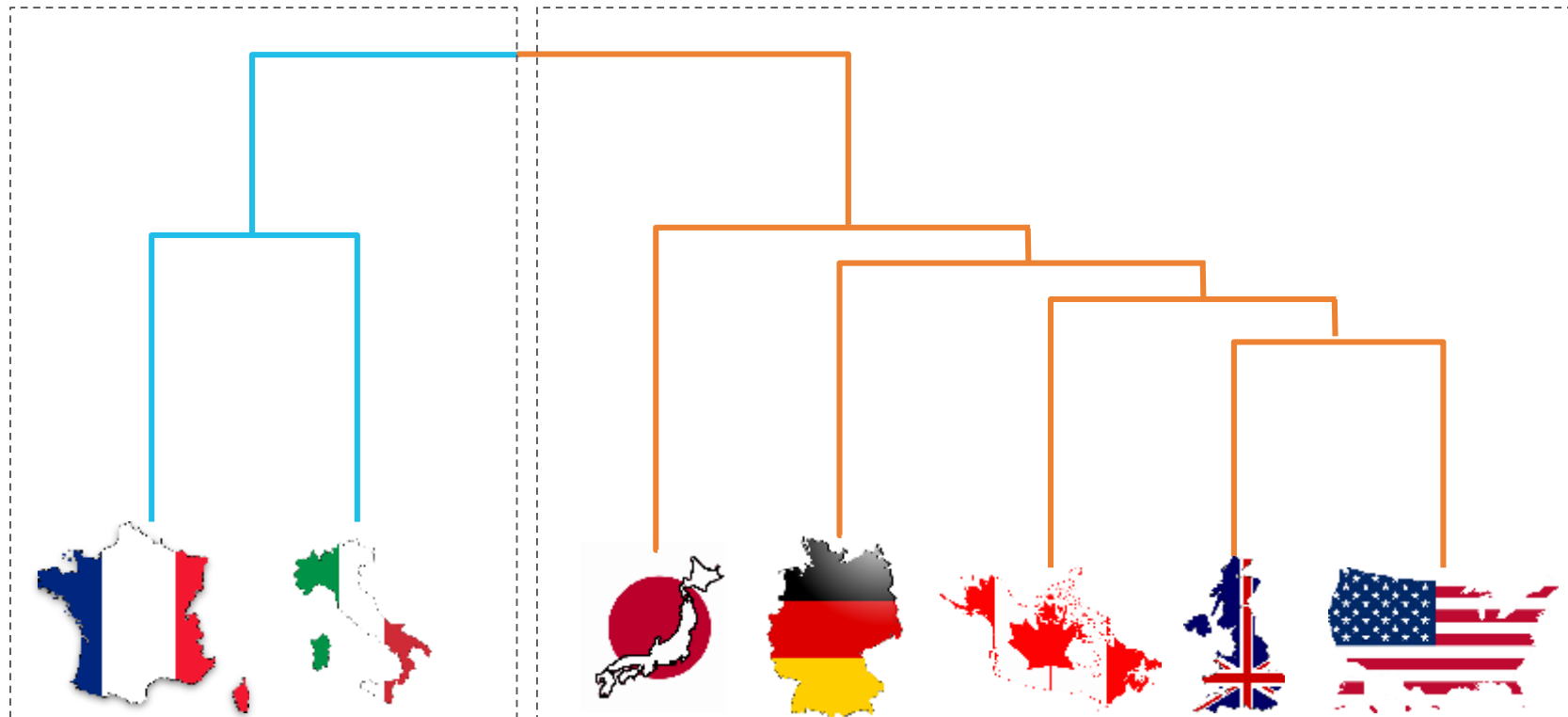
1,956,523



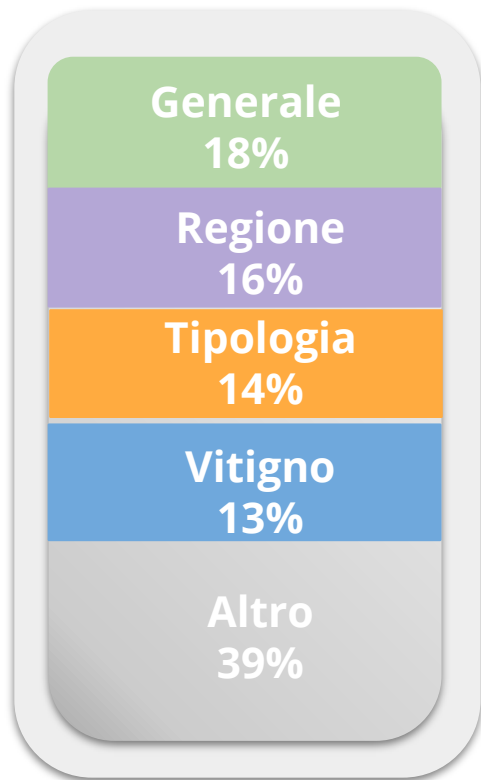
2,659,618



Applicando un algoritmo di clustering, scopriamo che in Italia e in Francia si fanno ricerche più simili rispetto agli altri Paesi analizzati.



