

Come aumentare il valore dello scontrino medio in cantina: strategie pratiche per l'enoturismo

scritto da Lavinia Furlani | 20 Ottobre 2025



L'enoturismo moderno richiede strategie mirate per massimizzare il valore di ogni visitatore. Attraverso esperienze premium personalizzate, tecniche di upselling efficaci, wine club e storytelling autentico, le cantine possono aumentare significativamente lo scontrino medio e la fidelizzazione della clientela.

Non basta più attirare visitatori, serve

massimizzare il valore di ogni esperienza.

A dimostrarlo ci sono i dati: il settore ha registrato un incremento medio della spesa del turista del **+19%**, segnale che i consumatori sono disposti a investire di più quando percepiscono qualità, unicità e coinvolgimento. In altre parole, l'esperienza vissuta in cantina diventa il principale driver per alzare lo scontrino medio e consolidare i ricavi.

Esperienze premium e personalizzate

Il primo passo per aumentare il valore della spesa media è differenziare l'offerta. Una degustazione standard oggi non basta più: il visitatore cerca esclusività, contenuti emozionali e la possibilità di vivere momenti memorabili.

- **Degustazioni verticali**, riservate a un numero limitato di ospiti, permettono di valorizzare le annate storiche e giustificare un prezzo premium.
- **L'abbinamento con prodotti locali**, dall'olio extravergine ai formaggi tipici, arricchisce il racconto e moltiplica le occasioni di vendita.
- **I pacchetti esperienziali** (visite in vigneto al tramonto, incontri con l'enologo, workshop sul blending) trasformano la semplice visita in un percorso esclusivo, in grado di elevare percezione e spesa.

Strategie di vendita e fidelizzazione

La qualità dell'esperienza deve essere accompagnata da **tecniche di vendita efficaci**.

- Il **cross-selling** e l'**upselling** sono strumenti essenziali: proporre formati speciali, confezioni regalo o annate particolari al termine della visita aumenta lo

scontrino medio senza risultare forzato.

- Creare un **wine club** o una **membership** consente non solo di stimolare acquisti ricorrenti, ma anche di instaurare un legame emotivo e duraturo con l'ospite. Chi entra a far parte di una community è disposto a spendere di più perché sente di appartenere a un progetto.

Digitalizzazione e storytelling

Oggi il digitale è un alleato imprescindibile. Un **sistema di prenotazione online ben strutturato** permette di proporre facilmente pacchetti premium e favorisce il pagamento anticipato, riducendo la dispersione. L'e-commerce, se integrato con l'esperienza in cantina, offre continuità d'acquisto anche dopo la visita, consolidando la spesa media nel tempo.

Ma non c'è tecnologia che tenga senza una narrazione forte. Lo **storytelling autentico del brand** – la storia familiare, la filosofia produttiva, i valori legati al territorio – diventa la chiave per giustificare prezzi più elevati. Raccontare il "perché" dietro a una bottiglia trasforma il vino da prodotto a esperienza culturale e identitaria.

Aumentare lo scontrino medio in cantina non è questione di alzare i prezzi, ma di **creare valore reale e percepito per l'ospite**. Esperienze premium, strategie di vendita mirate, strumenti digitali e un racconto coerente rappresentano i pilastri per costruire un modello enoturistico sostenibile e profittevole.

Il consiglio finale è semplice: **osservate i vostri dati, testate soluzioni diverse, ascoltate i feedback dei visitatori**. Solo così ogni cantina potrà trovare la formula più adatta per trasformare una visita in un investimento emozionale ed economico, capace di lasciare traccia nella memoria... e nello scontrino.

Il corso [WTH Academy: dalla cantina al mercato](#) è disponibile:
[Clicca qui!](#)

Punti chiave

1. **Esperienze premium** personalizzate aumentano percezione del valore e giustificano prezzi più alti.
2. **Cross-selling e upselling** trasformano visite semplici in opportunità di vendita multiple.
3. **Wine club** e membership creano fidelizzazione duratura e acquisti ricorrenti nel tempo.
4. **Storytelling autentico** del brand trasforma il vino da prodotto a esperienza culturale.
5. **Digitalizzazione integrata** facilita prenotazioni premium e continuità d'acquisto post-visita.