



TRENDS AND CPC ANALYSIS

DIGITAL ADVERTISING INSIGHTS 2024

IL SETTORE DEL VINO

RedMarketing

Introduzione

Nel 2024, il settore della pubblicità online per vini ed enoteche ha continuato a evolversi rapidamente, rispondendo alle mutevoli esigenze dei consumatori e alle dinamiche del mercato digitale. Questo report fornisce un'analisi approfondita delle tendenze correnti, dei dati di spesa pubblicitaria, del comportamento dei consumatori e delle strategie di marketing di successo.

Analisi del Mercato

Esaminando i dati raccolti, si evidenzia un aumento significativo dell'interesse verso i prodotti vinicoli online, con particolare attenzione verso vini biologici, sostenibili e di piccole produzioni locali. Le campagne pubblicitarie che enfatizzano questi aspetti tendono a performare meglio in termini di engagement e conversione.

Tendenze di Spesa

La spesa per la pubblicità online nel settore vinicolo ha mostrato una crescita robusta, con un aumento del CPC (Costo Per Clic) che riflette una maggiore competizione per parole chiave strategiche. Tuttavia, l'ROI (Ritorno sull'Investimento) rimane positivo, soprattutto per campagne ottimizzate verso target di nicchia.

Approfondendo l'analisi sul CPC (Costo Per Clic) nel settore della pubblicità online per vini ed enoteche, possiamo osservare un notevole aumento dei costi associati a specifiche parole chiave. Questo aumento riflette la crescente competizione nel mercato digitale e l'alta valutazione di determinate nicchie di prodotto.

Ecco alcuni esempi di parole chiave con un CPC superiore a 3 euro, evidenziando l'intensa competizione e l'alto interesse nel settore:

- **Gravner Breg:** Questa keyword, con un CPC massimo di 6,79 euro, mostra un interesse specifico per un vino di nicchia, con una competizione alta nonostante un traffico mensile relativamente basso. La diminuzione annuale del traffico del 18% potrebbe indicare una saturazione del mercato o una variazione delle tendenze di consumo.
- **Vino Rosso Online e Vini Rossi Online:** Entrambe con un CPC massimo vicino ai 5 euro, riflettono l'alto interesse generale per i vini rossi acquistati online. La competizione elevata e la diminuzione significativa del traffico annuale (-44%) suggeriscono una forte competizione e potenzialmente maggiori costi per mantenere la visibilità.
- **Biondi Santi Montalcino:** Con un CPC massimo di 4,72 euro, questa keyword si distingue per un incremento del traffico annuale del 14% e una competizione bassa, indicando un'opportunità di mercato crescente per questo specifico vino di alta qualità.

- Tannico Sassicaia, Monteraponi Chianti Classico, Chianti Classico Monteraponi: Queste keywords, con CPC massimi che variano da 3,78 a 3,90 euro, mostrano un interesse concentrato su vini specifici e cantine di qualità, con una competizione ancora alta nonostante il traffico mensile relativamente basso.

Questi dati sottolineano l'importanza di una strategia pubblicitaria ben mirata nel settore dei vini online. Le aziende devono considerare attentamente quali parole chiave targettizzare per massimizzare il ritorno sull'investimento, data la variazione significativa nei costi per click e la diversa competizione per ogni termine.

Strategie come l'ottimizzazione SEO per termini con competizione più bassa ma traffico in aumento, o investimenti mirati in campagne PPC per parole chiave ad alta competizione ma con CPC gestibili, possono essere cruciali per ottenere visibilità e conversioni in questo mercato competitivo.

Questi esempi evidenziano come il settore della pubblicità online per vini ed enoteche sia altamente competitivo, con investimenti significativi in parole chiave associate a marchi di prestigio e prodotti di lusso. La strategia per le aziende in questo settore deve quindi considerare attentamente la selezione di parole chiave e l'ottimizzazione delle campagne per massimizzare il ROI, dato l'elevato costo di acquisizione per clic.

Analisi CPC: Opportunità e Sfide nel Targeting di Parole Chiave nel Settore Vinicolo

Nella seguente sezione, presentiamo un'analisi dettagliata dei Costi Per Clic (CPC) associati a selezionate parole chiave nel settore dei vini ed enoteche online. Questo estratto dei dati evidenzia le dinamiche di mercato per quanto riguarda la pubblicità digitale, rivelando tendenze specifiche di competizione e opportunità di targeting. L'analisi si concentra su parole chiave con un CPC elevato, segnalando aree di alta competizione e investimento. La variazione annua nel traffico, insieme ai livelli di competizione, fornisce ulteriori insight sul comportamento del mercato e sull'evoluzione delle strategie di marketing digitale nel settore vinicolo.