Principali cluster di ricerca



Trend generale di ricerca in
crescita senza stagionalità



Regione

20.265 ricerche medie mensili

+38,67% in 3 anni



Acquisto

10.611 ricerche medie mensili

+27,02% in 3 anni



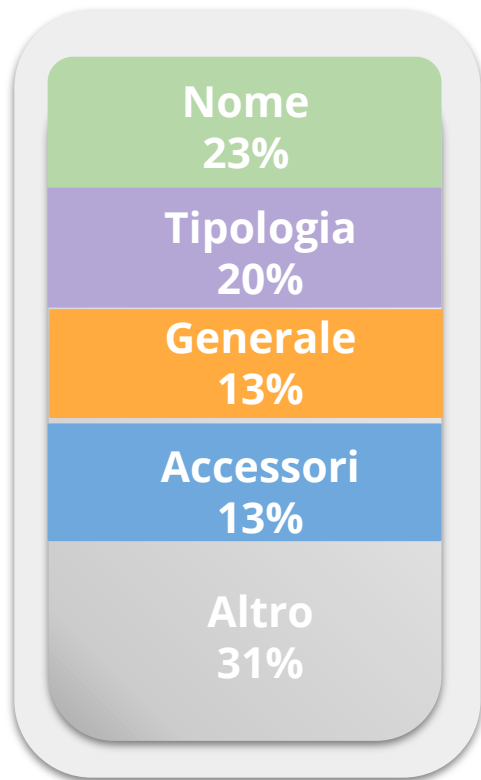
Produttore

7.033 ricerche medie mensili

+45,65% in 3 anni

**Cluster
con elevati
trend di
crescita**

Principali cluster di ricerca



Trend generale di ricerca in crescita con stagionalità a dicembre



Composizione

5.140 ricerche medie mensili
+42,48% in 3 anni



Tipologia

40.384 ricerche medie mensili
+40,19% in 3 anni

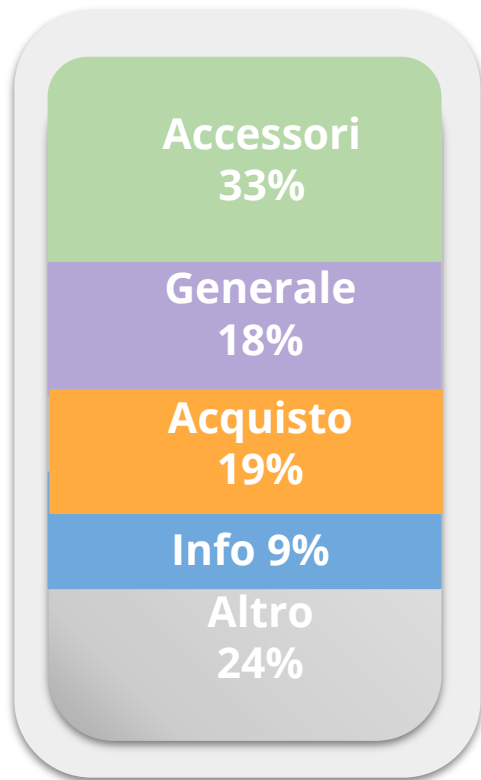


Vitigno

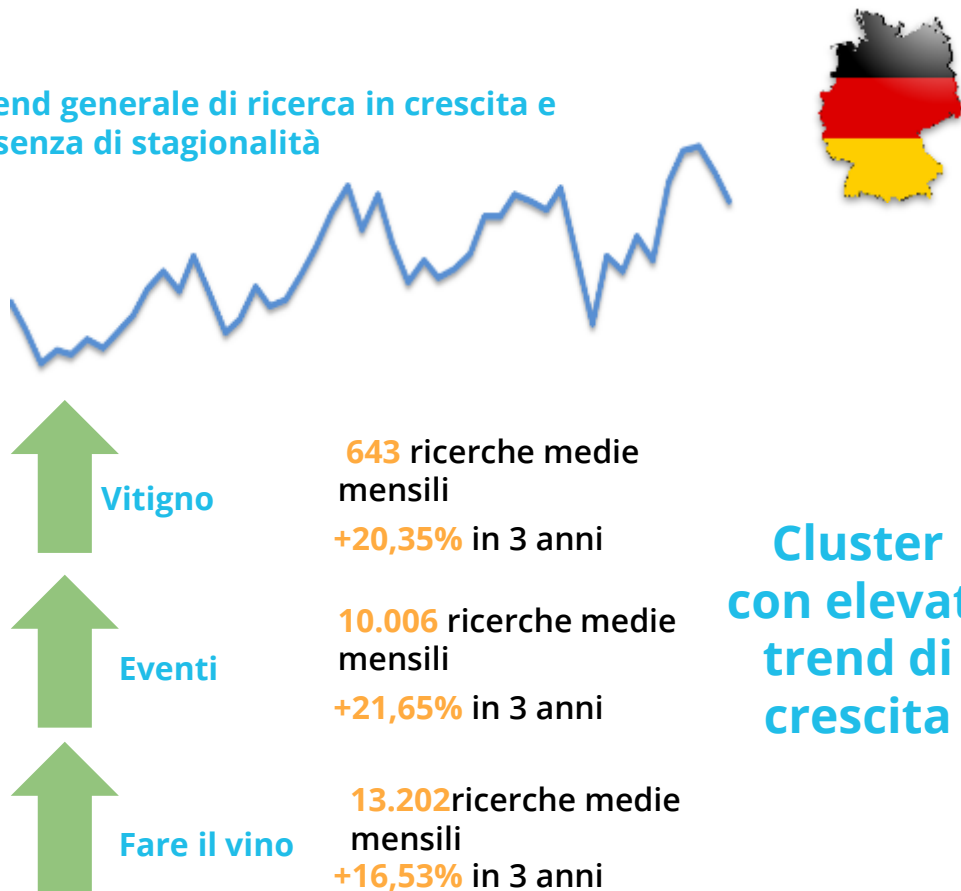
3.216 ricerche medie mensili
+32,25% in 3 anni

