

Come far venire più persone in Cantina

senza sconti e promozioni: 7 leve pratiche + piano 30 giorni

Se produci vino di qualità ma le visite in cantina sono poche o discontinue, il problema non è il vino.

Oggi le persone non scelgono una cantina solo per degustare. Scelgono:

- un'esperienza
- una storia
- un luogo che sentono affine ai loro valori

Questa guida ti mostra come aumentare le visite in cantina lavorando sulla percezione e sul desiderio, non sul prezzo.



1 - PERCHÉ SCONTI E PROMOZIONI NON FUNZIONANO (A LUNGO TERMINE)

Gli sconti:

- attirano clienti poco fedeli
- abbassano la percezione del valore
- abituano il pubblico a scegliere solo per prezzo

Chi visita una cantina per uno sconto difficilmente:

- tornerà
- parlerà di te
- diventerà un ambasciatore del tuo brand

Le cantine che funzionano di più oggi non scontano il vino.

Rendono desiderabile l'esperienza.

2 - COSA SPINGE DAVVERO UNA PERSONA A VISITARE UNA CANTINA

Chi decide di venire in cantina lo fa per uno (o più) di questi motivi:

1. Vuole vivere qualcosa di autentico
2. Vuole sentirsi parte di una storia
3. Vuole fare un'esperienza diversa dal solito
4. Vuole raccontarlo ad altri

Il vino è il risultato finale.

La decisione nasce prima, a livello emotivo.

3 - I TRE ELEMENTI CHE FANNO DIRE “CI VOGLIO ANDARE”

1. Identità chiara

Chi guarda deve capire subito:

- chi sei,
- cosa ti rende diverso,
- perché la tua cantina non è “una delle tante”.

2. Emozione

Le persone non si muovono per informazioni.
Si muovono per sensazioni.

Se la tua comunicazione non fa sentire:

- il luogo
- il silenzio dei vigneti
- il lavoro quotidiano
- le persone

non genera desiderio.

3. Esperienza

La domanda che chi guarda si fa è:

“Cosa vivrò se vado lì?”

Se questa risposta non è chiara, la visita non avverrà

4 - PERCHÉ FOTO E POST NON BASTANO PIÙ

Foto e post sono utili, ma:

- raccontano solo frammenti,
- non creano immersione,
- non fanno vivere il luogo.

Un potenziale visitatore decide di spostarsi solo quando si immagina già lì.

Ed è qui che molti perdono opportunità.

5 - COME RACCONTARSI IN MODO CHE LE PERSONE VENGANO DAVVERO

Per aumentare le visite in cantina serve:

- mostrare il territorio come esperienza
- raccontare le persone, non solo il prodotto
- far percepire il tempo, il ritmo, l'atmosfera
- guidare chi guarda dentro la cantina, passo dopo passo

Non serve parlare tanto.

Serve far **sentire**.

6 - L'ERRORE PIÙ COMUNE (E PIÙ COSTOSO)

L'errore più grande è comunicare come se:

- tutti sapessero già chi sei
- tutti capissero il valore del tuo lavoro
- bastasse mostrare il vino

In realtà:

- il pubblico non conosce la tua storia
- non immagina il tuo mondo
- non percepisce automaticamente la qualità

Se non glielo fai **vivere**, sceglierà altro.

7 - LA LEVA CHE CAMBIA TUTTO: L'ESPERIENZA PRIMA DELLA VISITA

Le cantine che ricevono più visite:

- fanno vivere l'esperienza prima dell'arrivo
- costruiscono aspettativa
- preparano emotivamente il visitatore

Quando la persona arriva, **è già coinvolta**.

PIANO OPERATIVO IN SINTESI

Obiettivo

Aumentare visite e degustazioni in cantina senza ricorrere a sconti: lavorando su esperienza, valore percepito e conversione.

La regola d'oro

Le persone non comprano “una degustazione”: comprano un’esperienza e una storia da vivere (e raccontare).

Le 7 leve che generano visite

- Offerta di visita chiara: 2-3 opzioni, cosa include, durata, prezzo, disponibilità.
- Prova sociale: recensioni, testimonianze, press, riconoscimenti (contestualizzati).
- Contenuti esperienziali: far “vivere” l’atmosfera prima della visita (non solo bottiglie).
- Storytelling di persone e scelte: chi siete e perché fate vino così.
- CTA unica e percorso rapido: prenota in 2 click (WhatsApp, form o calendario).
- Calendario e stagionalità: spingere periodi forti (primavera, vendemmia, feste) con contenuti mirati.
- Partnership locali: agriturismi, ristoranti, B&B, guide – referral sistematico.

KPI (semplici) da monitorare

Richieste visita / Prenotazioni / Tasso di conversione (visita->acquisto) / Recensioni / DM e click sul link prenota.

Settimana	Focus	Azioni essenziali (massimo impatto)
1	Chiarezza e CTA	Pagina Visite + 2-3 pacchetti; CTA unica; link in bio semplificato.
2	Contenuto manifesto	1 video/reel: chi siete + perché vale venire; fissarlo in alto (pinned).
3	Esperienza e prova sociale	2 contenuti: atmosfera visita + recensioni; highlight “Visite” aggiornate
4	Spinta e misurazione	Campagna organica/ads leggera; misurare richieste; ottimizzare frizione

Errori da evitare

- Comunicare solo il vino e non l’esperienza/identità.
- Chiedere al cliente di “capire da solo” (mancanza di CTA e percorso).
- Offerte troppo complesse o troppe opzioni: confonde e blocca.

CONCLUSIONE

Per aumentare le visite in cantina non serve **fare più pubblicità**, serve:

- raccontarsi meglio
- rendere desiderabile l'esperienza
- far sentire il valore prima dell'assaggio

Chi riesce in questo:

- non ha bisogno di sconti
- attira le persone giuste
- costruisce relazioni durature

Se vuoi scoprire come trasformare la tua storia e il tuo territorio in un'esperienza che porta più persone in cantina, prenota una call conoscitiva gratuita di 15 minuti. Analizzeremo:

- come ti stai raccontando oggi
- cosa funziona e cosa no
- quali opportunità stai lasciando sul tavolo

Nessun impegno, solo chiarezza.

**PRENOTA UNA CALL
CONOSCITIVA GRATUITA**

roberto.capetti@gmail.com

+39 347 - 24 08 423



Roberto Capetti Videomaker