

Enoturismo intelligente: quality over quantity

scritto da Lavinia Furlani | 8 Luglio 2024



Nel mondo dell'enoturismo, una delle domande più ricorrenti è:
“Come possiamo aumentare il numero di visitatori?”

Ma sei proprio sicuro che il tuo principale obiettivo debba essere quello di attirare più persone? O forse è più opportuno prima estrarre il massimo potenziale dai visitatori attuali?

Recentemente, abbiamo condotto una consulenza per una cantina che ci ha chiesto aiuto per intercettare un maggior numero di visitatori. Tuttavia, analizzando i numeri e i dettagli operativi, ci siamo resi conto che **il problema era a monte**. Più che un problema, era una mancanza di lavoro adeguato su ciò che già esisteva. Prima di pensare ad ampliare – che significa aumentare costi, personale, tempo ecc. – è cruciale domandarsi: **sto ottenendo il massimo da chi già viene?**

Ottimizzare le risorse attuali

Ecco alcune domande chiave che ogni cantina dovrebbe porsi:

1. **Traccia delle Email:** riesco a tenere traccia di tutte i contatti delle persone che visitano la mia azienda e non solo di chi ha fatto la prenotazione?
2. **Relazioni post-vendita:** coltivo queste relazioni con newsletter, iniziative dedicate o contatti nel tempo?
3. **Valore del cliente:** sono soddisfatto dello scontrino medio o potrei attuare piccoli cambiamenti per incrementarlo?
4. **Recensioni:** chiedo ai visitatori di lasciare recensioni?
5. **Passaparola:** incentivo il fatto che raccontino ad altre persone l'esperienza ?
6. **Valori aziendali:** mi assicuro che abbiano ben compreso i valori della mia azienda e che siano rimasti soddisfatti?
7. **Up-Selling e Cross-Selling:** ho pensato a opportunità di up-selling o cross-selling, come un calice extra, un gadget a pagamento o l'incentivo con una promo particolare?

La qualità sopra la quantità

Spesso siamo proiettati su ciò che non abbiamo, trascurando di ottimizzare tutto quello che già c'è. Non servono tanti visitatori per creare business in una cantina; serve il giusto numero di persone che lascino il segno e che siano gestite come perle rare. Il rischio è di trasformarsi in macchine turistiche, trascurando le cose importanti che, a lungo andare, fanno la differenza nel business plan.

Riconsiderare il proprio approccio all'enoturismo può portare a grandi benefici. Prima di investire risorse per attrarre nuovi visitatori, assicurati di ottenere il massimo da quelli che già visitano la tua cantina. In questo modo, non solo

potrai migliorare la tua efficienza operativa, ma creerai anche un'esperienza più gratificante e memorabile per i tuoi ospiti, che a loro volta saranno i tuoi migliori ambasciatori.

Ottimizzare l'attuale base di visitatori può essere la chiave per un successo sostenibile e duraturo nel mondo dell'enoturismo.