Cluster con elevati trend di crescita

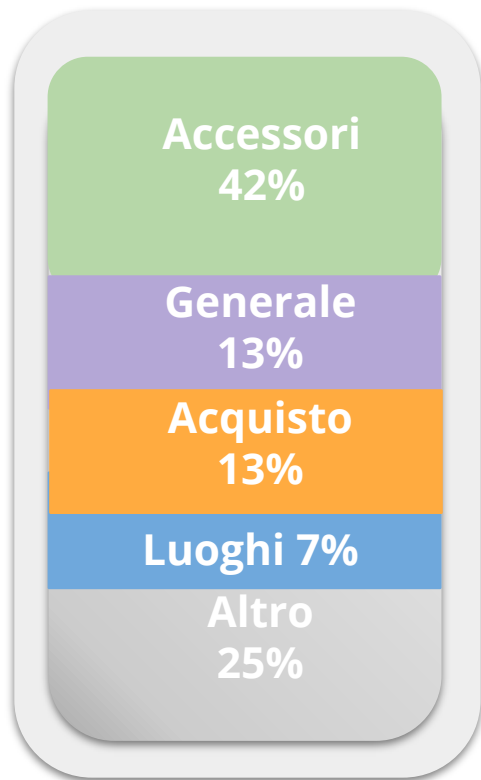
Principali cluster di ricerca



Trend generale di ricerca in crescita e assenza di stagionalità



Principali cluster di ricerca



Trend generale di ricerca in leggera
crescita e stagionalità a dicembre



Acquisto

24.613 ricerche medie
mensili

+24,52% in 3 anni



Eventi

7.913 ricerche medie
mensili

+18,15% in 3 anni



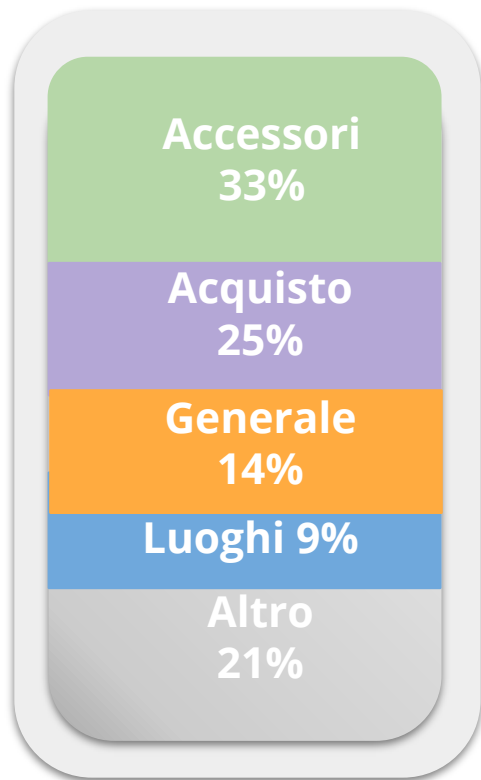
Magazine
Guide

9.984 ricerche medie
mensili

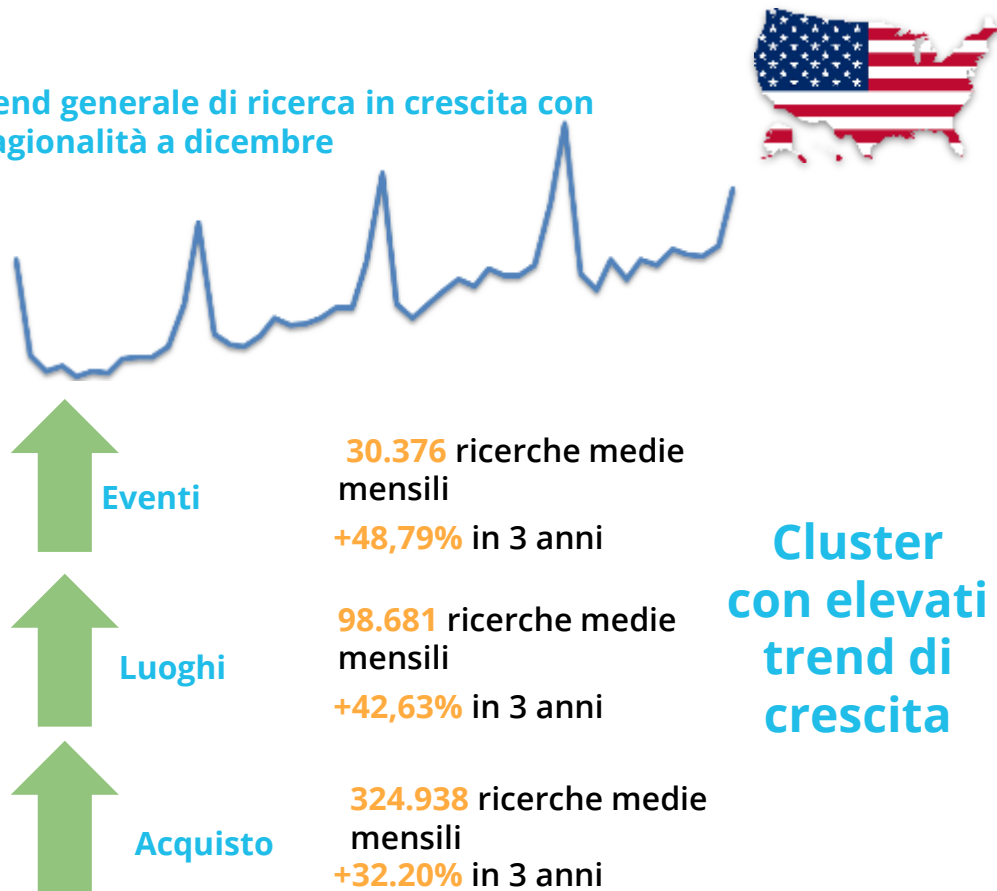
+12,37% in 3 anni

**Cluster
con elevati
trend di
crescita**

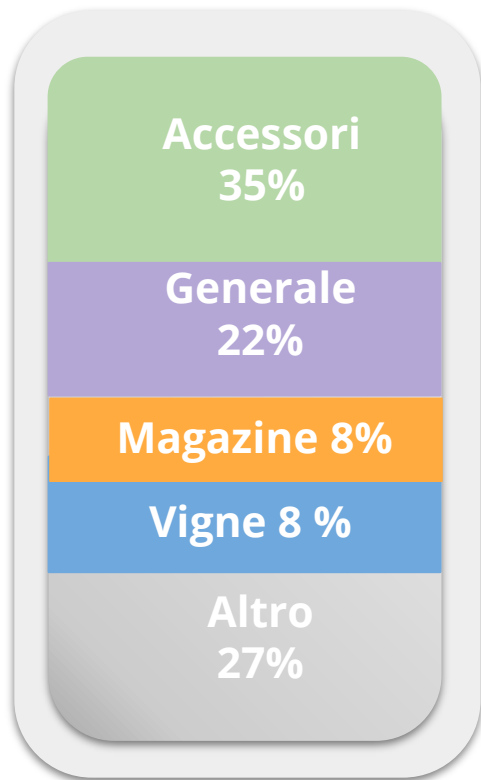
Principali cluster di ricerca



Trend generale di ricerca in crescita con stagionalità a dicembre



Principali cluster di ricerca



Trend generale di ricerca in crescita con stagionalità a dicembre



Acquisto

