

## CONSEJOS PARA PARTICIPANTES EN EL SPANISH WINE CELLAR EN EE.UU.

1. Leer con antelación el Estudio del Mercado del Vino en Estados Unidos para conocer las particularidades del mercado: diferencias entre estados (controlados y no controlados), *Three-tier system* (importador-distribuidor-minorista), etc.
2. Tener en cuenta que, aunque se haga un mayor esfuerzo por conseguir la asistencia de importadores y distribuidores, el evento está también abierto a minoristas (licorerías, HORECA), prescriptores de opinión, etc.
3. Contar con una página web operativa, disponible en inglés, para que los asistentes puedan informarse sobre sus productos antes del evento.
4. Durante el evento, aprovechar visitas de las empresas minoristas y/o del sector HORECA y preguntarles con qué distribuidor prefieren trabajar. El objetivo es ponerse en contacto con el distribuidor y darle un listado de minoristas interesados en el producto para despertar así su interés. Intentar realizar la misma estrategia con los distribuidores, averiguando con qué importador prefieren trabajar para ponerse en contacto con el importador y llevar a cabo la misma gestión.
5. Escuchar los comentarios de los clientes sobre la presentación del producto, etiqueta, etc. ¿Qué les gusta? ¿Qué es lo que piensan que no funciona en este mercado?
6. Conocer bien la composición de su producto y datos que puedan ser de interés para el potencial cliente (particularidades del vino, tiempo de envejecimiento, tipos de barricas que se utilizan, posibles maridajes...).
7. Disponer de catálogos y folletos informativos en inglés para entregar a los clientes.
8. Visitar licorerías antes de participar en la feria para tener ya una idea de precios, competencia, etc. Esta información le ayudará en cualquier conversación con un potencial cliente. En San Francisco, también podrán visitar tiendas de cadenas de supermercados ya que la venta de vinos está permitida en estos establecimientos. La venta de vinos en supermercados en el estado de Nueva York, está limitada a un establecimiento por cadena.
9. Para las empresas nuevas en el tema de exportación, familiarizarse en España con los seguros de crédito a la exportación Ej. CESCE [www.cesce.com](http://www.cesce.com)
10. Posteriormente, y en caso de que se haya concretado un potencial contrato con un importador, concertar una visita con el importador o distribuidor en sus oficinas para conocer personalmente a las personas involucradas en la venta de su producto. En caso de no ser factible, concretar una videoconferencia.
11. Realizar un contrato por escrito con las condiciones de la relación comercial, en caso de que las hubiera, con la ayuda de un abogado especializado en estos temas.