

EXPORTNÍ DESATERO

ZÁSADY EXPORTNÍHO VINAŘE



OBECNĚ:

1. Měj jasno ve své exportní strategii a v cílové skupině

Definuj si cíle, trhy a přístup. Zajímej se o to, jak fungují restaurace, vinotéky, importéři či online prodej v dané zemi, a přizpůsob tomu svůj styl i nabídku. Jiné portfolio zaujme Skandinávce, jiné Poláky, Japonce nebo Kanadany.

2. Sleduj trendy a chování zahraničních zákazníků

Poptávka zákazníků v zahraničí se neustále vyvíjí – mění se obliba šumivých vín, lehčích stylů, PIWI odrůd i naturálních vín. Sleduj, co právě získává na významu, a podle toho upravuj výběr vín pro prezentace i exportní nabídky:

[@wineenthusiast](#) [@jancisrobinson](#) [@winefolly](#) [@KonstantinBaumMasterofWine](#)
[starwinelist.com](#) [bkwine.com](#)

3. Věnuj pozornost etiketám

Etiketa prodává! Musí být atraktivní a odvážná, ideálně bez háčků a čárek, minimalistická nebo funky, Lidé jsou „label hunters“ – nejdřív kupují očima.

4. Vyprávěj příběh – hlavně na sociálních sítích

Importéři vyžadují kvalitní storytelling. Důležitá je autenticita, jasná identita vinaře, odlišnost a také region.

5. Pečlivě vybírej vína na akce

Doporučené portfolio 6 vín: 1× šumivé víno, 2× lehčí bílá vína, 1–2× červené lehčího stylu. Zvaž lokální odrůdy – pokud jsou jednoduché, naučí se je i zahraniční zákazník, na určitých trzích zafungují PIWI nebo oranžová vína. Zásadní je zaujmou tzv. „entry level“ na tom se dá stavět dál.

VELETRHY, PREZENTAČNÍ AKCE:

6. Připrav perfektní rodokmeny vín

Pečlivě vyplňuj technické listy – popis vinice, typ půdy, detailní vinifikace; přemýšlej o jedinečnosti svého vína. Odborníky zajímá technologický detail, unikátnost, ne jak víno voní – to poznají sami.

7. Připrav jednoduchý, srozumitelný ceník

Ideálně v angličtině, přehledný, krátký – cenotvorba musí být hotová dopředu.

8. Buď aktivní na stánku

Nestůj pasivně, nesed. Aktivně oslovuj návštěvníky a vytvářej energii kolem svého stánku. Když zrovna nebude žádný návštěvník u stánku, vezmi své víno a nabízej ho kolemjdoucím.

9. Sbírej vizitky a detailní zpětnou vazbu

K vizitkám si vždy zapisuj, co konkrétnímu člověku chutnalo, jaký styl preferují a co je zaujalo.

10. Ozvi se ihned po akci

Co nejdříve po návratu kontaktuj účastníky: připomeň se fotkou, konkrétními ochutnanými vzorky, oslov je kreativním způsobem. Ceník a pozdrav sám o sobě nestačí.

Buď vytrvalý – obchod vzniká až po více kontaktech

Jednání se zpravidla uzavírají až po několika degustacích a setkáních. Vždy uváděj, kde bude možné vína ochutnat příště, a buduj dlouhodobé vztahy.