10.273 ricerche medie mensili
+76,28% in 3 anni



Vigne

9.210 ricerche medie mensili
+27,50% in 3 anni

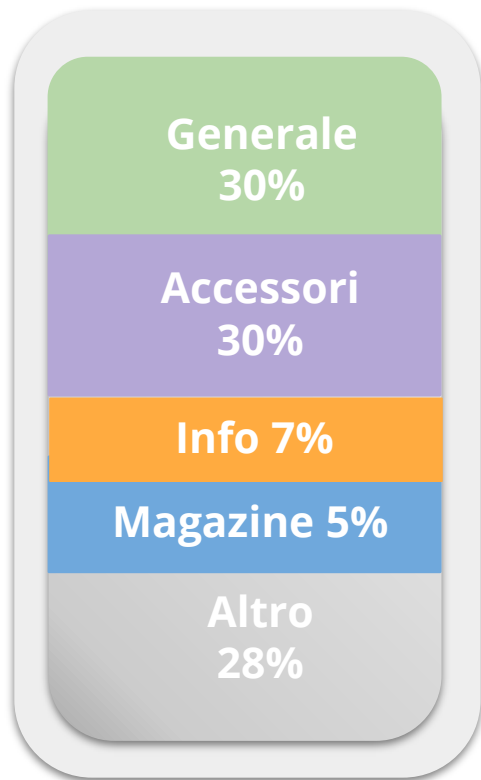


Tipologia

4.549 ricerche medie mensili
+21.10% in 3 anni

Cluster con elevati trend di crescita

Principali cluster di ricerca



Trend generale di ricerca stabile senza stagionalità



Fare il vino

2.594 ricerche medie mensili
+16,01% in 3 anni



Eventi

3.638 ricerche medie mensili
+6,85% in 3 anni



Accessori

66.618 ricerche medie mensili
+6,49% in 3 anni

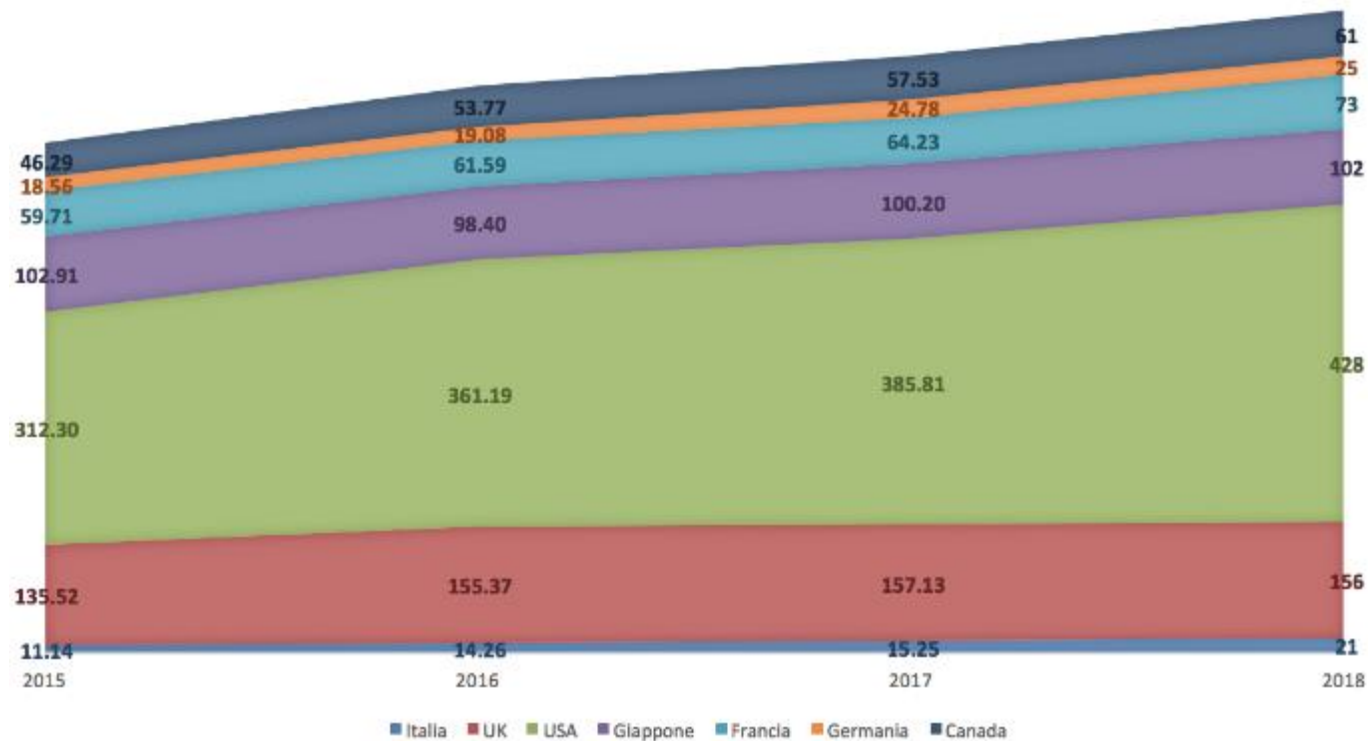
Cluster con elevati trend di crescita

	1°	2°	3°
Italia	Prosecco	Chardonnay	Ribolla gialla
UK	Prosecco	Chardonnay	Pinot grigio
Francia	Prosecco	Chardonnay	Pinot
Germania	Prosecco	Chardonnay	Lambrusco
USA	Prosecco	Cabernet sauvignon	Pinot grigio
Canada	Prosecco	Pinot grigio	Cabernet sauvignon
