

Vendere vino: se sai come farlo, non conoscerai mai crisi

scritto da Lavinia Furlani | 5 Aprile 2022



Quando ci si approccia all'universo della vendita di vino si può pensare che ci sia una ricetta collaudata o una formula magica per ottenere sempre un SÍ dal potenziale acquirente. **Non c'è idea più sbagliata.**

Non esiste, infatti, **una ricetta, un copione predefinito che il venditore possa seguire per poter vendere sempre e in ogni occasione**. Ci sono però alcune **caratteristiche fondamentali** che ogni buon venditore possiede, e sono delle abilità imprescindibili che il professionista deve padroneggiare con esperienza.

L'identikit del perfetto venditore

Lo scopo primario della vendita è di conoscere l'interlocutore per comprendere i suoi desideri e bisogni, e **solo in un secondo momento si penserà alla vendita vera e propria**.

Questa è la prima fase della vendita, ed è anche quella più

difficile perché è necessario possedere delle ottime skills comunicative, oltre che una grande dose di empatia. Abbiamo quindi deciso di delineare una sorta di **"identikit del perfetto venditore"**:

- **Conoscenza del prodotto.** Il primo attributo, forse il più importante che il professionista deve possedere, è una perfetta conoscenza di ciò che sta vendendo. Naturalmente non è necessario tediare l'acquirente sciorinando ogni caratteristica del vino che gli vogliamo vendere, ma **dobbiamo essere sempre pronti a rispondere a qualsiasi dubbio**, curiosità, informazione che colui che abbiamo davanti ci può domandare.
Troppe volte ci capita di incontrare venditori non preparati su prodotto e azienda.
- **Capacità di creare relazioni.** Prima ancora di parlare di trattative, prezzi e quantità è importante creare con l'acquirente un legame, capire i suoi bisogni e desideri, generare valore: al cliente bisogna dare qualcosa in più oltre al prodotto finale. **L'empatia e la volontà di comprendere lo stato d'animo dell'altro sono fondamentali** nell'approccio con un potenziale acquirente, che si sentirà in sintonia con noi, e anche se in un primo momento ci dirà il tanto temuto NO, in un secondo tempo magari si ricorderà di noi e potremo chiudere l'affare.
Troppe volte ci capita di incontrare venditori troppo concentrati sul risultato e poco sulla relazione.
- **Avere un buon Personal Branding.** L'immagine di noi che si percepisce all'esterno è fondamentale in un mondo piccolo e chiuso quale è quello del vino, in cui la reputazione conta più del valore assoluto dell'individuo. **Un Personal Branding negativo può portare a dover affrontare delle difficoltà nel momento in cui si devono creare delle relazioni con i potenziali buyer.**
Troppe volte ci capita di incontrare venditori dove la

loro fama li precede...

▪ **Accettare i NO.** Il buon venditore deve essere in grado di “digerire” i NO e di non prenderli personalmente. Al contrario, questi vanno presi come una sfida, un’opportunità per poterli trasformare in SÍ. **Le obiezioni, al contrario di quello che si può pensare, sono un aspetto positivo della trattativa** dato che sono un modo per farci capire che l’acquirente è interessato alla nostra proposta: un semplice “Grazie, le farò sapere” quasi sempre ci da l’idea di come andrà a finire la contrattazione.

Troppe volte ci capita di incontrare venditori che si deprimono al primo NO.

Il mercato del vino sta diventando sempre più competitivo e dinamico, e **le abilità richieste per potersi destreggiare in questo ambiente così turbolento sono sempre più specifiche** e mutevoli assieme al contesto. Esaurire l’argomento in poche righe è pressoché impossibile, per cui **se desideri metterti in gioco e migliorare le tue abilità di vendita segui il nostro Campus Vendita.**

Scopri di più sul corso [consultando il nostro catalogo](#) o scrivendo una mail a formazione@winemeridian.com!