

# Il potere del cliente fantasma nell'enoturismo

scritto da Lavinia Furlani | 20 Maggio 2024



Nell'evoluzione dell'enoturismo, il **cliente fantasma** si sta rivelando uno strumento di inestimabile valore. Nei contesti delle nostre consulenze in azienda, abbiamo scoperto quanto sia cruciale osservare l'interazione reale tra ospiti e staff per comprendere veramente l'efficacia dell'accoglienza offerta.

Questo metodo non punta a criticare, ma piuttosto a fornire un **feedback costruttivo** che catalizzi la crescita e l'ottimizzazione dei punti di forza.

Leggi anche: [Imprenditori dell'enoturismo: per il successo servono idee chiare](#)

Tramite le ultime *ghost experiences* condotte in diverse cantine, abbiamo identificato due nodi cruciali che, se non

affrontati, possono rappresentare delle vere e proprie **barriere** all'eccellenza.

1. Il primo problema risiede nella **capacità di ascolto**: troppi addetti alle vendite mancano di quella sensibilità necessaria per cogliere i bisogni non espressi dei visitatori, limitandosi a seguire uno script predeterminato senza realmente "sentire" l'ospite. Questo comportamento rischia di trasformare una visita potenzialmente memorabile in un'esperienza piatta e impersonale.

- Il secondo punto critico emerge nel momento più delicato del percorso enoturistico: la chiusura della vendita. Nonostante un'accoglienza impeccabile e una gestione dell'esperienza pressoché perfetta, alcuni hospitality manager manifestano una certa **riluttanza nel finalizzare la vendita**, perdendo di efficacia proprio nel momento cruciale. Il passaggio nel wine shop diventa così un tasto dolente che può inficiare tutto il lavoro svolto precedentemente.

Con questo in mente, è chiaro che l'approccio del cliente fantasma non sia semplicemente un esercizio di valutazione, ma un vero e proprio **strumento di trasformazione** strategica. Ogni feedback raccolto si trasforma in un'opportunità di miglioramento, suggerendo modifiche pratiche e approcci innovativi che possono realmente fare la differenza.

Leggi anche: [Divertimento prima di tutto: i giovani riscrivono le regole della comunicazione del vino e dell'enoturismo](#)

Nelle prossime puntate del nostro focus sull'enoturismo, porteremo alla luce i **dietro le quinte** di alcune di queste visite ghost. Restate con noi per scoprire come anche il più invisibile degli ospiti possa lasciare il segno più profondo.

Per maggiori informazioni, scrivi a [redazione@winemeridian.com](mailto:redazione@winemeridian.com)