Giappone	Chardonnay	Prosecco	Cabernet sauvignon



Il vino italiano nei Paesi del G7

Ricerche annuali per vino italiano tra il 2015 3 e il 2018 per paese (migliaia)

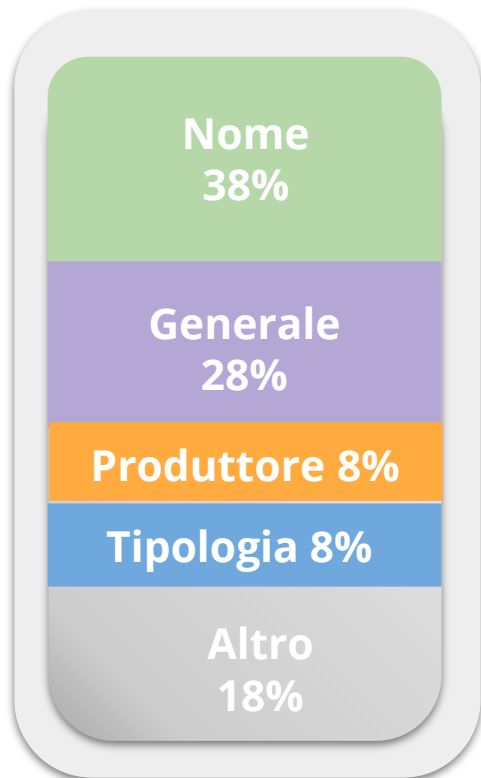


	Principali Cluster di ricerca	Cluster in crescita	Cluster in diminuzione
Italia	Classifica, Info, Tipologia	Tipologia, Acquisto, Abbinamento	Giochi, Generale, Nome
UK	Tipologia, Giochi, Info	Luoghi, Lavoro, Magazine/Guide	Giochi, Turismo, Import
Francia	Generale, Tipologia, Nome	Magazine, Produttore, Regione	Info
Germania	Generale, Tipologia, Acquisto	Produttore, Vitigno, Composizione	-
USA	Generale, Info, Tipologia	Luoghi, Composizione, Produttore	Fare il vino, Export, Acquisto
Canada	Info, Generale, Tipologia	Eventi, Abbinamento, Produttore	Import
Giappone	Generale, Info, Classifiche	Regione, Tipologia, Sommelier	Magazine, Classifiche, Acquisto



