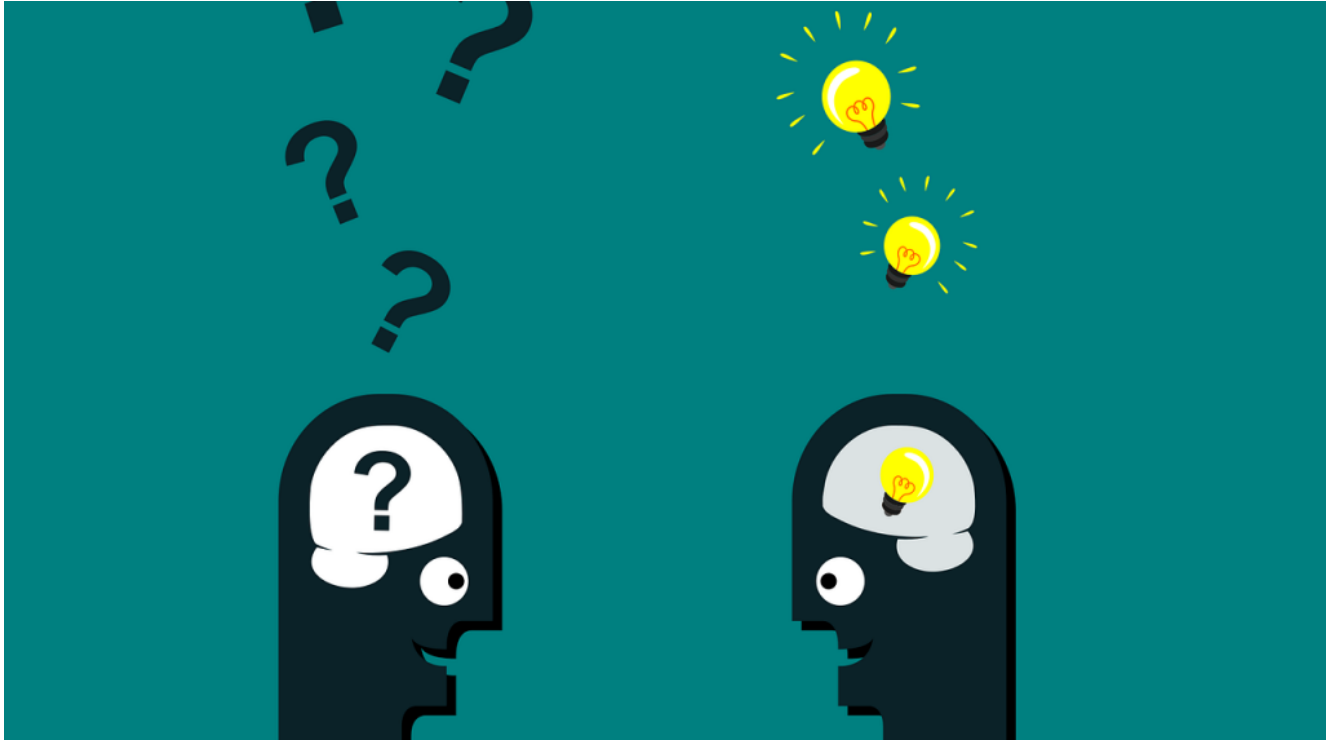


La chiave per vendere vino? Fare domande

scritto da Emanuele Fiorio | 20 Luglio 2021



The Buyer in un recente articolo ha descritto gli approcci commerciali di **Harry Crowther**, **fondatore di Grain to Grape** e consulente in ambito formazione per l'on-trade del vino.

Crowther offre un supporto personalizzato ai ristoranti e al loro personale attraverso il suo innovativo programma di formazione sul vino.

Crowther si concentra sull'**importanza di costruire un rapporto immediato con i clienti facendo loro le domande giuste**, partendo dalla conoscenza approfondita dei prodotti: "La cosa migliore che la conoscenza può fare per la squadra è creare fiducia, e la fiducia si vende a fiumi. È fondamentale che il team conosca le specifiche, la provenienza, il marchio ed il prodotto.

È ancora più importante che la squadra conosca i clienti.

Alla base deve esserci la conoscenza approfondita dei prodotti, ma è attraverso la costruzione del rapporto di

fiducia che viene garantito un servizio eccellente e redditività.

Per questo è necessario, secondo Crowther, **smettere di presentare ed iniziare ad ascoltare i propri clienti**: “Potresti avere tutta la conoscenza del mondo sul prodotto A. Ma se il tuo cliente vuole il prodotto B, questa conoscenza non è rilevante. Il team deve avere la capacità di ascoltare. E come si può essere un buon ascoltatore? Facendo domande e ascoltando le risposte”.

Il primo passo per vendere il vino è far sentire il cliente in un ambiente sicuro.

Fare domande, non importa quanto banali, invoca elementi di psicologia. Se vai da uno psicologo, ti fanno delle domande. Gli avvocati, i consiglieri, la polizia, tutti fanno domande. Sono problem solvers.

Fare domande e risolvere problemi sono i passi da seguire per aumentare la fiducia ed è un servizio che i clienti apprezzano.

Crowther descrive anche le modalità con cui sviluppare un dialogo: **“Una semplice domanda è il miglior punto di partenza per creare un senso di sicurezza.** Sicurezza significa comodità. Quando sei a tuo agio, ti apri e parli delle tue preferenze, ad esempio: cosa hai fatto oggi? sei venuto a trovarci da lontano? ti piace bere il vino di...?.

Le domande servono per costruire un rapporto e creare un senso di sicurezza: “La ripetizione è la chiave per fidelizzare, mi sentirete battere tutto il giorno sulla fiducia, piuttosto che sulla conoscenza del vino. Non mi interessa quanto sia esperto il team, chiunque può fare domande se gli diamo la fiducia per farlo e alla fine della giornata, la gente compra dalle persone”.