

McLaren Vale: Una lezione australiana per il futuro delle vendite dirette in Italia

scritto da Lavinia Furlani | 8 Gennaio 2025



Nella McLaren Vale, celebre regione vinicola australiana, le vendite dirette rappresentano l'80% del fatturato grazie a un approccio focalizzato sul benessere degli ospiti. Le cantine italiane possono trarre ispirazione da questa strategia che valorizza l'esperienza più della tecnica, integrando momenti di piacere e convivialità per incentivare la fidelizzazione e l'acquisto.

In un recente viaggio nella McLaren Vale, celebre regione vinicola australiana, abbiamo scoperto un approccio innovativo e sorprendentemente efficace per incrementare le vendite

dirette al consumatore (DTC). Qui, il fatturato delle cantine derivante dal *cellar door* supera l'80%, una percentuale impensabile per la maggior parte delle aziende italiane. La lezione appresa? È ora di cambiare mentalità e mettere al centro non il prodotto, ma l'esperienza e il benessere degli ospiti.

La prima sorpresa è stata notare che in molte cantine non ci è stato permesso visitare vigneti o luoghi di produzione. L'attenzione non era rivolta alle spiegazioni tecniche, ma all'esperienza che il visitatore viveva sul posto: **momenti di piacere, convivialità e relax**. Solo in un caso abbiamo visitato la cantina, dove però ogni dettaglio era studiato per massimizzare le vendite. Tra i fermentini, tutto era predisposto: listini prezzi, iscrizioni al wine club e degustazioni. Era evidente che ogni occasione fosse buona per vendere vino, senza mai trascurare il benessere degli ospiti.

Un produttore della McLaren Vale ci ha spiegato la filosofia dietro a questo approccio: "Quando stai bene e sei felice, **compri più volentieri**. Il nostro obiettivo è far star bene gli ospiti; il resto viene da sé. Se si sentono a loro agio, ti percepiscono come un amico e acquistano il tuo vino per continuare a rivivere quell'emozione a casa."

Questo approccio mette in discussione il tradizionale modello italiano, spesso focalizzato sulla tecnica e sul prodotto. Le cantine australiane insegnano che la vendita non è solo un momento commerciale, ma un'esperienza che deve essere costruita con cura e passione. **Vendere non è un'azione "sconveniente", ma un'attività nobile se fatta con il giusto metodo**, interpretando e soddisfacendo i bisogni emotivi delle persone.

Lezioni per le cantine italiane:

1. **Puntare sul benessere degli ospiti:** Il divertimento, la

leggerezza e la convivialità rendono l'esperienza memorabile e incentivano le vendite.

2. **Integrare il leisure nella proposta:** I visitatori cercano momenti di piacere, non solo dettagli tecnici.
3. **Adottare una mentalità orientata alla vendita:** Ogni occasione può essere sfruttata per fidelizzare i clienti, ad esempio con wine club e promozioni mirate.

Per l'Italia, aumentare la percentuale di vendita diretta richiede un cambio di paradigma, specialmente per le piccole e medie aziende. Non si tratta solo di migliorare la qualità del vino, ma di offrire un'esperienza che coinvolga, emozioni e crei un legame duraturo con i clienti. La McLaren Vale ci insegna che quando le persone stanno bene, acquistano con entusiasmo e tornano per vivere quell'emozione ancora una volta.

Punti chiave

1. L'80% del fatturato delle cantine della McLaren Vale proviene da vendite dirette.
2. L'esperienza e il benessere degli ospiti superano la tecnica nella priorità aziendale.
3. L'approccio australiano incoraggia un rapporto emozionale con il cliente.
4. Le cantine italiane possono migliorare puntando sul leisure e wine club.
5. Vendere con passione significa creare esperienze memorabili e fidelizzanti.