Storytelling che vende: partecipa all’approfondimento online per capire come raccontare la cantina per distinguersi

scritto da Redazione Wine Meridian | 21 Marzo 2026



L’approfondimento online “Storytelling che vende”, organizzato da Wine Meridian il 8 aprile 2026, offre strumenti pratici per valorizzare l’identità delle cantine. L’obiettivo è superare la percezione di anonimato sul mercato, utilizzando la narrazione come leva commerciale strategica. Il programma affronta le sfide dei nuovi consumatori e l’integrazione di strumenti digitali per ottimizzare il ritorno economico.

Il rischio più grande per una cantina oggi è essere percepita

come “una tra tante”. **Quando il racconto aziendale somiglia a quello di centinaia di altre realtà, il consumatore finisce per scegliere basandosi esclusivamente sul prezzo.** In un mercato saturo di informazioni, lo storytelling diventa un pilastro fondamentale della strategia commerciale: è l’arma che permette di trasformare un prodotto agricolo in un brand desiderabile.

Per aiutare le aziende a costruire un’identità forte e misurabile, il prossimo **8 aprile 2026**, Wine Meridian e Wine Tourism Hub organizzano l’approfondimento online “Storytelling che vende”. Un incontro operativo per imparare a**individuare i propri fattori identitari e trasformarli in un vantaggio competitivo capace di resistere alle crisi di mercato.**

Dalla narrazione emozionale alla conversione

L’approfondimento, curato da **Lavinia Furlani** e **Fabio Piccoli**, fornirà un metodo pratico per smettere di investire in comunicazione senza vedere risultati di vendita. **Costruire un brand distintivo significa saper parlare al cuore dei nuovi consumatori, come la Gen Z, che cercano nel vino valori, trasparenza e unicità.** Durante le due ore di formazione, verranno analizzati i cambiamenti del mercato e l’importanza di definire uno stile narrativo coerente con il territorio.

Tematiche trattate

- **Decifrare il mercato e i suoi cambiamenti:** Analisi dei nuovi approcci comunicativi e di come la Gen Z sta ridefinendo gli acquisti.
- **Costruzione di un brand distintivo:** Individuare i fattori identitari della tua cantina per creare una percezione solida.
- **Obiettivi e stile della comunicazione:** Definire il legame tra brand e territorio attraverso uno stile

narrativo unico.

- **Innovazione e strumenti digitali:** Dall’uso strategico dei social media allo storytelling emozionale e tecnico.
- **Relazioni con la stampa:** Strategie per migliorare la reputazione del brand attraverso rapporti solidi con i media.
- **Storytelling applicato alla vendita:** Consigli pratici per trasformare ogni racconto in un’opportunità di business.

Perché partecipare

Senza un’identità chiara, il marketing rimane un costo anziché un investimento. Partecipare a questo incontro significa acquisire gli strumenti per **rendere la propria comunicazione efficace, intercettando nuovi target e migliorando la percezione del marchio.** Ti forniremo un metodo collaudato per valorizzare ciò che rende unica la tua cantina, ottimizzando gli sforzi comunicativi per ottenere un ritorno concreto.

Dettagli dell’evento:

- **Relatori:** Lavinia Furlani (Presidente di Wine Meridian) e Fabio Piccoli (Direttore di Wine Meridian)
- **Data e ora:** Mercoledì 8 Aprile 2026, dalle ore 14:30 alle 16:30
- **Modalità:** Diretta digital su Zoom (registrazione inclusa per gli iscritti su richiesta)

Per maggiori informazioni: clicca qui!

Punti chiave

1. **Vantaggio competitivo generato da un’identità chiara** per evitare la competizione basata esclusivamente sul ribasso dei prezzi.
2. **Generazione Z al centro della strategia comunicativa** attraverso valori di trasparenza, unicità e coerenza territoriale del brand.
3. **Strumenti digitali e social media utilizzati per trasformare la narrazione emozionale in opportunità** concrete di vendita e business.
4. **Formazione operativa curata da esperti** per acquisire un metodo collaudato capace di ottimizzare ogni investimento in comunicazione.