

Cosa cercano i tour operator? Guida per far scegliere la tua azienda enoturistica

scritto da Lavinia Furlani | 25 Novembre 2024



Attirare i tour operator richiede più che ottimo vino: le cantine devono offrire accesso agevole, flessibilità di ospitalità, pacchetti chiari e comunicazione professionale. Questo articolo guida le aziende enoturistiche a diventare destinazioni ideali, puntando su esperienze autentiche, trasparenza nei prezzi e una logistica ben strutturata per attrarre l'attenzione degli operatori turistici.

Quando un tour operator valuta una partnership con una cantina, spesso lo fa con un approccio molto pragmatico. Sorprendentemente, la qualità del vino, che agli occhi della cantina potrebbe rappresentare l'aspetto chiave, **non è la priorità** per un tour operator. In fondo, il suo obiettivo è

vendere pacchetti turistici che attraggano il maggior numero di visitatori, e la tua cantina deve essere una meta accattivante che renda l'esperienza agevole e memorabile.

Per posizionarsi come una meta di riferimento per i tour operator, la cantina deve quindi rispondere ad alcune esigenze strategiche. Vediamo insieme le principali caratteristiche che possono fare la differenza e rendere la tua azienda enoturistica una scelta irrinunciabile per i tour operator.

1. Logistica accessibile e vicinanza a punti di interesse

I tour operator cercano cantine che siano facilmente raggiungibili per i loro clienti, idealmente vicine a snodi di trasporto come aeroporti, stazioni ferroviarie, o altri punti turistici significativi. Un facile accesso non solo agevola l'organizzazione del viaggio, ma permette anche di combinare la tua cantina con altre attrazioni regionali, creando un itinerario più ricco e attraente per i turisti.

2. Capacità di ospitare gruppi con flessibilità

Un altro punto cruciale per i tour operator è la **capacità della cantina di accogliere gruppi**. Questo non significa necessariamente grandi numeri, ma piuttosto una certa flessibilità. Idealmente, il tour operator vorrebbe poter portare sia piccoli gruppi che comitive numerose senza troppe limitazioni.

3. Tariffe e pacchetti chiari e strutturati

Per un tour operator, **avere un listino prezzi chiaro e pacchetti già preimpostati** è fondamentale. Anche se la tua cantina offre esperienze personalizzate, è importante mettere a disposizione opzioni standard e prezzi dettagliati, che permettano al tour operator di costruire facilmente il pacchetto e promuoverlo con sicurezza.

4. Esperienze autentiche e coinvolgenti

I tour operator sanno che i turisti cercano autenticità e storie uniche. Le cantine che **offrono esperienze originali e ben raccontate** sono sicuramente più attraenti. Questo significa, ad esempio, includere nella visita un incontro con i produttori, la possibilità di camminare tra i filari, degustazioni guidate e altre attività che coinvolgano attivamente i visitatori.

5. Comunicazione chiara e collaborazione professionale

Infine, una **comunicazione fluida e chiara** è essenziale. I tour operator preferiscono collaborare con cantine che siano professionali nel rispondere, nel proporre soluzioni concrete e nell'offrire informazioni aggiornate. Essere puntuali e flessibili, e presentare un'immagine professionale fin dall'inizio è un punto di partenza fondamentale per costruire una relazione di fiducia e, di conseguenza, una collaborazione di successo.

Per attirare l'attenzione di un tour operator non basta offrire un buon prodotto: **la vera differenza è nella capacità di organizzare e strutturare l'offerta in modo chiaro, accessibile e flessibile**. Se la tua cantina può offrire queste caratteristiche, hai una carta vincente per diventare una delle destinazioni di riferimento nel turismo del vino.

Key Point

1. Accessibilità logistica e vicinanza ad attrazioni turistiche valorizzano l'appeal della cantina.
2. Offrire flessibilità nell'ospitalità di gruppi è essenziale per collaborare con tour operator.

3. Tariffe trasparenti e pacchetti chiari semplificano la promozione per i tour operator.
4. Esperienze autentiche migliorano l'interesse dei tour operator verso la cantina.
5. Comunicazione fluida e approccio professionale costruiscono una relazione di fiducia.