

Información
de
novedades

 EDICIONES PIRÁMIDE

Marketing del vino

Inés Küster (coord.)

Colección: Marketing Sectorial

Índice

Prólogo. **PARTE I. Introducción. El marketing del vino: ¿qué es eso?** 1. ¿Es posible un marketing de vinos? 2. ¿Quién consume vino? **PARTE II. El marketing estratégico: ¿pensar antes que actuar?** 3. Segmentación del consumidor de vino. 4. Diferenciación y posicionamiento: herramientas clave. 5. La decisión de exportar. **PARTE III. El marketing operativo: ¿nos ponemos en marcha?** 6. Planificación del marketing mix. 7. Importancia de la marca para el vino. 8. ¿Cómo vender vino? La estrategia de distribución. 9. Herramientas que ayudan a la venta. Casos. Bibliografía.

Contenido

Según el Observatorio Español del Mercado del Vino se ha producido un crecimiento de las exportaciones españolas de este producto. Sin embargo, en el mismo Observatorio se señala que el exceso de oferta disponible en el mercado ha hecho difícil construir marcas sólidas. En este sentido, resulta necesario para las empresas del sector el uso del marketing como una herramienta estratégica y operativa.

Con esta filosofía se ha desarrollado este libro dirigido tanto a un público profesional como académico. En cuanto al público profesional, se trata de que el lector disponga de un manual práctico que le ayude a aplicar un nuevo enfoque de marketing centrado en la satisfacción del cliente y en la creación de valor.

Además, el libro también persigue ofrecer una formación específica dentro del mundo del vino para que los estudiantes universitarios y los apasionados por este sector adquieran los conocimientos específicos necesarios para poder hacer un marketing del vino.

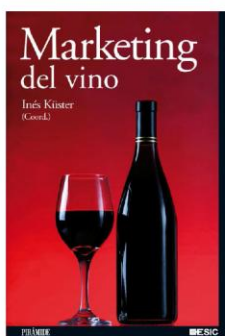
Los autores han planteado una obra cuyas principales características y objetivos definitorios se concretan en la especificidad, la actualidad y el equilibrio.

Coordinadora

Inés Küster es catedrática de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universitat de València.

Utilidad

La obra resulta de utilidad como manual práctico para profesionales del mundo del vino y para estudiantes de Marketing.



15,5 x 23 cm

416 páginas

Rústica

ISBN: 978-84-368-2571-8

Código: 0227031

22 € (IVA incluido)

Noviembre 2011

PIRÁMIDE

<http://www.edicionespiramide.es/>