Focus Italia

Principali cluster di ricerca



Cluster con elevati trend di crescita



Nome



Classifiche



Info

Produttori più cercati

1

Drusian

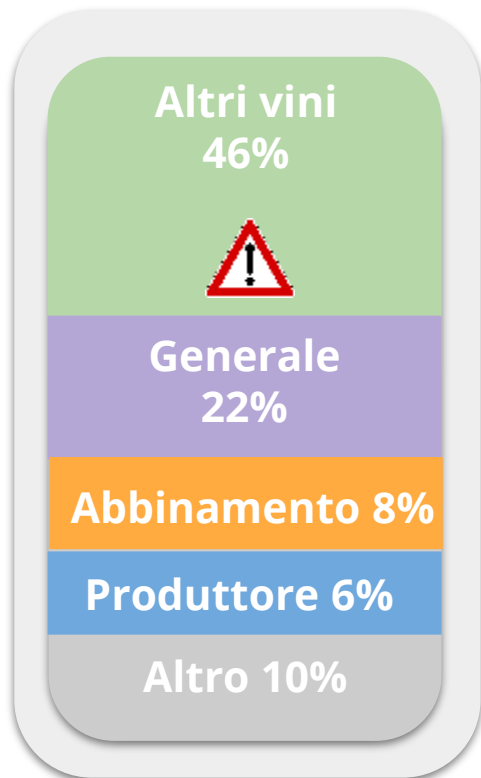
2

Soligo

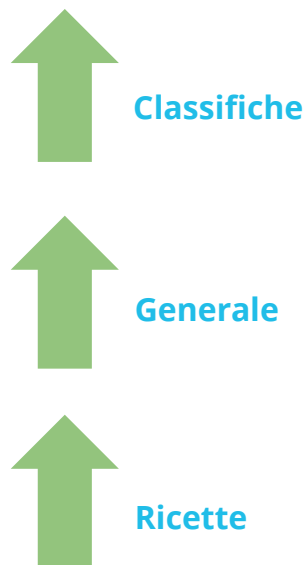
3

Mionetto

Principali cluster di ricerca



Cluster con elevati trend di crescita



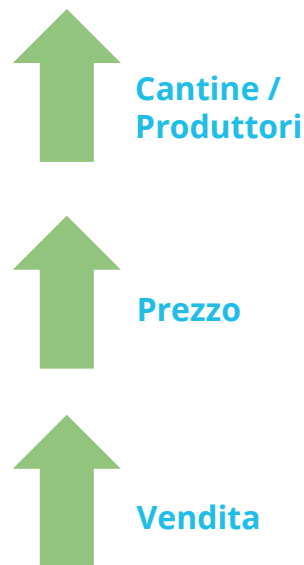
Produttori più cercati

- 1 Castello Banfi
- 2 Ca' del Bosco

Principali cluster di ricerca



Cluster con elevati trend di crescita



Produttori più cercati





Riepilogando



Trend di ricerca generale in forte **crescita** senza stagionalità, con la maggior parte delle ricerche concentrate nei cluster **regione, tipologia e vitigno** e un interesse in crescita crescente **acquisto e produttore**. Sul vino italiano le ricerche si concentrano su **prosecco**, mentre i cluster con maggiore crescita sono **tipologia, acquisto e abbinamento**.



Alta quantità di ricerche specifiche sul vino soprattutto per la categoria **nome e tipologia**, concentrate a **Dicembre** con interesse crescente per **composizione e vitigno**. Sul vino italiano le ricerche sono concentrate su **Prosecco**, con un interesse crescente per i **produttori, fonti di informazioni (magazine/guide) e vitigno**.



Trend di ricerca stabile concentrato a **Dicembre** con forte interesse per la categoria **accessori** e ricerche in aumento per **acquisti ed eventi e magazine/guide**. Sul vino italiano le ricerche sono concentrate su **Prosecco**, con un interesse crescente per i **luoghi, lavoro, magazine/guide**.



Trend di ricerca generale in crescita senza stagionalità e concentrato soprattutto sulla categoria **accessori**. Interesse crescente per **vitigno, eventi e come fare il vino**. Sul vino italiano le ricerche sono concentrate su **Prosecco**, con un interesse crescente per **vitigno, produttore, composizione**.



Alta quantità di ricerche generali sul vino soprattutto per la categoria **accessori** concentrate a **Dicembre** con interesse crescente per **acquisti ed eventi**. Sul vino italiano le ricerche sono concentrate su **Prosecco**, con un interesse crescente per i **produttori**.



Trend generale di ricerche in crescita con stagionalità a **Dicembre** e interesse crescente per **acquisti ed eventi**. Sul vino italiano le ricerche sono concentrate su **Prosecco**, con un interesse crescente per **eventi e produttori**.



In generale, osserviamo un trend di ricerca stabile senza stagionalità con interesse crescente per gli **accessori**. Sul vino italiano le ricerche sono concentrate su **Chardonnay**, con un interesse crescente per le **regioni** di produzione e i corsi di **sommelier**.



Studiare come gli utenti
(potenziali clienti)
cercano online il proprio
prodotto



Individuare i migliori
contenuti per costruire il
proprio piano editoriale



Valutare la stagionalità delle
ricerche per ottimizzare le
campagne online



Diversificare la
comunicazione nei
diversi mercati per
renderla più efficace.



