# Le occasioni perse dell’enoturismo improvvisato

scritto da Lavinia Furlani | 3 Gennaio 2023



**Vogliamo che il nostro cliente si senta sempre il benvenuto?** Che porti con sé il ricordo di un’accoglienza perfetta, si tratti di un appuntamento preso da lungo tempo oppure di una visita non programmata?

**Tutto ciò ha un prezzo, che si paga con un’adeguata pianificazione.**
Le visite in azienda hanno un ruolo determinante nella percezione del nostro brand: non possiamo permetterci di lasciare nulla al caso. **L’improvvisazione non si traduce in spontaneità**, ma nel grandissimo rischio di sbavature, disguidi grandi o piccoli, e **necessità di correre ai ripari durante la visita**: si tratta di “bucce di banana” che non sfuggono mai al visitatore e che lasciano il cattivo sapore di un’esperienza non pienamente riuscita.

**L’improvvisazione, scriviamolo a chiare lettere, è nemica dell’enoturismo!** La buona intuizione è certamente il punto di partenza, ma non basta mai per raggiungere gli obiettivi che ci poniamo con l’enoturismo: valorizzare il nostro brand,

incrementare le vendite dirette, diffondere la qualità dei nostri vini.

**Realizzare un'accoglienza di successo richiede una pianificazione complessa che verte su diversi aspetti:**

- **Strutturale**: l'esperienza di visita impatta sulla struttura della nostra cantina; fare una riflessione logistica su questo aspetto ci permette di riorganizzare gli ambienti della cantina in funzione dell'esperienza che vogliamo offrire;
- **Organizzativo**: mappare le attività che vogliamo svolgere è determinante per valutare quante e quali risorse umane dovranno occuparsi delle visite;
- **Comunicativo**: dobbiamo rendere visibile e riconoscibile al pubblico la nostra proposta di accoglienza; fare accoglienza in modo poco visibile è intrinsecamente un controsenso.

Riflettere a sistema su tutti questi aspetti ci permette di **dare coerenza ai nostri propositi di accoglienza e contribuire a definire i nostri piani aziendali**. Ci aiuta a capire se la nostra struttura è realmente adeguata, e se è già adeguata per fare ciò che abbiamo in mente. Ci impone di riflettere sugli skill che abbiamo in azienda e ci induce, se necessario, ad attivarci per potenziarli, con nuove assunzioni, con corsi di formazione ed altro.

C'è soltanto un modo per far vivere in modo fluido una vera esperienza di immersione nella nostra realtà aziendale: **pianificarla bene.**

L'esperienza di visita, ad esempio, non ha sempre una **formula "quattro stagioni"**: in momento diversi dell'anno essa potrà essere arricchita da momenti diversi.
Pensiamo al periodo della vendemmia: nessun visitatore resta indenne dal fascino dello scarico delle uve nella pigiatrice. Ma far assistere i visitatori a questa delicata **fase del**

**nostro processo produttivo non può essere lasciato al caso.**

Visitare la cantina durante la fermentazione dà la possibilità ai nostri ospiti di vivere sensazioni intense: profumi, suoni, sensazioni uniche, che probabilmente ricorderanno a lungo: **ma cosa di tutto ciò vogliamo e possiamo far vivere concretamente ai nostri ospiti?** Poiché tutto ciò coinvolge i nostro processi di lavorazione, niente può essere casuale.
Il segreto è essere spontanei e trasmettere la sensazione che ciò a cui il visitatore sta assistendo è per certi versi unico e irripetibile. Ma per rendere possibile tutto ciò, c'è bisogno, in realtà, di un grande lavoro organizzativo. **Spontanei ma pronti.**
Questo è il segreto della buona riuscita di una esperienza in azienda.

E per passare dalle parole ai fatti, approccio che desideriamo caratterizzi sempre il nostro messaggio, abbiamo pensato di costruire un **nuovo percorso formativo, che ti aiuterà a organizzare al meglio la tua offerta enoturistica.**
Segui il nostro nuovo **campus Enoturismo, a partire da febbraio 2023.**

È l'occasione che cerchi per **costruire con successo la proposta di accoglienza che hai in mente, per renderla fluida e spontanea, senza lasciare nulla all'improvvisazione.**
Per maggiori informazioni, **clicca qui**!