

LA RIVOLUZIONE NELLA COMUNICAZIONE DEL VINO

Un corso innovativo per apprendere i contenuti e gli strumenti per comunicare oggi in maniera efficace e credibile l'impresa vitivinicola, i vini e i territori di produzione.

L'emergenza Covid-19 ha accelerato i processi di cambiamento anche delle nostre imprese vitivinicole che oggi sono chiamate ad un forte processo di miglioramento della propria capacità imprenditoriale al fine di sfruttare al meglio le opportunità che tutte le crisi, anche quelle gravi come quella attuale, portano con sé.

Tra le competenze oggi più strategiche per le imprese del vino, al fine di garantirsi una riconoscibilità sul mercato efficace, vi è quella della comunicazione.

La comunicazione in questi ultimi anni e, in particolare in questo complesso biennio, ha subito profondi cambiamenti e oggi diventa determinante la capacità di risultare autentici e per questo autorevoli in un mercato del vino che, ricordiamo, ogni anno è rappresentato da una produzione superiore ai 20 miliardi di bottiglie.

Riuscire ad emergere in un mare così vasto di offerta è fondamentale per le imprese del vino che devono però essere in grado di migliorare fortemente la propria capacità comunicativa.

È con questo obiettivo che è nato il nostro corso sulla Comunicazione delle imprese del vino nel quale abbiamo inserito tutti quei contenuti frutto anche delle ultime esperienze di questi mesi che hanno portato ad una fortissima accelerazione degli strumenti di comunicazione digitale. Il corso, pertanto, consente di apprendere da un lato come costruire contenuti comunicativi efficaci e credibili, attraverso un'analisi approfondita della propria identità aziendale e territoriale, dall'altro come essi possono essere trasferiti in maniera coerente in relazione agli strumenti che si vogliono utilizzare (social media, sito, newsletter, eventi...).



PROGRAMMA

Conoscere per comunicare al meglio

Conoscere lo scenario produttivo: analisi dell'attuale assetto produttivo (la grande frammentazione del sistema vitivinicolo italiano e i principali competitor internazionali).

Conoscere i mercati del vino: analisi dell'attuale scenario di mercato; (evoluzione dei mercati nazionale ed esteri).

Conoscere la propria impresa: analisi della propria identità produttiva. I processi per la definizione dell'identità aziendale più autentica e credibile.

Conoscere i diversi target di riferimento: media, opinion leader, influencers, buyers, wine lovers, ecc.

La comunicazione scritta

Come comunicare attraverso la scrittura di mail, newsletter e brochure.

La costruzione dei contenuti comunicativi

Lo storytelling "tecnico". Come rendere divulgativi i contenuti tecnici di un'impresa, di un prodotto, di un territorio.

Lo storytelling "emozionale". Come rendere attrattivi i contenuti comunicativi della propria azienda.

Gli strumenti di comunicazione

La comunicazione tramite i social media.

La comunicazione "tradizionale" (i comunicati stampa, la brochure aziendale... ecc.).

Il ruolo chiave del sito aziendale.

Gli eventi (digital e tradizionali).

La newsletter aziendale.

La relazione, il miglior strumento di comunicazione.

Chi sono i comunicatori del vino?

Le competenze (hard e soft skills) del comunicatore del vino.

Quali le competenze e le attitudini che devono possedere?



A CHI È RIVOLTO

Il corso si rivolge a imprenditori, manager del vino, comunicatori d'impresa, responsabili di Consorzi di tutela, coinvolti a vari livelli nella comunicazione del vino e dei territori di produzione.



DOCENTI

Lavinia Furlani, Fabio Piccoli, Silvia Baratta e testimonianze aziendali.



QUANDO E DOVE

Data:
in MODALITÀ DIGITAL.

Orario: dalle 10 alle 18.30, 3 diversi momenti con 2 pause

- dalle 10.00 alle 12.00
- dalle 14.00 alle 16.00
- dalle 16.30 alle 18.30



COSTO

350 € + IVA