

AMAYA ARTEAGA



Los últimos avances tecnológicos se aplican a la elaboración, el control y la certificación del vino de Rioja desde hace años pero, además, generan oportunidades muy interesantes en el ámbito de la promoción y el contacto con bodegas, consumidores o líderes de opinión. Una de las últimas iniciativas del Consejo Regulador, la app RiojaWine, premiada como mejor aplicación turística nacional en Fitur, es prueba de ello.

— ¿Qué ventajas ofrece la tecnología para comunicar el Rioja?

— La estrategia de Rioja en promoción se basa en dos conceptos clave: generar experiencias en torno a los vinos de Rioja y educar a nuestros públicos. Los jóvenes, concretamente los 'millennials', son un target prioritario en nuestras campañas de promoción tanto a nivel nacional como internacional, y la vía de comunicación más directa y eficaz para dirigirnos a ellos hoy en día son las redes sociales. Nuestros canales de Facebook, Instagram, Twitter, Youtube nos acercan a ese gran público interactivo que está en el canal digital y nos aportan la inmediatez necesaria para compartir experiencias y generar viralidad.

— La tecnología también juega un papel esencial en la comunicación con el sector del vino a través, por ejemplo, de la plataforma Rioja Wine Cloud.

— En nuestra estrategia de promoción son claves los públicos internos como importadores y bodegas, así como prensa y líderes de opinión. Estos públicos requieren ser informados permanentemente de las actividades que desarrollamos, noticias y contenidos de valor que queremos compartir con ellos, pues su implicación y apoyo son claves para el éxito de la marca.

INTEGRACIÓN E INNOVACIÓN

Ricardo Aguiriano explica que el reto fundamental para los próximos años en el Consejo Regulador es integrar todas las herramientas tecnológicas con las que ya se cuenta en una única plataforma, «para que generen sinergias entre sí y que Rioja desarrolle un ecosistema digital que le permita comunicar-

«Las redes nos acercan al gran público interactivo que está en el canal digital»

Ricardo Aguiriano Director de Marketing del Consejo Regulador de la DOCa Rioja. La tecnología abre nuevos canales de comunicación interna y externa en el sector



Ricardo Aguiriano muestra en el móvil la nueva app RiojaWine que permite al consumidor tener acceso a la información sobre vinos y enoturismo en cualquier momento. — L.R.

Rioja Wine Cloud nos aporta inmediatez y eficacia porque en una sola plataforma podemos anunciar las acciones, se pueden inscribir, pedir más información, chatear con el equipo de marketing sobre detalles de las acciones y recibir feedback para futuras mejoras. Así evitamos ralentizar el trabajo de ambas partes con cadenas de mails o documentos extraviados.

— ¿Qué ofrece la app RiojaWine, apoyada precisamente en esta plataforma?

— La nueva aplicación móvil, lanzada a finales del año pasado, está pensada para generar conversaciones y recomendaciones en torno al mundo del Rioja, ya que permite a un consumidor escanear la etiqueta de un vino, comentarlo, compartirlo y recomendarlo con sus amigos en redes sociales, acceder a la ficha de la bodega con información muy completa sobre cómo visitarla, qué horarios tiene o cómo comprar el vino. Por otro lado, nos permite potenciar el enoturismo con una base de datos de bodegas de Rioja muy potente que anuncian su oferta enoturística y actividades en bodega.

— ¿Qué ventajas ofrece la app a bodegas y usuarios?

— A las bodegas les permite tener una herramienta de comunicación complementaria, avalada por el Consejo, que les apoya en su labor de difusión de enoturismo y promoción de sus vinos. Al consumidor le acerca el mundo del vino en todo momento, le permite tener a mano toda la información para hacer más fácil el consumo de Rioja. Disponer de una información completa de vinos de Rioja y oferta enoturística de las bodegas, así como poder compartir vinos catados con otros usuarios, para recomendarlos y aprender más de ellos.

«Riojawine genera conversaciones y recomendaciones en torno al Rioja»

se eficazmente con sus públicos y estar en vanguardia». «En el mundo de la tecnología tenemos que seguir muy de cerca lo que ocurre fuera, aprender y renovarnos», apunta. «Cada vez se apuesta más por las nuevas tecnologías y en los próximos años seguiremos introduciendo novedades, es un proceso de mejora continua en el cual el Consejo Regulador busca mayor eficacia y, sobre todo, jugar un rol de liderazgo dentro de las denominaciones de origen a nivel mundial».