Come si è svolta l'analisi

*La SEO si occupa di **studiare i bisogni degli utenti** e di pianificare strategie e azioni tecniche e tattiche per raggiungere specifici obiettivi di business rispondendo alle domande degli utenti.*

**DEFINIZIONE DEGLI
OBIETTIVI DI
BUSINESS**

**ANALISI DELLE
RICERCHE DEGLI
UTENTI**

**ANALISI DEI
COMPETITOR**

STRATEGIA SEO

*Per determinare i bisogni e gli intenti degli utenti, **la SEO parte dalle ricerche effettuate sui motori di ricerca** e una volta completato questo studio, si concentra su attività di analisi competitiva, progettazione tecnica e strategica.*

ANALISI DI STAGIONALITÀ

Domanda: come varia l'interesse per un prodotto o un tema durante l'anno?

ANALISI DI SHARE OF VOICE

Domanda: come si dividono la visibilità su Google i miei competitor? Quanto è presente il mio brand?

ANALISI DELLE DOMANDE

Domanda: quali sono le domande più frequenti sulla mia azienda o brand?

ANALISI SU ALTRI MERCATI

Domanda: come cambia il modo in cui viene cercata una tipologia di prodotto all'estero?

ANALISI DEL SEARCH JOURNEY

Domanda: quali domande e ricerche portano gli utenti da un vago interessamento all'acquisto?

ANALISI DI TREND

Domanda: quali sono le tipologie di ricerche a maggior tasso di crescita? Dove si assiste a un declino invece?

DEFINIZIONE DEGLI
OBIETTIVI DI BUSINESS

**ANALISI DELLE RICERCHE
DEGLI UTENTI**

ANALISI DEI COMPETITOR

STRATEGIA SEO

Tramite l'attività di Keyword Mapping è possibile ottenere una valutazione dello share of voice sui motori di ricerca per diverse sezioni del sito, **confrontando le performance dei diversi brand** e delle diverse proprietà digitali sui motori di ricerca, in modo da definire le priorità d'intervento.



DEFINIZIONE DEGLI
OBIETTIVI DI BUSINESS

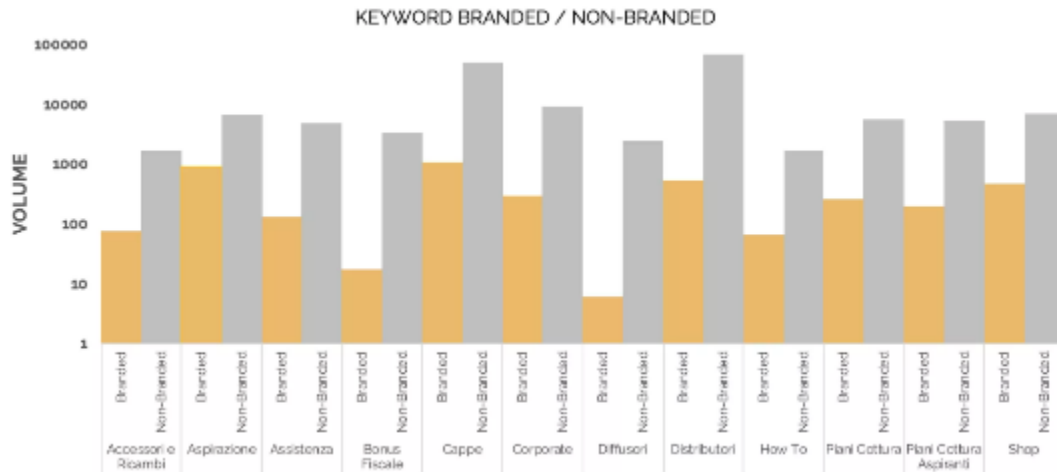
ANALISI DELLE RICERCHE
DEGLI UTENTI

ANALISI DEI COMPETITOR

STRATEGIA SEO

Allo stesso modo è possibile valutare come ogni sito ottiene il traffico dai motori di ricerca, suddividendo le stime per categorie e per tipologia di parole chiave, differenziando il traffico ottenuto da keyword “branded”, ovvero contenenti il nome del brand, o unbranded.

In questo modo è possibile **valutare l'impatto delle attività SEO** in modo più approfondito.



DEFINIZIONE DEGLI
OBIETTIVI DI BUSINESS

ANALISI DELLE RICERCHE
DEGLI UTENTI

ANALISI DEI COMPETITOR

STRATEGIA SEO

Siamo una martech company che sviluppa piattaforme per il Performance Marketing basate su tecnologie proprietarie di Artificial Intelligence. Le nostre attività sono relative a Search Marketing, Digital Advertising & Lead Generation, Content Marketing. Siamo nati a Viterbo nel 2014 per iniziativa di giovani ingegneri, fisici e forestali.

