

Onderstaand een beknopte opgave van het cursusprogramma (8 middagen):

1. Introductieles: kennismaking van de deelnemers, doel van het programma, etc. Vervolgens een analyse van de belangrijkste produktielanden (cijfermatig) en ook de belangrijkste herkomstlanden voor de Nederlandse markt. Verder een opsomming van de spelers in de wijnbusiness: organisaties als INAO, CIVB, Consejo's, Consorzio's, Wines of Chile, California, e.d.; producenten, agenten, importeurs, groothandels, retailers, vakhandel, horeca, consumenten
2. Verdieping in productie/producenten (Hoe werken zij? Diverse ondernemingsvormen; Europa vs. Nieuwe Wereld; oogstrisiko's; wijngaarden ja/nee; (zelf) bottelen; export; duurzaamheid; keuzes maar ook beperkingen en uitdagingen waar producenten mee geconfronteerd worden)
3. Verdieping in inkoop en category management, vanuit het perspectief van de retailer, importeur, horeca. (wat verstaan we onder *professionele* inkoop? En hoe ga je om met cultuurverschillen? Tegen welke cultuurverschillen loop je zoal aan? En wat zijn de belangrijke aspecten van category management? Hoe worden schappenplannen gemaakt?)
4. Logistiek en finance (leadtimes; kwaliteitsmonitoring; incoterms; heffingen; allerlei praktische aspecten; diverse elementen tav calculaties)
Gast sprekers in deze les zijn medewerkers van logistieke bedrijven als JF Hillebrand Logistics en van Bouw Logistic Services.
5. Marketing en verkoop, vanuit het perspectief van de producent, importeur, retailer, horeca. (Wat is marketing eigenlijk? Hoe zet je het in? En wat maakt een verkoper een goede verkoper?)
6. Ontwikkeling van trends, social media, online. (Hoe maak je een online strategie? Wat zijn de mogelijkheden online? Wat is de impact van social media? Welke kansen zijn er? En: hoe komen trends tot stand? Welke trends zijn merkbaar? Hoe gaat 't met e-commerce? Welke ontwikkelingen zijn er te verwachten?)
Gast spreker in deze les is een medewerker van een (online) marketing bureau.
7. Les met onderwerp naar keuze van de deelnemers (i.o.m. de deelnemers te beslissen aan het einde van les 5.) Bijv.: thema packaging (met meenemen van succesvolle en slechte etiketten), of “merk”wijnen vs. appellatiewijnen, of: hoe wordt een schappenplan gemaakt?, of: verdieping in de internationale wijnhandel, of: rollenspel onderhandeling inkoper/verkoper oefenen , of:.....
8. Laatste les: paneldiscussie van de groep met een aantal vooraanstaande spelers in de Nederlandse wijnmarkt over hun rol, kansen/bedreigingen, trends, hun toekomstvisie.