

Il trucco segreto per vendere più vino durante le visite enoturistiche

scritto da Lavinia Furlani | 1 Luglio 2024



Il successo delle vendite di vino durante un'esperienza enoturistica non dipende solo dalla qualità del prodotto, ma anche dalla capacità di creare un legame personale con i visitatori. Uno dei trucchi più efficaci per aumentare le vendite è sorprendentemente semplice: **fare le domande giuste**.

Leggi anche: [La mia esperienza alla Loacker: un'ispirazione per l'enoturismo](#)

Chiedere per comprendere le preferenze del visitatore

Durante la visita in cantina, porre domande mirate aiuta a

comprendere meglio i gusti e le esigenze dei visitatori.

- **Chiedere “Che vino ti piace?”** permette di capire le preferenze personali, come la scelta tra vino bianco o rosso, o tra un vino acido e uno dolce.
- **Domandare “In che occasioni lo bevi?”** consente di suggerire il prodotto più adatto alle abitudini del visitatore.
- **Sapere se il vino viene acquistato per essere regalato** può orientare verso scelte con un packaging accattivante o una storia affascinante. Non dimenticate di ricordare ai visitatori se l’azienda offre la possibilità di creare pacchi regalo.

Leggi anche: [Il silenzio non è oro: il fattore comunicativo nel vino](#)

Sfruttare le informazioni raccolte sull’enoturista

Una volta avute le risposte da parte dell’enoturista, si può procedere con il secondo passo: **suggerire**. Questa fase inizia infatti ben prima dell’arrivo al wine shop e se fatta con criterio, può portare con successo alla vendita.

Ecco alcuni esempi di come sfruttare le informazioni raccolte:

- **“Questo vino è ottimo da regalare perché puoi raccontare la sua storia unica e fare un figurone”**. Questo suggerimento non solo valorizza il vino, ma fornisce anche al cliente una storia da condividere, rendendo il regalo più personale e significativo.
- Oppure, **“Questo vino è adatto a tutti i contesti: aperitivi, cene e festeggiamenti. Tienilo sempre in frigo e non ti farai mai trovare impreparato”**. In questo caso viene evidenziata la versatilità del vino,

rendendolo un acquisto pratico e utile per ogni occasione.

Grazie alle informazioni raccolte durante la visita e la degustazione e ai suggerimenti dati durante la degustazione, gli Hospitality Manager hanno molti più strumenti per passare al **processo di vendita al wine shop**.

Questo approccio personalizzato non solo aumenta le probabilità di vendita, ma rende l'esperienza di acquisto più piacevole e gratificante per il visitatore.

Ricordiamoci che vendere più vino durante le visite enoturistiche è un'arte che combina la conoscenza del prodotto con una comprensione empatica dei desideri del cliente.