

Cà Maiol: enoturismo e vendita sono due alleati vincenti!

scritto da Lavinia Furlani | 5 Luglio 2021



Arrivare a **Cà Maiol** in un caldo pomeriggio di fine giugno ti predispone già alle vacanze: se sbagli strada, dopo una rotonda ti trovi direttamente sul Lago di Garda.

Questa è la croce e la delizia che **Caterina Mataluna**, assieme al team accoglienza dell'azienda, deve saper gestire nell'impostazione del loro modello di Hospitality.

Qui infatti il vero protagonista per i turisti è il lago di Garda, e poi viene la parte wine. E questo va considerato perché significa che anche il target di visitatori è molto più eterogeneo che non in altre aziende italiane.

Come definire Caterina? Una venditrice nata prestata

all'hospitality.

Finalmente ho incontrato una hospitality manager che riesce a far convivere la capacità di accoglienza, di divulgazione, di degustazione tecnica del vino, con la sana vocazione alla vendita.

Caterina ama vendere, lo si percepisce in ogni sua parola e lo dichiara pure! È l'esempio vivente di come l'enoturismo possa non solo generare esperienze e comunicazione, ma anche vendite. Di prodotto, di emozioni, di idee.

Non mi riferisco infatti solo alla vendita di vino nel wine shop. Io sono uscita dalla visita con lei con una nuova idea sul Lugana. È o non è una vendita anche questa?

Mi ha colpito la sua spontanea predisposizione alla concretezza e alla immediatezza di relazione. Relazione che è agevolata se, come lei, riesci a parlare più lingue e a dialogare alla pari con qualsiasi cliente.

I suggerimenti e le idee di accoglienza che abbiamo colto da Cà Maiol :

- Non aver paura di vendere e di considerare l'enoturismo anche una forma di vendita.
- Parlare altre lingue e non solo l'inglese : si crea una relazione più autentica con il visitatore.
- Diversificare la presentazione dei vini non solo con un approccio tecnico, ma abbinando aneddoti personali, coinvolgimento, ritmo calzante.