

Come iniziare a raccontare i nostri vini ad un partner straniero

scritto da Michela Colasante | 21 Marzo 2014



Proseguendo con la nostra presentazione aziendale ad un partner straniero, in occasione di un wine tasting o di una fiera di settore, dopo aver introdotto brevemente la nostra attività, accennando alle nostre origini e a cosa ci caratterizza, possiamo soffermarci sul nostro core business e sull'identità del nostro prodotto e del nostro territorio.

Potremmo voler proporre un rosso monovitigno in purezza presente nella nostra gamma assieme agli altri prodotti, o spiegare al nostro interlocutore le uve locali all'origine di un Amarone o di un Brunello. Vediamo assieme alcuni suggerimenti su come iniziare la conversazione toccando questi temi:

1. In our range of products, we also have a single-vineyard, single-varietal red wine.
2. The most famous of the wines from our area is Amarone, made from the partially dried Corvina, Rondinella and Molinara grapes, grown on the slopes of these hills.
3. Our company succeeded in revealing both the strength and the elegance of Sangiovese grape variety, from which Brunello is sourced.

Potremmo inoltre spiegare le ragioni di alcune scelte aziendali che ci hanno spinto a focalizzarci sulla qualità o su un prodotto biologico, iniziando così:

4. Over the years, we have decided not to increase our production, which is deliberately limited, to focus on the wine excellent quality.

5. We are considered to be one of the leading producers of organic wine in Italy

Prima di proseguire accennando alla nostra presenza internazionale, alla nostra rete distributiva nei vari paesi, illustrando le scelte effettuate per entrare sui vari mercati, è inoltre opportuno ascoltare attentamente e dedicare attenzione alle esigenze del nostro interlocutore, cercando di capire se può essere il partner giusto per la nostra azienda, per promuovere al meglio il nostro prodotto.

Non bisognerebbe mai dimenticare infatti che ☞ The secret of successful networking and communication in business is to be a good listener. Good talkers are first of all good listeners!

Nelle prossime puntate ci concentreremo anche sul modo migliore per interloquire e far capire al nostro partner commerciale che siamo attenti alle sue esigenze e desideriamo costruire con lui una relazione commerciale duratura. Stay tuned!