

# NEW HOSPITALITY ED ENOTURISMO

## L'enoturismo è un ramo di business.

L'accoglienza non si improvvisa e per saper integrare la cultura del territorio nella propria offerta enoturistica, c'è bisogno di competenze trasversali e strategiche volte ad aumentare l'attrattività della propria azienda.

Il **Campus Hospitality ed Enoturismo** è nato dalla nostra esperienza di questi ultimi 2 anni, che ci ha portato a visitare più di **450 cantine** italiane ed internazionali.

La cura dell'accoglienza in un'azienda del vino è un'attività affascinante e dinamica: seguendo il Campus scopriremo tutto ciò che occorre per costruire esperienze in grado di lasciare il segno nel visitatore, per trasformare in relazioni di business il patrimonio rappresentato dai clienti che decidono di farci visita, per consolidare e ampliare le soft skills della nostra organizzazione.

"Wine Meridian Today" è stata riconosciuta il "best wine tourism communication tool" da parte di Iter Vitis, l'Itinerario Culturale del Consiglio d'Europa.



## PROGRAMMA

### 1) Il Business Plan dell' Hospitality:

- Le **attuali dinamiche** dello sviluppo turistico e la cultura aziendale per l'accoglienza.
- **Cosa significa accoglienza** per un'azienda vitivinicola?
- **Come connettersi ai più importanti flussi turistici** (relazioni con leagenzie di incoming, tour operator, ecc.) per posizionare favorevolmente la propria azienda.
- **Organizzazione** di eventi e gestione delle relazioni.
- Investimenti, risorse, competenze e procedure.

### 2) La costruzione dei contenuti comunicativi da fare emergere durante la visita:

- Lo **storytelling "tecnico"**: come rendere divulgativi i contenuti tecnici di un'impresa, di un prodotto e di un territorio.
- Lo **storytelling "emozionale"**: come rendere attrattivi i contenuti comunicativi della propria azienda.

### 3) Conoscere e conoscersi per accogliere al meglio:

- **Analisi** della propria identità aziendale e del proprio posizionamento enoturistico.
- I **processi per la definizione dell'identità aziendale** (autenticità e credibilità).
- Conoscere i diversi **target di riferimento** dell'enoturista.
- La **struttura dell'accoglienza in azienda** (in coerenza con la propria identità aziendale e il target di riferimento).
- Le **skills** dell' Hospitality Manager.

### 4) Gli strumenti di comunicazione per sviluppare l'Enoturismo:

- La comunicazione a supporto dell' Hospitality e dell' **Enoturismo**.
- La comunicazione tramite i **social media** (Instagram, Facebook).
- La **comunicazione "tradizionale"** (i comunicati stampa, la brochure aziendale, ecc.).
- La **relazione**, il miglior strumento di comunicazione.



## PROGRAMMA

### 5) Impostare l'Accoglienza:

- Come costruire l'offerta turistica in cantina.
- **Contenuti** dell'offerta (slot, orari, inclusioni).
- La **tariffazione** dell'esperienza. Serve?
- **Come impostare la tariffazione?** Tariffari netti, lordi, quote b2b/b2c differenze d'approccio.

### 6) Digitalizzazione ed Enoturismo:

- **Sito web**: come sfruttarlo al meglio per valorizzare l'esperienza enoturistica.
- Il mondo delle **online travel agency**. Gestione dati, ERP e CRM.

### 7) La creazione di Network:

- **L'importanza del wine club**: come strutturare il proprio Club e con quali obiettivi.
- **Lavoro di territorio**: come coinvolgere altri operatori.



## A CHI È RIVOLTO

Il corso si rivolge agli imprenditori, manager del vino, hospitality manager, a tutti coloro che lavorano nel mondo del vino e a chi desidera entrare a farne parte e a coloro che si occupano di accoglienza e organizzazione eventi nel settore vino.



## DOCENTI

Lavinia Furlani, Fabio Piccoli, Stefano Tulli e Slawka G. Scarso.



## QUANDO E DOVE

In MODALITÀ E-LEARNING (digital)



## COSTO

170€ + IVA