

# L'arte dell'upselling nell'enoturismo: come attirare visitatori e alzare lo scontrino

scritto da Lavinia Furlani | 24 Febbraio 2025



*L'upselling nell'enoturismo è una strategia chiave per aumentare le vendite e fidelizzare i visitatori. Attraverso esperienze civetta a basso costo, le cantine possono attrarre più persone e proporre offerte più complete. Formazione del personale, supporti visivi e proposte mirate sono elementi fondamentali per trasformare una semplice visita in un'opportunità di business di successo.*

Per quanto l'enoturismo sia affascinante nella sua dimensione romantica di racconto del vino e dell'azienda, sappiamo bene che il fine ultimo resta sempre la vendita. Vendere

l'esperienza o vendere il vino direttamente al consumatore. Ogni visita in cantina rappresenta un'opportunità non solo per trasmettere la passione e la storia aziendale, ma anche per convertire i visitatori in clienti affezionati.

Una delle strategie più efficaci per potenziare un business enoturistico è l'**upselling**, ovvero la capacità di proporre ai visitatori qualcosa di più, aumentando il valore della loro esperienza e, di conseguenza, lo scontrino medio.

Un modo intelligente per applicare questa tecnica è l'uso delle cosiddette **esperienze civetta**, ovvero esperienze enoturistiche a basso costo, pensate per attirare il maggior numero possibile di visitatori in azienda. Queste esperienze, che richiedono un impegno minimo in termini di tempo e risorse, devono essere studiate per creare un ingresso facile e accessibile al mondo della cantina, stimolando la curiosità e l'interesse dei visitatori.

## Come strutturare un'esperienza civetta efficace?

L'obiettivo è rendere il più possibile accessibile l'entry level delle esperienze enoturistiche, calibrandolo sulla realtà aziendale. Alcuni esempi concreti possono essere:

- **Degustazione al banco:** due calici di vino da degustare in piedi, senza servizio aggiuntivo.
- **Mini degustazione:** assaggi di svariate etichette in piccole quantità, accompagnati da un semplici grissini.
- **Visita flash gratuita:** un rapido tour di 10-15 minuti della cantina, senza degustazione inclusa.

Si tratta di esperienze low budget, che non richiedono un grande investimento da parte dell'azienda, né in termini di prodotto né di tempo.

# L'importanza di una strategia ben strutturata

Il segreto del successo di questa tecnica sta nella **preparazione e nella comunicazione**. Non basta offrire un'esperienza civetta: bisogna avere un piano chiaro su come guidare i visitatori verso opzioni più complete e remunerative. Questo si traduce in:

- **Formazione del personale:** il team deve essere preparato per suggerire con naturalezza e competenza ulteriori esperienze, degustazioni più approfondite o l'acquisto di vino.
- **Supporti visivi e informativi:** cartelli, brochure, menu degustazione ben studiati devono essere sempre a disposizione per far comprendere ai visitatori le opportunità aggiuntive.
- **Proposte mirate e personalizzate:** chi sceglie una mini degustazione potrebbe essere incentivato a fare la visita completa con degustazione guidata; chi assaggia un calice al banco potrebbe essere stimolato ad acquistare una bottiglia o una cassa di vino.

Leggi anche: [Come rompere il ghiaccio con i visitatori al wine shop?](#)

## L'effetto leva sulle vendite

Il vantaggio di questa strategia è che, più persone entrano in azienda attraverso il "prodotto civetta", più si ha la possibilità di incrementare le vendite.

Immaginiamo un visitatore che entra in cantina attratto da una degustazione autonoma a 10 euro. Se l'azienda è preparata, questo visitatore può uscire con una cassa di vino o prenotare una degustazione completa e guidata.

L'upselling nell'enoturismo è un'opportunità per offrire ai visitatori esperienze sempre più coinvolgenti e memorabili, aumentando al contempo la sostenibilità economica delle attività enoturistiche.

Leggi anche: [Il trucco segreto per vendere più vino durante le visite enoturistiche](#)

---

## Punti chiave

- **Esperienze civetta:** Offerte economiche che attraggono visitatori e creano opportunità di **vendita**.
- **Strategia di upselling:** Proporre esperienze aggiuntive e prodotti per aumentare il **valore** dello scontrino.
- **Formazione del personale:** Essenziale per guidare i clienti verso acquisti più **consapevoli** e redditizi.
- **Supporti visivi:** Cartelli e brochure aiutano a presentare le **opzioni** e incentivare la scelta.
- **Effetto leva sulle vendite:** Più visitatori entrano in azienda, più aumentano le **possibilità** di conversione in acquisti.