

Eventi in cantina: stai offrendo qualcosa di memorabile o stai solo riempiendo la tua agenda?

scritto da Lavinia Furlani | 9 Settembre 2024



Gli eventi in cantina rappresentano un'opportunità d'oro per le aziende vitivinicole di distinguersi e lasciare un'impronta indelebile nella mente dei visitatori. Ma siamo sicuri che tutte le cantine stiano sfruttando al meglio questa occasione? La verità è che **molti eventi sembrano più un riempitivo di calendario che un'esperienza memorabile.**

Quante volte le aziende organizzano eventi senza una vera strategia, basandosi su ciò che fanno gli altri, senza personalizzare l'esperienza in modo autentico? Si dà così tanta importanza all'aggiungere una data in più al proprio

calendario, che ci si dimentica l'essenza: **creare qualcosa che gli ospiti ricorderanno**, che li farà parlare dell'azienda e che li porterà a tornare.

Organizzare un evento in cantina non è solo questione di logistica, sebbene questa sia fondamentale. Si tratta di raccontare una storia, di immergere i partecipanti in un'esperienza che rispecchi l'anima della tua azienda. Ed è qui che spesso molte cantine inciampano.

Troppe aziende si accontentano di fare "il minimo indispensabile", trascurando quei dettagli che fanno la differenza. Un esempio? La comunicazione. Organizzare un evento eccezionale non serve a nulla se nessuno lo sa. Spesso, agli eventi del mondo del vino, capita di rivedere **sempre gli stessi volti, quelli degli "addetti ai lavori"** che si muovono in un circuito chiuso. Ma è qui che risiede il grande errore: limitarsi a comunicare solo a chi già conosce e frequenta il mondo del vino, ignorando la possibilità di attrarre nuove persone, curiose e desiderose di avvicinarsi a questo affascinante universo.

Inoltre, quante volte si sottovalutano i vicini di casa? Chi, se non chi vive nei pressi della cantina, può diventare il miglior ambasciatore del brand? Coinvolgere la comunità locale non è solo una strategia intelligente, ma un vero e proprio atto di valorizzazione del territorio. Organizzare eventi in collaborazione con loro, invitarli a degustazioni esclusive o semplicemente renderli partecipi delle novità in cantina, significa creare un legame forte e duraturo. **Quando i tuoi vicini parlano di te, lo fanno con il cuore**, e la loro voce ha un impatto molto più profondo e credibile su potenziali visitatori rispetto a qualsiasi altra forma di pubblicità.

E allora, la vera provocazione è: vuoi davvero continuare a organizzare eventi mediocri solo per dire di averli fatti? O vuoi iniziare a concepire ogni singolo evento come **un'opportunità per fidelizzare, sorprendere e, soprattutto,**

per differenziarti dalla massa? Perché, alla fine, se non offri qualcosa di straordinario, possiamo essere certi che lo farà qualcun altro.

E tu, sei pronto a trasformare i tuoi eventi in esperienze indimenticabili o continuerai a riempire la tua agenda di appuntamenti vuoti? Nel nostro corso WTH Academy Advanced affrontiamo questa tematica.

[Clicca qui!](#)