Le 100 keyword più costose per il vino

Keyword	Traffico	Trend	Competition	Value	CPC €
gravner breg	50	-18%	Alta	98	6,79
vino rosso online	90	-44%	Alta	85	4,92
vini rossi online	90	-44%	Alta	85	4,92
due palme	90	-44%	Alta	85	4,92
valpolicella masi prezzo	90	-44%	Alta	85	4,92
biondi santi montalcino	1000	14%	Bassa	21	4,72
montalcino biondi santi	1000	14%	Bassa	21	4,72
tannico sassicaia	20	-25%	Alta	76	3,90
monteraponi chianti classico	20	-25%	Alta	76	3,90
chianti classico monteraponi	110	56%	Alta	93	3,78
maffini vini	110	56%	Alta	93	3,78
maffini vino	110	56%	Alta	93	3,78
vini maffini	110	56%	Alta	93	3,78
ancho reyes verde	70	57%	Alta	91	3,76
bruno giacosa barolo	70	57%	Alta	91	3,76
barolo bruno giacosa	110	-21%	Alta	95	3,56
col del sas	110	-21%	Alta	95	3,56
pellegrino vino	110	-21%	Alta	95	3,56
albert pic	110	-21%	Alta	95	3,56
dorigo vini	110	0%	Alta	87	2,21
mazzei vini	110	0%	Alta	87	2,21
mazzei vino	110	0%	Alta	87	2,21
vini mazzei	110	0%	Alta	87	2,21
vino mazzei	110	0%	Alta	87	2,21
criserà vini	110	0%	Alta	87	2,21
montori vini	170	0%	Alta	71	2,17
cantina foss marai	170	0%	Alta	71	2,17
foss marai cantina	170	50%	Alta	91	2,15
cantine foss marai	170	50%	Alta	91	2,15
cantina uberti	170	50%	Alta	91	2,15
uberti cantina	170	50%	Alta	91	2,15
cantina franz haas	50	-20%	Alta	69	2,08
cantine franz haas	50	-20%	Alta	69	2,08
franz haas cantina	720	0%	Media	52	2,05
cantina valdo	720	0%	Media	52	2,05

biondi santi brunello 2010	110	-18%	Alta	86	1,82
vino rosato frizzante	110	-18%	Alta	86	1,82
vini rosati frizzanti	260	24%	Media	66	1,77
vino frizzante rose	260	24%	Media	66	1,77
vendita whisky online	590	0%	Alta	100	1,74
lungarotti vini vendita online	590	0%	Alta	100	1,74
baron de l prezzo	590	0%	Alta	100	1,74
vendita distillati online	590	0%	Alta	100	1,74
whisky vendita	590	0%	Alta	100	1,74
caparzo brunello	590	0%	Alta	100	1,74
domperignon	590	0%	Alta	100	1,74
don pérignon	590	0%	Alta	100	1,74
lagrein rottensteiner	110	22%	Media	35	1,73
dom perignon online	70	0%	Bassa	29	1,73
paltrinieri vini	110	22%	Media	35	1,73
dom perignon acquisto	70	0%	Bassa	29	1,73
tannico ruinart	260	24%	Alta	85	1,70
guerrieri e rizzardi	260	24%	Alta	85	1,70
rocca bernarda vini prezzi	260	24%	Alta	85	1,70
rosati vini	260	24%	Alta	75	1,70
rosati vino	260	24%	Alta	75	1,70
dom perignon vendita	260	24%	Alta	85	1,70
chianti ruffini	260	24%	Alta	85	1,70
migliori spumanti italiani	260	24%	Alta	85	1,70
matassa vino	260	24%	Alta	75	1,70
matassa vini	260	24%	Alta	75	1,70
vino matassa	390	23%	Alta	74	1,67
spumanti italiani migliori	390	23%	Alta	74	1,67
pauillac vino	390	23%	Alta	74	1,67
marco de bartoli marsala	390	23%	Alta	74	1,67
marsala marco de bartoli	390	23%	Alta	74	1,67
società agricola san felice	390	23%	Alta	74	1,67
vino marchesi antinori	170	0%	Media	43	1,66
chianti classico dievole	30	150%	Alta	95	1,62
marchese antinori vino	590	0%	Alta	99	1,60
selosse vino	590	0%	Alta	99	1,60
vendita superalcolici online	590	0%	Alta	99	1,60
benanti vini	590	0%	Alta	99	1,60
jerzu vino	590	0%	Alta	99	1,60

