

## Il Metodo in 5 passi

*per raccontare la tua cantina in modo autentico e memorabile.*

*(Senza slogan, senza forzature e senza sembrare uguale a tutte le altre)*

Molte cantine hanno una storia autentica.  
Poche riescono a raccontarla in modo memorabile.

Il problema non è la mancanza di contenuti,  
ma la mancanza di struttura.

Questa guida ti mostra un metodo semplice e replicabile in 5 passi per costruire un racconto che:

- sia fedele a chi sei;
- sia comprensibile per chi ti scopre oggi;
- resti impresso nel tempo.



## PASSO 1 – CHIARIRE CHI SEI (PRIMA DI COMUNICARE)

### La domanda chiave

“Perché esisti come cantina, oltre a produrre vino?”

### Perché è fondamentale

Senza una risposta chiara, ogni contenuto sarà confuso o generico.

### Cosa fare

- Definisci i tuoi valori reali (non quelli “giusti”);
- Chiarisci cosa **non sei** e cosa **non vuoi** comunicare;
- Metti a fuoco la tua visione a medio-lungo termine.

Questo passo è interno. Nessun contenuto funziona se non parte da qui.

## PASSO 2 – METTERE LE PERSONE AL CENTRO, NON IL PRODOTTO

### L'errore comune

Partire subito dal vino.

### La realtà

Le persone si connettono alle persone, non alle bottiglie.

### Cosa fare

- Racconta chi prende le decisioni;
  - Mostra il lavoro quotidiano, non solo il risultato;
  - Dai spazio a gesti, sguardi, silenzi.
- Il vino diventa così una conseguenza naturale della tua storia.

## **PASSO 3 – RACCONTARE IL TERRITORIO COME ESPERIENZA, NON COME LUOGO**

### **L'errore comune**

Descrivere il territorio in modo turistico o tecnico.

### **Cosa fa la differenza**

Far percepire come si vive quel territorio.

### **Cosa fare**

- Mostra il ritmo delle stagioni;
- Racconta il legame emotivo, non solo geografico;
- Fai capire cosa rende quel luogo non replicabile.

## **PASSO 4 – COSTRUIRE UNA NARRAZIONE COERENTE E RICONOSCIBILE**

### **Perché è cruciale**

Se ogni contenuto racconta una storia diversa, il brand si indebolisce.

### **Cosa fare**

- Scegli pochi messaggi chiave;
- Ripetili in modo coerente su tutti i canali;
- Usa sempre lo stesso tono, stile e approccio.

La coerenza crea fiducia.

## **PASSO 5 – FAR VIVERE L'ESPERIENZA PRIMA DELL'ASSAGGIO**

### **Il passaggio decisivo**

Le persone scelgono di visitare, acquistare o importare prima di assaggiare.

### **Cosa fare**

- Usa contenuti che facciano immaginare l'esperienza;
- Mostra atmosfera, tempo e sensazioni;
- Anticipa emotivamente ciò che il cliente vivrà dal vivo.

Qui il racconto diventa leva commerciale.

## **PERCHÉ QUESTO METODO FUNZIONA**

### **Perché:**

- non forza una storia che non esiste;
- parte dall'identità reale;
- crea connessione emotiva;
- rende il brand riconoscibile e memorabile.

**Non è marketing aggressivo. È chiarezza narrativa.**

## PIANO OPERATIVO IN SINTESI

### Il metodo in 5 passi

Un racconto memorabile non nasce da “fare tanti contenuti”, ma da una struttura coerente che ripete i messaggi chiave nel tempo.

#### Obiettivo

Essere autentici e riconoscibili: far capire chi siete e perché valete, senza slogan.

### I 5 passi (sintesi)

- Chiarire chi siete: 1 frase identitaria + 3 parole chiave.
- Mettere le persone al centro: decisioni e gesti, non solo prodotto.
- Raccontare il territorio come esperienza (non cartolina).
- Creare coerenza: stessi messaggi, stesso tono, stessi elementi visivi.
- Far vivere l'esperienza prima dell'assaggio (desiderio e fiducia).

# Worksheet (10 minuti)

|                                 |                          |
|---------------------------------|--------------------------|
| 1 frase identitaria             | -----<br>-----           |
| 3 parole chiave                 | ----- • ----- •<br>----- |
| 1 scelta che vi definisce       | -----<br>-----           |
| 1 scena che fa percepire valore | -----<br>-----           |
| CTA unica (azione)              | -----<br>-----           |

## Mini-roadmap 30 giorni

- Settimana 1: claim + CTA + pagina visite/contatti.
- Settimana 2: contenuto manifesto (chi siete + differenza).
- Settimana 3: contenuto processo/scelte + territorio vissuto.
- Settimana 4: contenuto esperienza visita + prova sociale.

## CONCLUSIONE

Raccontare la tua cantina non significa inventare.

Significa scegliere cosa mostrare e come farlo.

Con un metodo chiaro, la tua storia smette di essere “una tra tante” e diventa un punto di riferimento.

Se vuoi applicare questo metodo in modo professionale e trasformarlo in contenuti visivi coerenti con il tuo posizionamento prenota una call conoscitiva gratuita di 15 minuti

Capiremo insieme come raccontare la tua cantina in modo autentico e memorabile.

**PRENOTA UNA CALL  
CONOSCITIVA GRATUITA**

**[roberto.capetti@gmail.com](mailto:roberto.capetti@gmail.com)**

**+39 347 - 24 08 423**



**Roberto Capetti Videomaker**