

# Tutti venditori, nessuno escluso. Ecco perché la vendita in cantina è una responsabilità collettiva

scritto da Lavinia Furlani | 28 Luglio 2025



*La vendita in cantina non è solo appannaggio del commerciale, ma una responsabilità collettiva che coinvolge tutte le figure aziendali. Il successo nasce dalla capacità di costruire fiducia, ascoltare il cliente e creare valore. Vendere è un processo che richiede entusiasmo, empatia e consapevolezza in ogni fase del contatto con il visitatore.*

Che tu sia un enologo, un'accogliente guida in cantina, una figura commerciale o il titolare stesso, ti do una notizia: **anche tu sei un venditore**. Puoi non avere un contratto da commerciale, puoi odiare l'idea di "fare il venditore". Ma

ogni volta che racconti il tuo vino, ogni volta che scegli un taglio tecnico in cantina pensando al consumatore finale, stai facendo vendita. Punto.

E non serve aver fatto corsi di tecniche di persuasione o aver letto manuali americani. La verità è che **siamo nati tutti venditori**. I migliori del mondo? I bambini. Provate a dirgli “no” quando vogliono un gelato. Capiscono i tempi, ti leggono negli occhi, sanno insistere senza mollare. E riescono a ottenere un “sì” con un’arte che abbiamo solo dimenticato. Ma possiamo recuperare.

### **Vendere non è solo chiudere. È costruire fiducia.**

Vendere è un processo. Non è urlare “compra!” dal bancone del wine shop. È creare una relazione. È sapere ascoltare. È avere ben chiaro in testa che il tuo obiettivo è ottenere un “sì”, ma senza mai farlo pesare. Chi arriva in cantina non vuole sentirsi con la carta di credito puntata alla tempia.

Qui entra in gioco la consapevolezza: **ogni fase del contatto con il cliente è una micro-vendita**. Si parte con l’approccio, poi si indaga, si stimola, si propone, si risolvono dubbi e infine – se hai fatto bene i compiti – chiudi. Ma occhio: saltare le fasi è come voler ballare senza musica. Stona.

### **Il vino si vende quando si crea valore**

Il vero venditore non impone. **Crea valore**. Fa in modo che il cliente si fidi, che si senta ascoltato, che si riconosca in quello che gli stai offrendo. Perché, diciamocelo: non si compra da chi è più bravo a parlare, si compra da chi ci piace. Da chi ci ispira fiducia. Ecco perché l’ascolto è una competenza strategica. Non è passivo. È il primo passo per capire chi hai davanti, adattare il tuo stile e creare una connessione.

E se ti senti poco bravo in una fase della vendita, va benissimo. Nessuno è perfetto in tutto. **Ma se conosci i tuoi**

**punti forti, puoi farli brillare.** E su quelli deboli, si lavora. Come nel jazz: prima impari la teoria, poi improvvisi.

### **Vendere con il sorriso. Non perché devi, ma perché puoi**

Se sei demotivato, frustrato, stanco... la vendita non funziona. Punto. Le persone felici vendono meglio. Le persone innamorate (sì, proprio innamorate) sono contagiose e convincenti. E allora, oltre a imparare le fasi della trattativa, ricordati che **vendere è un atto di entusiasmo**, è dire al mondo: "credo così tanto in quello che facciamo qui, che voglio che te lo porti a casa".

Perché se non vendiamo, perdiamo un'occasione. Non solo economica, ma anche relazionale. Ecco perché oggi, in questa cantina, non stai solo aprendo bottiglie. Stai aprendo possibilità.

### **Hai perso il corso sulla vendita diretta?**

Nessun problema: puoi acquistare la registrazione e guardarla quando vuoi, ovunque tu sia.

[Clicca qui!](#)

---

## **Punti chiave**

- **Vendita è responsabilità:** ogni figura aziendale contribuisce alla vendita in cantina, anche senza contratto commerciale.
- **Vendere significa fiducia:** costruire relazioni e ascoltare è più efficace che spingere a comprare.
- **Ogni fase conta:** approccio, stimolo, proposta e chiusura devono seguire un ordine per funzionare.
- **Valore e connessione:** il cliente compra chi ispira fiducia, non chi parla di più.
- **Entusiasmo contagioso:** la vendita funziona se fatta con

passione e autenticità, non per obbligo.