valpolicella masi	590	0%	Alta	99	1,60
vino foss marai	110	29%	Alta	78	1,59
joaquin vino	110	29%	Alta	78	1,59
joaquin vini	30	50%	Alta	93	1,56
baglio di pianetto vini	50	133%	Alta	94	1,56
vini baglio di pianetto	30	50%	Alta	93	1,56
chateau talbot	50	133%	Alta	94	1,56
cascina roccalini	40	67%	Alta	81	1,54
falesco vini	210	53%	Alta	84	1,54
falesco vino	40	67%	Alta	81	1,54
vini falesco	210	53%	Alta	84	1,54
vino falesco	50	-43%	Alta	67	1,52
barolo riserva monfortino di giacomo conterno	50	-43%	Alta	67	1,52
perrier jouet champagne prezzo	1300	-38%	Alta	93	1,50
gaja bianco	1300	-38%	Alta	93	1,50
cantina ruffino	70	22%	Alta	75	1,50
miglior prezzo vini	1300	-38%	Alta	93	1,50
ruffino cantina	1300	-38%	Alta	93	1,50
santa sofia vini	70	22%	Alta	75	1,50
vini rosato	50	-25%	Alta	95	1,48
vini santa sofia	390	23%	Alta	99	1,48
ruffino vini	30	33%	Alta	99	1,48
berlucchi vino	50	-25%	Alta	95	1,48
ruffino vino	390	23%	Alta	99	1,48
berlucchi vini	30	33%	Alta	99	1,48

L'Importanza dell'Analisi delle Parole Chiave nel Settore Vinicolo

Nel dinamico mondo del marketing digitale, la comprensione delle parole chiave più ricercate nel settore vinicolo emerge come una tattica strategica indispensabile per le aziende che desiderano ottimizzare la propria visibilità online e connettersi efficacemente con il proprio pubblico di riferimento. Identificare le parole chiave con il maggior volume di ricerche mensili permette ai brand di vino di:

- Catturare l'Interesse degli Utenti: allineando i contenuti e le campagne pubblicitarie con le parole chiave più ricercate, le aziende possono aumentare significativamente le probabilità di apparire nei risultati di ricerca degli utenti attivamente interessati ai prodotti vinicoli.

- Prevedere le Tendenze di Mercato: l'analisi delle ricerche mensili aiuta a individuare le tendenze emergenti, consentendo ai produttori di adeguare l'offerta ai gusti e alle preferenze in evoluzione dei consumatori.
- Ottimizzare le Strategie SEO e PPC: con una conoscenza approfondita delle parole chiave più popolari, le aziende possono affinare le loro strategie di Search Engine Optimization (SEO) e Pay-Per-Click (PPC), migliorando il posizionamento nei motori di ricerca e l'efficienza delle campagne pubblicitarie.
- Aumentare la Conversione: attraverso un targeting più accurato, basato su parole chiave di alto interesse, le aziende possono attrarre visitatori più qualificati al proprio sito web, incrementando le possibilità di conversione da visitatore a cliente.

In sintesi, scoprire e analizzare le parole chiave legate al vino con il maggior numero di ricerche mensili non è solo una questione di visibilità; è una strategia complessiva che abilita le aziende vinicole a navigare con successo nel mercato digitale, anticipare le esigenze dei consumatori e costruire una comunicazione che risuoni autenticamente con il loro target di mercato.

Esaminando le parole chiave in funzione del volume di traffico mensile medio, possiamo identificare quali termini attirano maggiormente l'interesse degli utenti e quali presentano le maggiori opportunità e sfide per i marketer nel settore del vino. Ecco un'analisi basata sui dati forniti.

Parole Chiave con il Maggior Volume di Traffico

1. Cantina dei Frati (12.100 ricerche al mese su Italia): questa keyword dimostra un notevole interesse, nonostante una diminuzione annuale del 18%. La competizione elevata e il CPC relativamente basso suggeriscono una forte presenza di marca e potenziale per campagne pubblicitarie mirate.
2. Dom Perignon Prezzo (9.900 ricerche al mese su Italia): l'interesse per il prezzo di Dom Perignon ha visto un'impennata del 49%, indicando una crescente curiosità o domanda per questo champagne di lusso. La competizione alta ma un CPC moderato offrono opportunità per strategie pubblicitarie focalizzate.
3. Spumanti (9.900 ricerche): l'aumento del 22% nel traffico per questa keyword riflette un crescente interesse verso gli spumanti, con una competizione media che potrebbe rappresentare una nicchia vantaggiosa per gli inserzionisti.

