

L'any 2019 l'Agència Catalana de Turisme encarrega un estudi amb el propòsit d'analitzar el nivell de visibilitat dels cellers de Catalunya dins dels principals portals de turisme a Internet, així com analitzar el nivell de satisfacció/prescripció dels visitants als cellers, amb alta segmentació per variables de demanda i d'oferta. Mostra: 2 portals analitzats, 332 cellers, 21.745 opinions disponibles (2007-2019) i 13.510 opinions analitzades (2017-2019).

MÒDUL VISIBILITAT

Presència

65%

Presència DISCRE-
TA dels cellers als
portals d'opinions
online

Gestió Presència

Reclamació de
la pròpia fitxa
als portals



Eliminació de fitxes
duplicades d'un ma-
teix celler

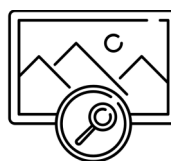


Contingut Informatiu



Freqüentment pre-
sència d'informació
incorrecta

Contingut Visual



Contingut visual
deficient

Gestió de Resposta



79%

Percentatge de les
opinions que que-
den sense resposta

Procés d'Informació



Gestió dels canals
digitals per adaptar-
se als hàbits dels
clients potencials

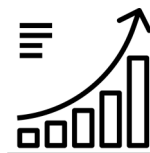
MÒDUL VALORACIÓ

1. Índex reputació online. IRON

9,16

Valoració sobre 10.
13.500 opinions de
més de 280 establi-
ments.

2. Valoració global de l'experiència



Elevada, tant en termes ab-
soluts com en relació a al-
tres sectors: allotjaments,
restaurants, cultura, natu-
ra...

3. Afiliats a la Marca Enoturisme



Valoració alineada però
destaquen per l'elevada
aportació en quant a volum
d'opinions (són el 7% i acu-
mulen el 30% d'opinions)

4. Volum d'opinions



Increment en el volum d'opinions
en els darrers dos anys, el que
suposa un elevat dinamisme en
la generació de noves opinions.

5. Període i segmentació geogràfica



Entre els mesos d'abril i maig
i agost - octubre s'acumula el
48% de volum d'opinions.

50% Costa Barcelona
9,2 IRON

-DO Cava i DO Penedès

6. Concentració de la reputació



- 10 Cellers acumulen 1 de
cada 4 opinions.

- El 73% dels establiments
són inestables, no arriben a
50 opinions entre 2017-2019.

7. Mercats emissors



Estrangers: IRON 9,38 pes
relatiu volum opinions 29%
Major valoració: EEUU: 9,64
Menor valoració: Alemanya
(8,99) i França (8,95)



Estatals: IRON 9,18
pes relatiu volum
opinions 71%

8. Tipologia de clients



IRON parella
9,37
Acumulen el
47% de les opi-
nions



IRON amics
9,32
Acumulen el
32% de les opi-
nions



IRON família
9,32
Acumulen el
47% de les
opinions

MÒDUL QUALITATIU

Síntesi qualitativa



La mostra de més de 2.000 opinions, ens indica una percepció molt positiva respecte a les visites als cellers, tant entre els usuaris locals, com de la resta del l'Estat o dels estrangers

Qualitatiu - Quantitatiu



La nota superior a 9 sobre 10 de l'IRON es correspon amb la percepció de superació d'expectatives relacionades amb paraules com descoberta i sorpresa.

Experiència global



Valoració elevada de l'experiència global de visita, de producte, de personal, d'entorn i de relat, comparada positivament amb d'altres territoris enoturístics internacionals visitats pels mateixos usuaris.

Varietat d'experiències potencials



Comentaris favorables tant pels cellers més petits i artesans, com pels grans productors internacionals, amb un nexe en comú: component "familiar" del celler, la seva història i la producció.

El personal



Menció específica a la transcendència del personal que atén al visitant, que es pot considerar com element rellevant tant de màxima satisfacció com d'insatisfacció.

Producte vitícola



Les DO són pràcticament invisibles amb molt poques mencions explícites a excepció de la DO Cava (+2.000 mencions), DO Priorat (+300) i DO Penedès (+200).