

WEB ENGLISH WINE: COMUNICARE IL VALORE DEL VINO IN INGLESE

Campus Web English Wine: il primo corso interattivo per comunicare in inglese il tuo valore, del tuo brand e del tuo prodotto e per imparare a vendere con la modalità digital.

Campus Web English Wine è infatti il primo corso che ti offre strumenti pratici ed efficaci per espandere il tuo business all'estero.

Si tratta di un corso di due giornate, live e in modalità digital non per riuscire a "parlare" inglese, ma per "comunicare" in modo efficace in inglese.

Una singolare combinazione di conoscenze linguistiche, ma ancor meglio di comunicazione commerciali e di marketing relazionale. Comunicazione adeguata anche ai nuovi canali digital, che ci vedono tutti sempre più coinvolti in questa nuova via di interazione.

Il Campus si propone di affrontare in modo molto concreto e interattivo la corretta terminologia per presentare, degustare e

proporre al meglio i propri vini e la propria unicità sui mercati internazionali. Partendo dalla conoscenza di sé e del proprio brand, dalla percezione del cliente, fino alle aspettative dell'importatore e le peculiarità di ogni singolo mercato. Inoltre il Campus vi offrirà strumenti pratici ed efficaci per riuscire a impostare una trattativa commerciale in inglese con un buyer.

Con il Campus Web English Wine impari a "presentarti dal vivo" in lingua inglese utilizzando le parole più adatte a catturare l'attenzione in base al tuo interlocutore, alla situazione e alla tua preparazione. Saprai usare le giuste parole chiave e conoscerai la struttura del tuo speech per far scegliere proprio il tuo brand.

È il corso per riuscire a **conquistare nuovi clienti** e dare il via a una proficua collaborazione in un nuovo mercato, consolidare il rapporto di fiducia con i clienti esistenti, **gestire al meglio una trattativa commerciale** con un partner straniero.



OBIETTIVI

1

Scoprire e chiarire i valori e i punti chiave di vendita del tuo brand.

2

Essere efficaci e incisivi nel discorso.

3

Presentarti in lingua inglese a buyer, venditori, clienti, trade, giornalisti.

4

Conoscere e saper trasferire cosa ti rende unico e riconoscibile sul mercato.





PROGRAMMA

Conoscere le dinamiche commerciali di un'efficace trattativa in inglese e con approccio interculturali.

I vari aspetti di una negoziazione internazionale.

Presentare al meglio la propria azienda e i propri prodotti in lingua inglese consigliando acquisti e abbinamenti.

Marketing relazionale.

Acquisizione di strumenti pratici, nello specifico:

Definire e impostare i temi di vendita, fare test su come si presenta il prodotto, aiutare il produttore a individuare le occasioni per fare domande.

Strutturare uno speech di pochi minuti efficace che unisca la parte di identità (reason why) e di vendita.

Email di follow up con struttura temi e consigli.

Workshop per ogni azienda.

Daremo spazio a numerose simulazioni di situazioni reali del business del vino, con particolare focus alla comunicazione di sé, della propria Azienda e prodotto e su come strutturare uno speech di pochi minuti.

Forniremo gli strumenti linguistici e commerciali, di marketing relazionale e comunicazione per espandere il tuo business all'estero.



A CHI È RIVOLTO

Alle aziende produttrici o esportatrici, ai professionisti del settore vitivinicolo e non solo, con una conoscenza della lingua inglese di livello intermedio.



DOCENTI

Michele Shah, Michela Colasante, Lavinia Furlani, Fabio Piccoli, Nicole Poggi.



QUANDO E DOVE

Data:
in MODALITÀ E-LEARNING (digital)



COSTO

170 € + IVA

DICONO DEL CORSO...

Complimenti ai docenti tutti; ho fatto diversi corsi business in inglese e tutti mi hanno delusa questo è stato davvero molto educativo.

Preparazione, capacità di ascolto e di rispondere alle domande in modo chiaro ed esaustivo. Buona preparazione e ottimo stile relazionale.

Ottima presentazione da parte di persone estremamente competenti nel settore vinicolo.

Nonostante le molte ore di lezione, il corso non è risultato affatto pesante, ma anzi interessante e stimolante dall'inizio alla fine.

Molte informazioni trasmesse sono trasversali; sicuramente sono vere e utili in riferimento alle trattative commerciali digitali.