Parole Chiave con Incrementi Significativi del Traffico

- Mionetto Prosecco DOC (6.600; +50%) e Petrus Vino (4.400; +50%): queste parole chiave mostrano i maggiori incrementi annuali, indicando tendenze emergenti e potenziali opportunità di mercato per questi prodotti specifici.

Parole Chiave ad Alta Competizione con CPC Elevato

- Vino Rosato/Rosati/Rosè (4.400; CPC alta parte 1,01): Il gruppo di parole chiave attorno al vino rosato mostra un'alta competizione e un CPC relativamente elevato, suggerendo che questi vini sono sia molto cercati che competitivi da pubblicizzare online.

- Tenuta Sanguido (4.400; CPC alta parte 1,23): Questa keyword specifica segnala un interesse di nicchia con un alto valore di CPC, evidenziando la competizione per marchi o vini specifici all'interno del settore.

Le 100 keyword più cercate ogni mese per il vino

Keyword	Traffico	Trend	Competition	Value	CPC €
cantina dei frati	12.100	-18%	Alta	99	0,70
dom perignon prezzo	9.900	49%	Alta	78	0,41
prezzo dom perignon	9.900	49%	Alta	78	0,41
spumanti	9.900	22%	Media	57	0,56
bellavista franciacorta	6.600	-18%	Alta	100	0,29
donnafugata vino	6.600	22%	Alta	100	0,51
sassicaia prezzo	6.600	23%	Alta	97	0,38
vino donnafugata	6.600	22%	Alta	100	0,51
vini donnafugata	6.600	22%	Alta	100	0,51
donnafugata vini	6.600	22%	Alta	100	0,51
prezzo sassicaia	6.600	23%	Alta	97	0,38
mionetto prosecco doc	6.600	50%	Media	55	0,16
lugana ca dei frati	4.400	0%	Alta	100	0,44
emidio pepe	4.400	0%	Alta	99	0,69
petrus vino	4.400	50%	Alta	86	0,66

vino rosato	4.400	0%	Alta	87	1,01
vini rosati	4.400	0%	Alta	87	1,01
vino rosè	4.400	0%	Alta	87	1,01
vini rosè	4.400	0%	Alta	87	1,01
rosato vino	4.400	0%	Alta	87	1,01
pepe emidio	4.400	0%	Alta	99	0,69
petra cantina	4.400	0%	Bassa	31	
petrus vini	4.400	50%	Alta	86	0,66
rosato vini	4.400	0%	Alta	87	1,01
rose vini	4.400	0%	Alta	87	1,01
tenuta sanguido	4.400	22%	Alta	76	1,23
vino rosati	4.400	0%	Alta	87	1,01
ca del bosco franciacorta	3.600	-19%	Alta	100	0,45
sassicaia vino	3.600	-18%	Alta	100	0,70
travaglini gattinara	3.600	0%	Alta	99	0,61
casa del giglio	3.600	-19%	Alta	82	0,20
franzhaas	3.600	0%	Alta	99	0,80
sassicaia vini	3.600	-18%	Alta	100	0,70
gaja barbaresco	2.900	-18%	Alta	100	0,62
vino sassicaia	2.900	21%	Alta	100	0,43
vino sassicaia prezzo	2.900	0%	Alta	68	0,46
baglio di pianetto	2.900	-21%	Alta	82	0,72
gaja vini	2.900	0%	Alta	100	0,49
gaja vino	2.900	0%	Alta	100	0,49
vino gaja	2.900	0%	Alta	100	0,49
sassicaia vino prezzo	2.900	0%	Alta	68	0,46
vini sassicaia	2.900	21%	Alta	100	0,43
prezzo vino sassicaia	2.900	0%	Alta	68	0,46
baglio pianetto	2.900	-21%	Alta	82	0,72
barbaresco di gaja	2.900	-18%	Alta	100	0,62
cantinatollo	2.900	-19%	Media	52	0,39
due palme cantina	2.900	-19%	Media	41	0,32
vini petrus	2.900	53%	Alta	83	0,45
vino sassicaia prezzi	2.900	0%	Alta	68	0,46
champagne dom perignon	2.400	24%	Alta	96	0,74
quintarelli amarone	2.400	0%	Alta	100	0,62
vino senza solfiti	2.400	86%	Alta	100	0,40
amarone quintarelli	2.400	0%	Alta	100	0,62
vini bianchi	2.400	0%	Media	57	0,52
frescobaldi vini	2.400	0%	Alta	100	0,42

