Come rompere il ghiaccio con i visitatori al wine shop?

scritto da Redazione Wine Meridian | 24 Giugno 2024



Senza ombra di dubbio, la fase della vendita del vino al termine di una visita è lo **step più delicato** per gli hospitality manager. Infatti, per chi non è un venditore esperto, il tema “denaro” è spesso la danger zone da evitare il più a lungo possibile.

Ecco alcune delle azioni che puoi adottare fin da subito:

- Finita la degustazione, permetti ai visitatori di terminare l’assaggio di vino **da soli** e avvisali che li aspetterai al wine shop. Avranno così modo di rilassarsi, confrontarsi e arrivare in autonomia;
- **Indica i prezzi** già nelle schede di presentazione dei

vini: in questo modo permetterai all'enoturista di arrivare al wine shop con le idee chiare;
- Durante la degustazione, specifica fin da subito se offri l'opportunità di **degustare** dei calici extra ed indica il loro costo;
- Rendi **ben visibili** vini e prezzi nel wine shop; evita al visitatore l'imbarazzo di dover chiedere.

Leggi anche: L'enoturismo non è solo visite in cantina: il potenziale delle vendite dirette

Tutti questi sforzi sono però inutili se il tuo wine shop non dispone degli **strumenti di pagamento** essenziali: il pos e la possibilità di ricevere il resto sono dei requisiti fondamentali per ogni tipo di negozio!

Ti servono altri consigli utili per vendere più vino o attirare più enoturisti? Iscriviti al **corso di formazione per Hospitality Manager**: WTH Academy è il percorso di formazione che spiega come attirare visitatori, vendere vino e fidelizzare.

Per maggiori informazioni scrivi a formazione@winemeridian.com