

Vendere la tua esperienza enoturistica ai tour operator: come far decollare la tua cantina con partnership strategiche

scritto da Lavinia Furlani | 11 Novembre 2024



Le partnership strategiche con tour operator aprono alle cantine un mondo di opportunità, facilitando l'accesso a nuovi mercati, un pubblico diversificato e collaborazioni flessibili. Questo articolo esplora come strutturare una collaborazione vincente, dall'ospitalità per i product manager fino alla partecipazione a fiere, ottimizzando così il valore e l'attrattività dell'esperienza enoturistica.

Il turismo del vino è in crescita, e con esso le opportunità

per le cantine di diventare vere e proprie destinazioni turistiche. Tuttavia, per emergere in un mercato competitivo, non basta più affidarsi ai canali tradizionali.

Una strada concreta e strategica per attirare un flusso costante e diversificato di visitatori è quella di collaborare con i tour operator. Ma perché rivolgersi ad un tour operator? E, soprattutto, come costruire un dialogo efficace con i tour operator, evitando errori comuni?

Perché scegliere i tour operator per il tuo business enoturistico?

Collaborare con tour operator offre vantaggi significativi, soprattutto per le cantine che desiderano ampliare il proprio pubblico e raggiungere un'audience internazionale. Infatti, rivolgersi ai tour operator porta a:

- 1. Espandere il pubblico:** i tour operator attraggono non solo appassionati di vino, ma anche turisti generici, offrendo alla cantina un'opportunità unica di farsi conoscere da chi non è necessariamente un wine lover.
- 2. Accedere a un mercato internazionale:** una nostra indagine ha rilevato che oltre il 77% dei turisti che visitano le cantine tramite tour operator sono stranieri. In altre parole, lavorare con questi professionisti consente di intercettare una clientela che, altrimenti, sarebbe difficile raggiungere autonomamente.
- 3. Targetizzazione precisa:** grazie ai tour operator, la tua cantina può offrire esperienze mirate e "su misura" per segmenti specifici come il lusso, lo sport o il wellness, con una proposta che arriva al giusto pubblico attraverso i canali appropriati.

Come catturare l'attenzione dei tour operator

La collaborazione con i tour operator richiede un approccio proattivo e ben mirato. Essere visibili e credibili nel mondo del travel è fondamentale per ottenere l'interesse dei professionisti del settore. Ecco alcune strategie per avvicinarli:

- **Ospita i product manager:** invitare i product manager dei tour operator direttamente in cantina è un passo efficace per mostrare l'esperienza enoturistica "dal vivo". Considera di ospitarli durante la bassa stagione, quando possono dedicare tempo e attenzione alle peculiarità della tua proposta.
- **Partecipa a fiere di settore:** anche il mondo travel, come quello del vino, ha le sue fiere, che vanno da eventi di massa a incontri di nicchia. Queste occasioni permettono agli hospitality manager delle cantine di osservare le dinamiche del settore turistico e creare relazioni dirette con gli operatori. Puntare su fiere mirate, dove la domanda enoturistica è forte, può essere un acceleratore per instaurare collaborazioni di valore.

Superare i timori legati ai costi

Un ostacolo comune che scoraggia le cantine dal rivolgersi ai tour operator è la percezione dei costi di servizio e delle provvigioni. Ma è davvero così oneroso? Da un'indagine di Wine Meridian sugli operatori turistici emerge che oltre il 50% dei tour operator offre modelli di collaborazione flessibili, basati su provvigioni sui pacchetti venduti. Questo significa che, a fronte di una buona programmazione, i costi possono essere modulati, adattandosi alle esigenze della cantina.

Collaborare con i tour operator non è soltanto una questione

di numeri, ma una scelta strategica che richiede una visione aperta e di lungo periodo. Aprire le porte della tua cantina ai professionisti del turismo ti permette di diversificare il pubblico, accedere a mercati nuovi e dare un valore aggiunto all'esperienza che proponi.

Key Point

1. Collaborare con tour operator espande il pubblico della cantina, attirando turisti oltre ai wine lover.
2. I tour operator offrono accesso ai mercati internazionali, portando visitatori difficili da raggiungere autonomamente.
3. Offrire esperienze enoturistiche mirate a target specifici aumenta il valore dell'offerta della cantina.
4. Invitare i product manager e partecipare a fiere del settore travel facilita le collaborazioni strategiche.
5. Modelli di collaborazione flessibili e basati su provvigioni aiutano a contenere i costi operativi.