

L'inglese per l'export delle aziende

scritto da Agnese Ceschi | 16 Giugno 2015



English for wineries. Presentare al meglio la propria azienda e i propri prodotti, trasmettere al cliente un'immagine di competenza e professionalità, costruire relazioni e rapporti di fiducia, saper gestire trattative commerciali con un approccio interculturale. Questi sono i temi del corso di inglese per il business del vino organizzato da Wine Meridian in collaborazione con la docente Michela Colasante, che si terrà domani a Vicenza e sarà rivolto a tutte le aziende e i professionisti del vino che vogliano migliorare le loro competenze linguistiche e commerciali per promuovere i propri vini all'estero. Abbiamo chiesto a Michela Colasante di svelarci in anteprima alcuni contenuti del corso.

“L'obiettivo del corso è fornire gli strumenti linguistici e commerciali per un approccio interculturale al business del vino. Il vino è prima di tutto cultura, trasmette l'idea di italian style, e richiede necessariamente un approccio di tipo culturale. Oltre che l'aspetto linguistico, molto importante perché si configura come veicolo di informazioni, è necessario comprendere l'importanza dell'approccio al fine di creare una relazione con l'interlocutore. 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, quello che differenzia i tuoi prodotti dagli altri” dice Michela Colasante.

Un corso dunque dove l'inglese sarà il veicolo attraverso l'apprendimento di una terminologia specifica, ma non l'unico protagonista, sarà infatti accompagnato da un approccio strutturale di tipo commerciale e marketing. “Fornire la terminologia specifica che permette di mettere in luce i punti di forza dell'azienda e del prodotto. Tutto ciò non si deve fermare solo al linguaggio, ma si deve estendere anche al body language e alle regole di buone maniere” continua. Se l'importanza del linguaggio del corpo in una conversazione si può facilmente intuire, cosa concentrano le buone maniere? “Hanno a che fare con tutti quegli aspetti di tipo culturale che spesso ci sfuggono in una cultura diversa dalla nostra, magari anche molto lontana, come possono essere per noi occidentali le culture orientali. Prima di affrontare una conversazione o un business lunch in un Paese straniero o con un ospite straniero in Italia è bene informarsi sulle regole di comportamento standard di quella cultura di riferimento per evitare gaffes ed essere più educati possibili. Anche questi aspetti influiscono sulle relazioni di business” conclude la docente. Non mancheranno infine durante la giornata esercitazioni pratiche in cui i corsisti potranno mettersi alla prova in un business talk.