

I 7 errori più comuni

che fanno sembrare una cantina come tutte le altre (e come correggerli)

Oggi il mercato del vino è saturo di contenuti, immagini curate e belle parole.

Il paradosso è che più le cantine comunicano, più si assomigliano.

Non perché manchi la qualità - spesso è altissima - ma perché la comunicazione segue schemi ripetuti che annullano le differenze.

Questa guida ti mostra i 7 errori più comuni che rendono una cantina “una delle tante” e, soprattutto, come evitarli senza stravolgere ciò che sei.



ERRORE 1 – PARLARE SOLO DEL VINO (E NON DI CHI LO FA)

Cosa succede

Vitigno, affinamento, altitudine, resa per ettaro.
Informazioni corrette, ma fredde per chi non ti conosce.

Perché è un problema

Il pubblico non si innamora dei dati tecnici.
Si connette alle persone, alle scelte, ai sacrifici, alla visione.

Come evitarlo

Il vino è il risultato finale.
La storia vera è chi sei, perché produci così e cosa ti distingue come persona prima che come produttore.

ERRORE 2 – USARE IMMAGINI BELLE MA INTERCAMBIABILI

Cosa succede

Vigneti al tramonto, calici controluce, bottiglie in posa.
Esteticamente perfette, ma potrebbero appartenere a chiunque.

Perché è un problema

Se togli il logo, nessuno riconosce che quella è la tua cantina.

Come evitarlo

Mostra ciò che solo tu hai:

- il modo in cui lavori;
- i gesti quotidiani;
- l'atmosfera reale della tua cantina, non quella “da catalogo”.

ERRORE 3 – CERCARE DI PIACERE A TUTTI

Cosa succede

Messaggi generici, rassicuranti, senza presa di posizione.

Perché è un problema

Quando parli a tutti, non rimani nella mente di nessuno.

Come evitarlo

Una comunicazione efficace esclude prima di includere.

Definisci chiaramente:

- chi è il tuo cliente ideale;
- chi non lo è.

ERRORE 4 – RACCONTARSI SOLO IN MODO ISTITUZIONALE

Cosa succede

Tono formale, distaccato, “da brochure”.

Perché è un problema

Il vino è emozione, esperienza, memoria.

Un linguaggio freddo spegne tutto questo.

Come evitarlo

Raccontati come parleresti a qualcuno seduto davanti a te in cantina.

Meno slogan, più verità.

ERRORE 5 – PENSARE CHE “LA QUALITÀ PARLI DA SOLA”

Cosa succede

“Chi capisce, capisce.”

Perché è un problema

Nel digitale nessuno ha tempo di “scoprire da solo”.

Se non spieghi il tuo valore, verrai confrontato solo sul prezzo.

Come evitarlo

Guidare la percezione del valore è parte del tuo lavoro, non un optional.

ERRORE 6 – COMUNICARE A PEZZI, SENZA UNA VISIONE UNICA

Cosa succede

Post, foto, video e testi scollegati tra loro.

Perché è un problema

Il pubblico non riesce a costruire un’immagine chiara del tuo brand.

Come evitarlo

Serve una narrazione coerente, con un filo conduttore chiaro: storia, territorio, filosofia, esperienza.

ERRORE 7 – AFFIDARSI A CONTENUTI IMPROVVISATI O AMATORIALI

Cosa succede

Riprese casuali, video senza struttura, storytelling assente.

Perché è un problema

Trasmette poca cura e abbassa la percezione del valore del brand.

Come evitarlo

La spontaneità funziona solo se è progettata.

Un racconto emozionale efficace nasce sempre da una strategia.

PIANO OPERATIVO IN SINTESI

Nel vino oggi molte comunicazioni sono esteticamente curate, ma narrative identiche. Quando il racconto è standard, anche il valore percepito si standardizza.

Obiettivo

Diventare riconoscibili in 10 secondi: chi siete, perché siete diversi, cosa deve fare chi guarda.

I 7 errori più comuni (e come correggerli)

- Parlare solo del vino (non di chi lo fa): porta persone e scelte al centro.
- Immagini belle ma intercambiabili: mostra gesti, processi, dettagli unici.
- Cercare di piacere a tutti: definisci target e posizionamento (anche escludendo).
- Tono istituzionale “da brochure”: usa un linguaggio umano e concreto.
- Pensare che la qualità parli da sola: guida la percezione del valore.
- Comunicare a pezzi: crea un filo narrativo coerente (3 messaggi chiave).
- Contenuti improvvisati: spontaneità sì, ma progettata (scaletta e obiettivo).

Mini-audit (5 minuti)

Test rapido	Domanda	Se la risposta è "NO"...
1	In 10 secondi capisco chi siete?	Scrivi una frase identitaria e mettila in homepage
2	In 10 secondi capisco cosa vi rende diversi?	Scegli 1 differenziante e ripetilo ovunque
3	Capisco cosa devo fare? (pre-nota/compra/contatta)	CTA unica + link diretto in bio
4	Senza logo sareste riconoscibili?	Riduci contenuti "generici" e aumenta quelli personali

CONCLUSIONE

Distinguersi oggi non significa urlare più forte, ma **raccontarsi meglio**.

Le cantine che emergono non comunicano di più, comunicano in modo più autentico, coerente e memorabile.

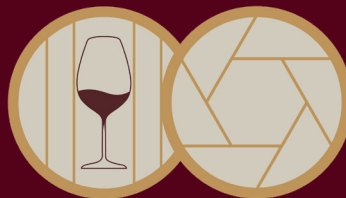
Se ti sei riconosciuto in uno o più di questi errori, sappi che è normale. La differenza la fa come decidi di correggerli.

Puoi prenotare una call conoscitiva gratuita di 15 minuti, capiremo insieme come trasformare la tua storia in un racconto che ti distingue davvero.

**PRENOTA UNA CALL
CONOSCITIVA GRATUITA**

roberto.capetti@gmail.com

+39 347 - 24 08 423



Roberto Capetti Videomaker