

B u s i n e s s C o n s u l t a n t s

ΕΜΠΟΡΙΑ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΚΥΠΡΙΑΚΟΥ ΟΙΝΟΥ

1^η Ημέρα

Ωρες Εφαρμογής		Διάρκεια	Περιεχόμενο Προγράμματος
Από	Μέχρι	ώρες	
9:00	9:15	0:15	Εισαγωγή στη διημερίδα:- Στόχοι προγράμματος - Agenda – θεματολογία
9:15	11:00	1:45	Αποτύπωση σημερινής κατάστασης του κυπριακού κρασιού (Κυπριακός αμπελώνας, Ανάλυση και ιστορικό πωλήσεων - εσωτερική αγορά, εξαγωγές, Εικόνα του κυπριακού κρασιού) Μελέτη περιπτώσεων άλλων οινοπαραγωγών χωρών (Προφίλ εθνικών οινικών κλάδων, Ανταγωνιστική τοποθέτηση, Τομείς καινοτομίας - Έρευνα, Οινικό προϊόν, Μάρκετινγκ)
11:00	11:30	0:30	Διάλειμμα
11:30	13:30	2:00	Ανάλυση SWOT για το κυπριακό κρασί: 1^ο μέρος - Ευκαιρίες - Απειλές 2^ο μέρος - Άσκηση προετοιμασίας: Στους συμμετέχοντες θα δοθεί ερωτηματολόγιο για να καταγράψουν τις σύμφωνα με την προσωπική του εμπειρία - Δυνατότητες και Αδυναμίες του κυπριακού κρασιού πριν από την παρουσίαση της σχετικής ενότητας – Αδυναμίες – Δυνατότητες - Συμπεράσματα ανάλυσης
13:30	14:15	0:45	Διάλειμμα
14:15	15:45	1:30	Η Ανάγκη για στρατηγικό σχεδιασμό branding και μάρκετινγκ 1. Στρατηγικές ανταγωνισμού (Κόστος vs διαφοροποίηση, Παράγοντες διαφοροποίησης για το κυπριακό κρασί) 2. Δημιουργία εθνικής Εικόνας Αξίας για το κρασί: National Wine Brand Image (Τι είναι η στρατηγική branding-positioning - Στόχοι εθνικού branding - Μοντέλο ανάλυσης Εικόνας για το κρασί (Wine brand image model) - Ολοκληρωμένη διαχείριση εθνικής οινικής οντότητας- Παραδείγματα βέλτιστης πρακτικής)
15:45	16:00	0:15	Διάλειμμα
16:00	17:30	1:30	Βιοματική εκπαίδευση Χωρισμός συμμετεχόντων σε δύο ομάδες, οι οποίες θα αναπτύξουν αντίστοιχα την Επιθυμητή Εικόνα για (α) το κυπριακό κρασί συνολικά και (β) την Κουμανταρίας, με χρήση του μοντέλου ανάλυσης οινικής Εικόνας (wine brand image model).

Σύνολο
Καθαρής
Διάρκειας

7:00h

B u s i n e s s C o n s u l t a n t s

ΕΜΠΟΡΙΑ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΚΥΠΡΙΑΚΟΥ ΟΙΝΟΥ

2^η Ημέρα

Από	Μέχρι	Διάρκ.	Περιεχόμενο Προγράμματος
9:00	10:30	1:30	Ανταγωνιστικότητα του οινικού προϊόντος - Άξονες διαφοροποίησης και καινοτομίας για το κρασί Ολοκληρωμένη διαχείριση Εικόνας (brand image) οινικής οντότητας (εθνικό και εταιρικό επίπεδο) (Δημιουργία on-brand υλικού και εφαρμογών marketing, Παρατηρητήριο τύπου και γραφεία επικοινωνίας, Σχεδιασμός ετικετών και συσκευασίας) Μελέτη περιπτώσεων: Παλαιός vs. Νέος Κόσμος
11:00	11:30	0:30	Διάλειμμα
11:30	12:30	1:00	Σύγχρονα εργαλεία προβολής και προώθησης και παραδείγματα βέλτιστων πρακτικών αξιοποίησής τους (Οι καταλύτες κοινής γνώμης στο οινικό αντικείμενο, Παραδοσιακά και σύγχρονα μέσα, η σπουδαιότητα του Web 2.0, Οινικοί διαγωνισμοί, Celebrity endorsement, Product placement, Εκθέσεις, Παρουσία σε σημαντικά γεγονότα, Δημιουργία οινικών εμπειριών, Γευστιγνωσίες και tryvertising, Seeding trials) Βιοματική εκπαίδευση - Συγγραφή άρθρου προβολής για το κυπριακό κρασί και την Κουμανταρία βασισμένου στο Brand Image που αναπτύχθηκε την προηγούμενη μέρα.
12:30	13:30	1:00	Κανάλια διανομής (Ο ρόλος του διαδικτύου και το ηλεκτρονικό εμπόριο, Off-trade σημεία πώλησης (εξειδικευμένα και μη), Παρουσία στο on-trade) - Μελέτη περιπτώσεων: παραδείγματα βέλτιστης πρακτικής- εθνικό επίπεδο και ιδιωτική πρωτοβουλία, δημιουργία εξειδικευμένων εμπορικών πρωτοβουλιών (shop-in-shops, corners)
13:30	14:15	0:45	Διάλειμμα
14:15	14:45	0:30	Η σημασία συνεργειών σε εθνικό επίπεδο Βιοματική εκπαίδευση - Ζωντανή σύνδεση με διαδικτυακούς τόπους και πλοήγηση σε ηλεκτρονικές κάβες.
14:45	15:45	1:00	Διανομή και πωλήσεις Κανάλια διανομής - Ο ρόλος του διαδικτύου και το ηλεκτρονικό εμπόριο, Off-trade σημεία πώλησης (εξειδικευμένα και μη), Παρουσία στο on-trade - Μελέτη περιπτώσεων: παραδείγματα βέλτιστης πρακτικής- εθνικό επίπεδο και ιδιωτική πρωτοβουλία, δημιουργία εξειδικευμένων εμπορικών πρωτοβουλιών (shop-in-shops, corners) Βιοματική Εκπαίδευση - Οι συμμετέχοντες θα χωριστούν σε ομάδες με σκοπό την δημιουργία ενός ανταγωνιστικού, καινοτόμου concept κυπριακού κρασιού. Τα concepts που θα αναπτυχθούν θα πρέπει να βασίζονται στις δυνατότητες του κυπριακού κρασιού και να αξιοποιούν τις ευκαιρίες των αγορών όπως εντοπίστηκαν κατά τη διάρκεια του σεμιναρίου. Για το κάθε concept θα πρέπει να αναπτυχθεί η ανταγωνιστική του τοποθέτηση (branding-positioning) και το σχετικό marketing mix (στρατηγικές τιμολογιακής τοποθέτησης, διανομής, προώθησης)
15:45	16:00	0:15	Διάλειμμα
16:00	17:30	1:30	Οινοτουρισμός και συνέργειες με άλλους κλάδους - Ανάπτυξη στρατηγικών συμμαχιών με άλλους κλάδους (εστίαση, φιλοξενία, μεταφορές κλπ.) Σύνοψη προγράμματος (Συμπεράσματα 1 ^{ης} και 2 ^{ης} ημέρας, Ανοιχτή συζήτηση & ερωτήσεις)

Σύνολο Καθαρής
Διάρκειας

7:00h