

5 tips for your business

scritto da Agnese Ceschi | 22 Giugno 2015



English for wineries. Si è svolto sabato scorso il corso di inglese per il business del vino organizzato da Wine Meridian in collaborazione con la docente Michela Colasante, a cui hanno partecipato aziende e professionisti del vino che vogliano migliorare le loro competenze linguistiche e commerciali per promuovere i propri vini all'estero. Come presentare al meglio la propria azienda e i propri prodotti in lingua inglese, costruire relazioni durature e chiudere una trattativa commerciale con un approccio interculturale? Ecco 5 consigli utili estratti direttamente dal corso.

5 tips for your wine business:

1 Try to have a multicultural approach

“Il business del vino è prima di tutto una questione di approccio interculturale. Il vino è il prodotto di una specifica cultura e trasmette l'idea di italian style, un concetto che piace molto agli stranieri. L'Italian mood è positivo, prodotti genuini e sani, stile di vita solare. Non dobbiamo dimenticare tutto ciò quando vendiamo il vino all'estero”.

2 It's a matter of relations

“Il business del vino è relazione. La capacità individuale di creare un buon feeling con l'interlocutore determina una buona percentuale della riuscita dell'affare. Intrattenere una conversazione commerciale significa comprendere le esigenze del cliente, cosa si aspetta dai tuoi prodotti e interagire al fine di comunicare una specifica identità”.

3 Use the elevator pitch method

“Spesso il tempo a disposizione per fare una buona impressione è pochissimo. Chiedetevi: Cosa devo assolutamente dire? Difficilmente avrete una seconda chance per fare una buona prima impressione. Perciò immaginate di avere il tempo di una corsa in ascensore tra un piano e l'altro e studiate cosa dire

con quei pochi minuti a disposizione: vostro nome, nome dell'azienda, dove si trova. Cercate di essere concisi e *memorable*."

4 What makes you different?

"Cosa vi distingue? Pensate alle caratteristiche dell'azienda. Trovate un elemento distintivo ed interessante, una storia da raccontare che possa colpire l'interlocutore. Qual è il prodotto che vi rappresenta meglio? Potete partire da quello e raccontare la vostra filosofia aziendale. Spesso l'interlocutore ascolta una quantità indefinita di storie in una giornata di fiera ad esempio, fate in modo che la vostra gli rimanga impressa".

5 Use the 3 famous Gs to explain your business

Le 3 G: Grapes (Uve), Ground (Terreno), Guy (Persone). Usate questi parametri come riferimento per parlare dell'azienda e delle sue caratteristiche. Tutto quello che c'è da sapere si declina sotto questi tre elementi. Che tipo di uve danno vita ai vostri vini? Qual è il terroir? Raccontate l'annata anche dal punto di vista delle condizioni atmosferiche che si sono verificate. Chi sono le persone che stanno dietro ai vini? Tutto questo rende unico il vostro prodotto".