

# Corso di formazione: progettare un'offerta enoturistica vendibile

scritto da Redazione Wine Meridian | 12 Ottobre 2026

APPROFONDIMENTO FORMATIVO

## PROGETTARE UN'OFFERTA ENOTURISTICA VENDIBILE

Giovedì 5 Novembre | dalle 14.30 alle 16.30



*Giovedì 5 novembre Wine Meridian propone un corso di formazione online per costruire un'offerta enoturistica chiara, prezzata e prenotabile. In due ore, tra metodo, esempi pratici e un laboratorio guidato, la docente Lavinia Furlani mostra come strutturare visite su tre livelli, gestire l'upsell e trasformare le richieste online in prenotazioni concrete per la cantina.*

Il mercato enoturistico contemporaneo richiede strategie aggiornate per intercettare turisti che decidono rapidamente dal proprio smartphone se vale la pena fermarsi.

Per fornire risposte concrete a questa esigenza, Wine Meridian

ha strutturato un nuovo corso di formazione dedicato a chi desidera aumentare i visitatori e le conversioni dirette in cantina.

L'incontro offre un metodo pratico per distinguersi e progettare una proposta chiara, prezzata e facilmente prenotabile, tralasciando l'idea che servano solo enormi budget pubblicitari.

## Informazioni essenziali

- **Data:** Giovedì 5 novembre
- **Orario:** Dalle 14.30 alle 16.30
- **Modalità di erogazione:** Diretta digital su Zoom (massimo 40 partecipanti in diretta). La registrazione sarà poi disponibile in e-learning per le 2 settimane successive.
- **Docente:** Lavinia Furlani.
- **Quota di iscrizione:** 59 € + IVA.

## Come funziona il corso

L'approfondimento si sviluppa su due ore di operatività: i primi novanta minuti trasferiscono il metodo attraverso framework, esempi reali e dati dell'Osservatorio; i successivi trenta minuti sono dedicati a un laboratorio guidato in cui ogni partecipante lavora in modo specifico sulla propria cantina, ricevendo un commento diretto.

[CLICCA QUI!](#)

## Tematiche trattate

- I cinque requisiti non negoziabili di un'esperienza vendibile: definita, riconoscibile, prezzata, prenotabile, aggiornata.

- Il passaggio dalla classica visita in cantina all'esperienza con un nome proprio per distinguersi dai concorrenti vicini.
- L'offerta dedicata a chi omette di voler essere accompagnato: il formato libero accanto alla visita guidata per recuperare quote di pubblico.
- Il prezzo come dichiarazione di valore e i motivi per cui la degustazione gratuita rappresenta una scelta altamente costosa.
- L'architettura dell'offerta strutturata su tre livelli (ingresso, standard, premium).
- La progettazione strategica dell'upsell all'interno dell'offerta, tralasciando le improvvisazioni a fine visita.
- La prenotabilità reale: come gestire efficacemente le richieste ricevute in orari serali, da telefono e in lingua straniera.

Per iscriverti e assicurarti uno dei 40 posti in diretta, clicca qui:

**[CLICCA QUI!](#)**

Per ulteriori dubbi o informazioni, puoi contattare [formazione@winemeridian.com](mailto:formazione@winemeridian.com).

---

## Punti chiave

1. **Cinque requisiti definiscono un'esperienza enoturistica vendibile:** definita, riconoscibile, prezzata, prenotabile e sempre aggiornata.
2. **Il laboratorio pratico dedica trenta minuti a un lavoro diretto sulla cantina di ogni partecipante.**
3. **Il prezzo comunica valore,** mentre la degustazione

gratuita risulta una scelta costosa per la cantina.

4. **Tre livelli di offerta, ingresso, standard e premium, rendono l'upsell strategico** e pianificato in anticipo.
5. **La prenotabilità reale gestisce richieste serali, telefoniche e in lingua straniera con rapidità.**