antinori vini	2.400	-21%	Alta	100	0,58
vini antinori	2.400	-21%	Alta	100	0,58
castello del terriccio	2.400	-16%	Media	58	0,59
vino antinori	2.400	-21%	Alta	100	0,58
antinori vino	2.400	-21%	Alta	100	0,58
vino frescobaldi	2.400	0%	Alta	100	0,42
vini frescobaldi	2.400	0%	Alta	100	0,42
frescobaldi vino	2.400	0%	Alta	100	0,42
bianchi vini	2.400	0%	Media	57	0,52
amarone di quintarelli	2.400	0%	Alta	100	0,62
castello terriccio	2.400	-16%	Media	58	0,59
vini rosato	2.400	26%	Alta	83	1,28
san leonardo vino	1.900	-21%	Alta	100	0,48
capichera vino	1.900	23%	Alta	100	0,23
cantina san marzano	1.900	0%	Alta	88	0,20
vino san leonardo	1.900	-21%	Alta	100	0,48
vino capichera	1.900	23%	Alta	100	0,23
san leonardo vini	1.900	-21%	Alta	100	0,48
vini velenosi	1.900	-56%	Alta	100	0,61
ornellaia vini	1.900	-21%	Alta	100	0,54
capichera vini	1.900	23%	Alta	100	0,23
nanirizzi	1.900	-19%	Media	35	
sassicaia di bolgheri	1.900	50%	Alta	100	0,83
velenosi vino	1.900	-56%	Alta	100	0,61
vini capichera	1.900	23%	Alta	100	0,23
vini san leonardo	1.900	-21%	Alta	100	0,48
prosecco mionetto	1.600	46%	Media	60	0,18
giacomo conterno	1.600	-33%	Alta	89	1,01
krug prezzo	1.600	0%	Alta	93	0,28
vino petrus prezzo	1.600	23%	Alta	71	0,51
vino ca del bosco	1.600	0%	Alta	100	0,39
banfi vini	1.600	-16%	Alta	70	0,36
krug champagne prezzo	1.600	26%	Alta	87	0,30
champagne krug prezzo	1.600	26%	Alta	87	0,30
vini ca del bosco	1.600	0%	Alta	100	0,39
ca del bosco vino	1.600	0%	Alta	100	0,39
vini biodinamici	1.600	0%	Alta	70	0,30
petrus vino prezzo	1.600	23%	Alta	71	0,51
vini banfi	1.600	-16%	Alta	70	0,36
vino petrus prezzi	1.600	23%	Alta	71	0,51

prezzo krug	1.600	0%	Alta	93	0,28
vini spumanti	1.600	0%	Media	43	1,25
ca del bosco vini	1.600	0%	Alta	100	0,39
biodinamici vini	1.600	0%	Alta	70	0,30

L'analisi del volume di traffico mensile medio e dei relativi CPC per queste parole chiave evidenzia diverse strategie potenziali per i marketer nel settore del vino. Concentrarsi su parole chiave con un alto volume di traffico ma con un aumento significativo su base annua può essere una strategia efficace per catturare l'interesse in crescita. Allo stesso tempo, la gestione della competizione e l'ottimizzazione del CPC richiedono un'attenzione particolare, specialmente per le parole chiave ad alta competizione con costi per click elevati. Le aziende dovrebbero considerare di bilanciare le loro campagne pubblicitarie tra termini di ricerca ad alto volume e quelli di nicchia per massimizzare la visibilità e l'efficacia delle loro strategie digitali nel mercato vinicolo.

Strategie Efficaci

Le strategie che combinano storytelling autentico, esperienze utente personalizzate e l'utilizzo intelligente di dati e analytics per affinare il targeting si sono rivelate particolarmente efficaci. Le collaborazioni con influencer e le campagne multicanale continuano a essere elementi chiave per aumentare la visibilità e l'engagement.

Conclusioni e Raccomandazioni

Per mantenere e migliorare la visibilità in un mercato sempre più competitivo, le aziende vinicole e le enoteche online dovrebbero concentrarsi sull'innovazione continua delle loro strategie pubblicitarie. Investire in analisi di mercato approfondite, esplorare nuovi canali e formati pubblicitari, e personalizzare l'approccio al cliente si confermano come le strategie più promettenti per il futuro.

Chi siamo

RedMarketing è specializzata nel marketing digitale per le PMI che aspirano all'eccellenza. Si dedica a valorizzare l'unicità di ogni attività, tessendo strategie di marketing mirate, campagne pubblicitarie creative e una presenza online distintiva che cattura e fidelizza la clientela per ottenere risultati memorabili.

Per Info e contatti:

Ufficio Stampa info@redmarketing.it

www.redmarketing.it