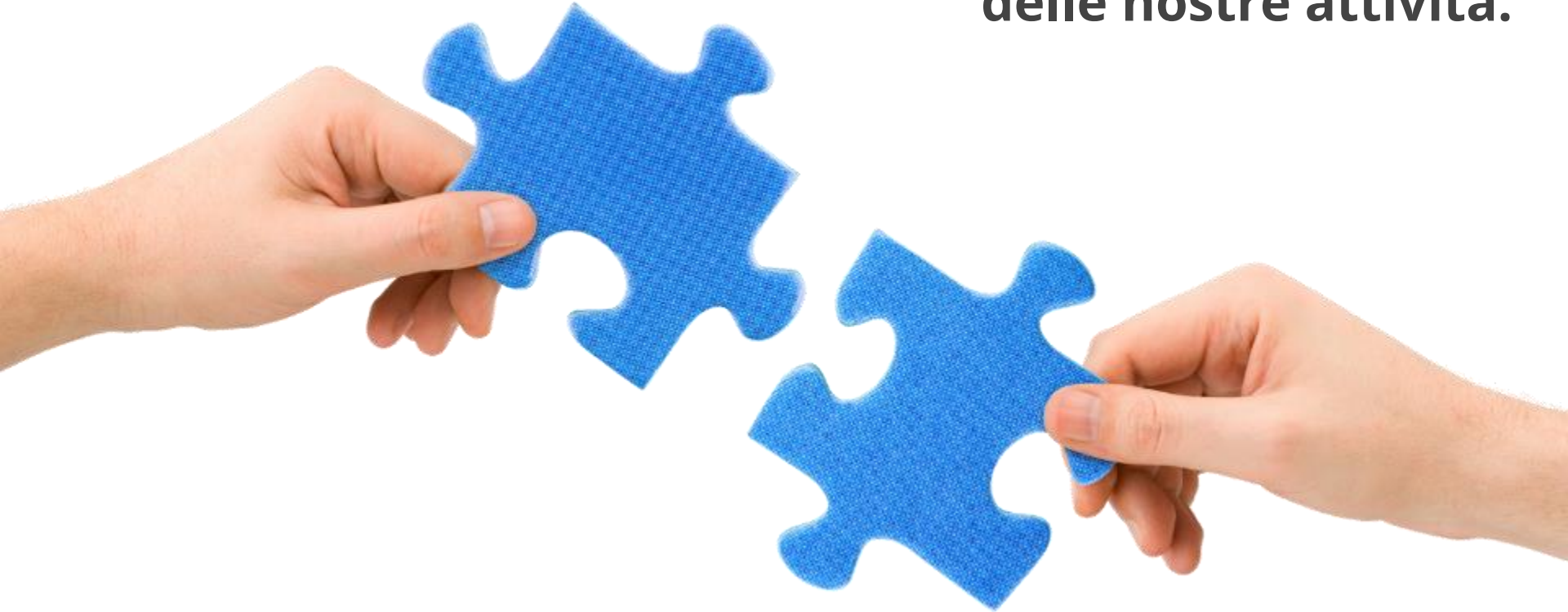
Grazie ai risultati raggiunti, nel 2019 siamo entrati a far parte di Datrix, il gruppo di tech company specializzato in soluzioni di Intelligenza Artificiale per la crescita data-driven delle aziende in ambito Marketing, Sales e Finanza.

«Realizziamo azioni data-driven, unendo creatività a strategie fondate su elementi certi, misurabili e scalabili»



**L'approccio ingegneristico ai processi e la continua
ricerca di scalabilità, razionalizzazione e
innovazione permette ai professionisti di ByTek di
ottimizzare le risorse e puntare in alto.
Velocemente.**

**L'integrazione dei dati e l'analisi
dell'esperienza dell'utente sono alla
base del continuo miglioramento
delle nostre attività.**



**Seguiamo l'utente dalla sua prima interazione
online fino ai comportamenti offline.**

**In questo modo possiamo ottimizzare le
nostre campagne rispetto ai reali obiettivi di
business, in modo granulare e sempre più
preciso.**

Con un approccio guidato dai dati supportiamo le aziende nella definizione degli obiettivi e nella comprensione delle migliori leve del web marketing. Operiamo in 3 aree principali, supportate dalla Web Analytics e attività di UX & UI:

1. Search Marketing (e Brand Reputation);
2. Digital Advertising & Lead Generation;
3. Content Marketing.



Ci occupiamo di formazione per aziende e privati. Collaboriamo con l'Università degli Studi della Tuscia e con TAG Innovation School e siamo speaker ai principali eventi di settore (fra i quali Search Marketing Connect, Web Marketing Festival, eMetrics Summit, Social Media Week).

Siamo organizzatori dei format "Disruptive Data" su Big Data Analytics & Marketing e "Web Starter" sul digital marketing.





L'ORÉAL



MOSCHINO



ESAPRO



EDITORIALE DUESSE





Gruppo di tech company specializzate in soluzioni di Artificial Intelligence per la crescita data-driven delle aziende in ambito Marketing, Sales e Investment.

datrix.it



Tech company che raccoglie, analizza e traduce dati relativi a clienti/utenti in insight, identificazione anomalie, predizioni e opportunità di business, utili a migliorare decisioni, azioni e risultati operativi.
3rdplace.com



Fintech company che raccoglie, interpreta e pesa Alternative Data per scopi di monitoraggio e li combina con dati tradizionali per finalità d'investimento.
finscience.com



Martech company che sviluppa piattaforme per search marketing, digital advertising & lead generation e content marketing data-driven.
bytekmarketing.it

Milano

Foro Buonaparte 71
20121 Milano [[mappa](#)]
Tel +39 02 76281064

Viterbo

Via Luigi Galvani 4
01100 Viterbo [[mappa](#)]
Tel +39 07 611710848

Roma

Viale Luca Gaurico 91/93
c/o Spaces, 00143 Roma [[mappa](#)]
Tel +39 06 93188459

Cagliari

Via Sassari 3
09123 Cagliari [[mappa](#)]
Tel +39 02 76281064