

# Come alzare lo scontrino medio delle visite nella tua cantina

scritto da Lavinia Furlani | 2 Giugno 2025



*Aumentare lo scontrino medio in cantina è possibile con piccoli accorgimenti che migliorano l'esperienza del visitatore. Proporre upgrade, vendere prodotti esclusivi e progettare con cura il wine shop sono strategie chiave per convertire ogni visita in un'occasione di vendita concreta, senza sacrificare l'ospitalità né la qualità del racconto.*

Vendere di più non vuol dire diventare insistenti. Non vuol dire trasformare la cantina in un supermercato, né rovinare la poesia dell'ospitalità. Vuol dire **riconoscere il valore dell'esperienza che offriamo** e avere il coraggio (e il buon senso) di proporla nel modo giusto. Perché chi viene da te vuole anche comprare. Solo che, spesso, non glielo stai

rendendo facile.

## Piccoli upgrade, grandi risultati

Il primo passo? **Proponi sempre una versione potenziata dell'esperienza.** Hai una degustazione base a 30 euro? Bene, crea una versione “plus” a 35 euro con un calice extra, una bruschetta, un’annata diversa. Non serve scriverlo online: **proponilo durante la visita, come una sorpresa.** Funziona esattamente come l’offerta della spremuta all’Autogrill: su 10, 6 te la prenderanno.

E se offri del cibo? **Fai in modo che un tagliere extra sia una scelta consapevole e dichiarata,** non un favore improvvisato. Lo vendi, non lo regali. La differenza tra un favore e un servizio sta nel farlo diventare parte dell’esperienza.

## Vendi qualcosa che si può comprare solo da te

Il potere dell’esclusività è immenso. Se hai una bottiglia o una confezione acquistabile **solo in cantina**, stai già creando un motivo fortissimo per l’acquisto. Proprio come la maglietta della Apple venduta solo a Cupertino. **Le persone vogliono portarsi a casa qualcosa che dica: “Io c’ero”.**

E se quella bottiglia è anche pensata per essere regalata, tanto meglio. Ma serve una confezione bella, una brochure stampata, un tocco visivo e narrativo. **La forma, oggi, conta quanto la sostanza.**

## Il wine shop va pensato (sul serio)

Ogni angolo del tuo wine shop dovrebbe essere progettato. **Come un negozio di design, come l’uscita di un museo.** Cosa metti in vista? Qual è il vino che vuoi spingere? Le promozioni sono chiare? I prezzi sono leggibili? La gente non deve chiedere “quanto costa”. Deve già sapere, altrimenti perde entusiasmo.

E ricorda: **non vendi nel wine shop. Vendi prima.** Durante la visita, durante la degustazione, in ogni parola. Il wine shop è solo il punto in cui il “sì” diventa gesto.

## Vuoi imparare a vendere sul serio?

Se vuoi allenarti e imparare nuove strategie per trasformare ogni visita in un'occasione concreta di vendita, **partecipa ai corsi di Wine Tourism Hub**. Li trovi qui: [www.winepeople-network.com/categoria-prodotto/corsi/](http://www.winepeople-network.com/categoria-prodotto/corsi/) – e scoprirai che vendere può diventare la parte più bella del tuo lavoro.

### Hai perso il corso sulla vendita diretta?

Nessun problema: puoi acquistare la registrazione e guardarla quando vuoi, ovunque tu sia.

[Clicca qui!](#)

---

## Punti chiave

- **Proponi sempre upgrade** dell'esperienza con offerte “plus” per aumentare il valore percepito.
- **Offri esclusività** con prodotti acquistabili solo in cantina, creando motivi forti per comprare.
- **Valorizza il wine shop** come spazio progettato, chiaro e coinvolgente, non solo un punto vendita.
- **Integra la vendita** durante la visita, con attenzione a ogni dettaglio e parola detta.
- **Trasforma ogni visita** in un'opportunità di vendita senza essere invadente o rovinare l'ospitalità.