

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/ – 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.

[**Clizza 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.