Visual merchandising per wine shop: come allestire uno spazio che vende

scritto da Redazione Wine Meridian | 20 Aprile 2026

Un wine shop ben fornito non basta: serve uno spazio progettato per guidare il cliente e stimolare l'acquisto. Questo corso online on demand di 2 ore, a cura di Wine Meridian e Wine Tourism Hub, insegna come applicare il visual merchandising a layout, esposizione, bancone, prezzi e atmosfera per rendere il negozio più leggibile e redditizio.

Un wine shop ben fornito non genera automaticamente vendite. Spesso la differenza tra uno spazio che funziona e uno che delude sta nel modo in cui è organizzato: come si muove il cliente, cosa vede per primo, cosa desidera acquistare prima ancora di averlo cercato. Molti wine shop hanno ottimi prodotti, ma uno spazio che non li valorizza. Il risultato è

un ambiente che disorientata il cliente, non guida la scelta e lascia sul tavolo opportunità di vendita reali

Il visual merchandising è esattamente questo: una disciplina concreta, applicabile, che trasforma scaffali, bancone e aree degustazione in un percorso visivo che accompagna il cliente dall’ingresso alla cassa.

Wine Meridian e Wine Tourism Hub hanno progettato un approfondimento online di 2 ore dedicato a chi gestisce un wine shop e vuole renderlo più leggibile, più coerente e più redditizio.

Cosa imparerai

- **Lettura dello spazio.** Come individuare punti caldi, punti freddi e aree strategiche del tuo layout attuale.
- **Gerarchia visiva.** Come dare il giusto risalto ai prodotti da spingere e costruire un percorso di scoperta coerente.
- **Organizzazione dell’assortimento.** Come ordinare i vini per tipologia, territorio, prezzo o occasione di consumo in modo chiaro e leggibile.
- **Modalità espositive.** Come scegliere tra esposizione verticale, orizzontale o tematica in base allo spazio e agli obiettivi commerciali.
- **Bancone, cassa e degustazione.** Come trasformare queste aree in veri strumenti di vendita.
- **Prezzi, cartellini e promozioni.** Come comunicare in modo ordinato, coerente e persuasivo.
- **Cross selling e up selling.** Come progettare bundle, confezioni regalo e acquisti aggiuntivi con una logica visiva chiara.
- **Atmosfera e valore percepito.** Come lavorare su luce, materiali e ordine per rendere lo spazio più desiderabile e memorabile.

Dettagli dell’approfondimento: come e quando

- **Formato:** Corso online on demand
- **Quando:** mercoledì 20 maggio
- **Durata:** 2 ore – dalle 14.30 alle 16.30
- **Relatrice**: Lavinia Furlani, Presidente di Wine Meridian

Acquista l’approfondimento o ricevi maggiori informazioni:

CLICCA QUI

Punti chiave

1. **Uno spazio disorganizzato frena le vendite:** un layout confuso disorientata il cliente e lascia opportunità commerciali reali sul tavolo.
2. **Il visual merchandising è una disciplina concreta:** trasforma scaffali, bancone e aree degustazione in un percorso visivo guidato verso la cassa.
3. **La gerarchia visiva determina cosa si vende:** dare il giusto risalto ai prodotti strategici aumenta direttamente le conversioni.
4. **Bancone e cassa sono strumenti di vendita attivi:** progettarli con logica visiva favorisce cross selling, up selling e acquisti aggiuntivi.
5. **Luce, materiali e ordine incidono sul valore percepito:** un’atmosfera curata rende lo spazio più desiderabile e la clientela più propensa all’acquisto.