

L'identità è la carta vincente per vendere vino

scritto da Redazione Wine Meridian | 28 Maggio 2015



Cosa rende vincente un Export Manager del vino? L'hanno scoperto gli aspiranti Wine Export Manager che venerdì 22 maggio hanno partecipato al secondo seminario 2015 "Diventare Export Manager", organizzato da Wine Meridian in sinergia con Competenze in Rete.

La carta vincente per vendere vino è la riconoscibilità e dunque l'identità che definisce il prodotto, l'azienda, il territorio in maniera chiara e comprensibile.

"Identità è ciò che caratterizza ognuno come singolo, unico e inconfondibile. Lo stesso vale per un'azienda vinicola. Purtroppo il trend attuale di molte aziende è di adattarsi alla massa, negando la propria identità e dando messaggi falsati. Ma è impossibile nascondere un'identità, prima o poi

emerge il trucco” ha detto Lavinia Furlani, direttore editoriale di Wine Meridian.

Ma come fare a trasformare tutto ciò in operatività? Ecco alcuni punti fondamentali:

1 Nome e storia aziendale

Per prima cosa è necessario individuare il nome dell'azienda e che tipo di azienda è. Raccontare la storia aziendale è la prima tappa di un lungo processo di coinvolgimento dell'interlocutore.

2 Italianità

Essere italiano è glamour! Il percepito nei confronti dell'italianità all'estero è ancora molto positivo, perciò perché non cavalcare l'onda? L'Italia è ancora percepita come un Paese dove la qualità della vita è alta e dunque il suo vino ne è l'ambasciatore.

3 Territorio

L'interlocutore non ha spesso chiaro da dove vengono i vini. Spesso non distingue tra Sicilia e Piemonte. Italia per lui è un'informazione, ma poi all'interno del territorio italiano va guidato alla scoperta degli elementi identitari della specifica Regione o Provincia.

4 Creatività

“Siamo in una fase in cui c'è bisogno di idee nuove per vendere il vino all'estero. Spesso gli importatori chiedono agli Export Manager un supporto nel formulare gli strumenti per vendere il vino in modo efficace e chiedono loro di affiancarli nelle attività di promozione. Servono idee creative ed innovative” ha detto Fabio Piccoli, direttore responsabile di Wine Meridian.

5 Relazioni

“Gran parte del lavoro dell'Export Manager si basa sulle relazioni, ma mettersi in relazione significa soprattutto mettere in gioco sé stessi. Perciò prima ancora di

identificare un prodotto, identificate voi stessi” ha continuato Andrea Pozzan di Competenze in Rete.

Dunque, come abbiamo già detto altre volte, la relazione è la chiave di tutto, ma il prerequisito è comunicare un'identità chiara. “Dovete prepararvi a vendere prima di tutto la vostra persona. L'Export Manager deve sapere comprendere le proprie caratteristiche, punti di forza e punti deboli, per poi cercare di capire chi ha davanti” ha spiegato Roberta Zantedeschi di Competenze in Rete, che insieme ad Andrea Pozzan ha condotto la seconda parte del seminario.

Se la vendita è un insieme di processi concatenati tra loro, il collante di tutti questi processi è la relazione che l'Export Manager riesce a creare con la rete di interlocutori e per avere la carta in più per giocare il poker è necessario per prima cosa capire che identità comunicare e poi farlo in maniera chiara e comprensibile.