



I NUOVI CORSI DI FORMAZIONE PER COSTRUIRE IL FUTURO DEL VINO ITALIANO

SCOPRI IL CALENDARIO 2022



formazione@winemeridian.com
www.winepeople-network.com

Insegniamo quello che facciamo e facciamo quello che insegniamo



LA FORMAZIONE SPECIFICA PER IL MONDO DEL VINO

"Campus Wine Meridian Digital Edition": corsi per chi vuole realizzare un business di successo, una risposta concreta e immediata per affrontare l'attuale sfida del mercato vitivinicolo.

Per raggiungere quote molto alte serve una grande spinta, una grande carica e saper sfruttare "gli eventi". La conoscenza e la formazione sono due leve importanti. Tutto questo per noi significa una grande motivazione, una grande forza, una grande preparazione. Come si fanno ad alimentare questi aspetti? Prendendosi il tempo necessario per rimettere a fuoco i nostri obiettivi e facendo ricorso a tutti gli strumenti necessari per poter prendere il volo.

In alcuni momenti uno stop si può rivelare fondamentale, perché può costringerci a vedere la posizione in cui ci troviamo.

Per questo Wine Meridian ha creato nuovi Campus in modalità digital, poche giornate, mirate ad aiutarti a prepararti e a "saltare in avanti".

Si tratta di incontri online, di una o due giornate. Il nostro Team in concerto con i principali esperti del settore vino, daranno vita a degli articolati e strutturati momenti di approfondimento focalizzati sulle tematiche cruciali di questo periodo per il nostro mercato vitivinicolo.

I "Campus Wine Meridian Digital Edition" hanno lo scopo di aiutare imprenditori, produttori, manager e quanti si vogliono avvicinare al mondo del vino ad aumentare le proprie conoscenze e competenze concentrando l'attenzione su "criticità specifiche", così da acquisire maggiore sicurezza e consapevolezza. I Campus vogliono anche aiutare a saper tenere una salda direzione della propria attività, senza venir meno ai propri obiettivi, ambizioni e valori.

CAMPUS IMPORTATORI (FOCUS*)

Come costruire un presidio dei mercati attraverso le partnership con importatori e distributori

Trovare l'importatore giusto è il primo passo per una strategia di export. Che cosa cercano gli importatori prima di iniziare una collaborazione con un'azienda? I modelli di importazione e di distribuzione sono in continua evoluzione, è importante conoscerne le dinamiche per poter scegliere e farsi scegliere in maniera consapevole. Come è possibile costruire una partnership proficua e duratura?

Al fine di sviluppare strategie di export adeguate e durature è indispensabile essere in grado di presidiare i mercati con gli strumenti più idonei. In particolare è necessario pianificare modelli di partnership e di supporto a importatori e distributori sempre più concreti al fine di garantire uno sviluppo forte dell'immagine del brand e performance commerciali soddisfacenti.



OBIETTIVI

1

Come presidiare un mercato

2

Come costruire una partnership con l'importatore

3

Come valorizzare il brand su un mercato

CAMPUS IMPORTATORI



PROGRAMMA

Le evoluzioni dei modelli di importazione e distribuzione nei principali mercati del vino. Strategie di partnership commerciali e di marketing con importatori e distributori. I nuovi modelli di importazione.



A CHI È RIVOLTO

A titolare ed export manager che presidiano i mercati.

A tutti coloro che vogliono VENDERE il vino italiano all'estero e costruire relazioni permanenti con i propri partner internazionali.



DOCENTI

Fabio Piccoli



MODALITÀ

Svolgimento: in MODALITÀ DIGITAL (1/2 giornata)

Orario: dalle 14.00 alle 18.00

***Focus:** I Campus "Focus" hanno una durata di 4 ore, di taglio assolutamente operativo al fine di consentire ai partecipanti di applicare immediatamente le analisi e le strategie che vengono evidenziate.



COSTO

140 € + IVA



CAMPUS BRANDING (FOCUS*)

Come imparare ad analizzare la propria identità aziendale e individuare ciò che rende unici e riconoscibili.

Sono circa 100.000 le aziende vinificatrici nel mondo, solo in Italia sono quasi 46.000, per una produzione di miliardi di diverse etichette. In un mare di offerta di questo genere la sfida chiave è quella di

fare emergere e rendere riconoscibile il proprio brand. Ma per farlo è necessario analizzare nel dettaglio la propria identità aziendale ed individuare ciò che ci rende realmente unici.



OBIETTIVI

- 1 Conoscere i propri fattori identitari
- 2 Riuscire a costruire un progetto di branding per la propria azienda
- 3 Impostare una gerarchia di fattori riconoscibili del proprio brand

CAMPUS BRANDING



PROGRAMMA

La costruzione di un brand riconoscibile.
Come individuare i valori identitari.
Come creare una gerarchia di contenuti volta a valorizzare il brand.
Le azioni concrete per emergere in un mercato competitivo.



A CHI È RIVOLTO

Il corso si rivolge a imprenditori, manager del vino, comunicatori d'impresa, responsabili di Consorzi di tutela e a tutti coloro che sono coinvolti a vari livelli nella comunicazione e nel marketing del vino.



DOCENTI

Fabio Piccoli e Lavinia Furlani.



MODALITÀ

Svolgimento: in MODALITÀ DIGITAL (1/2 giornata)

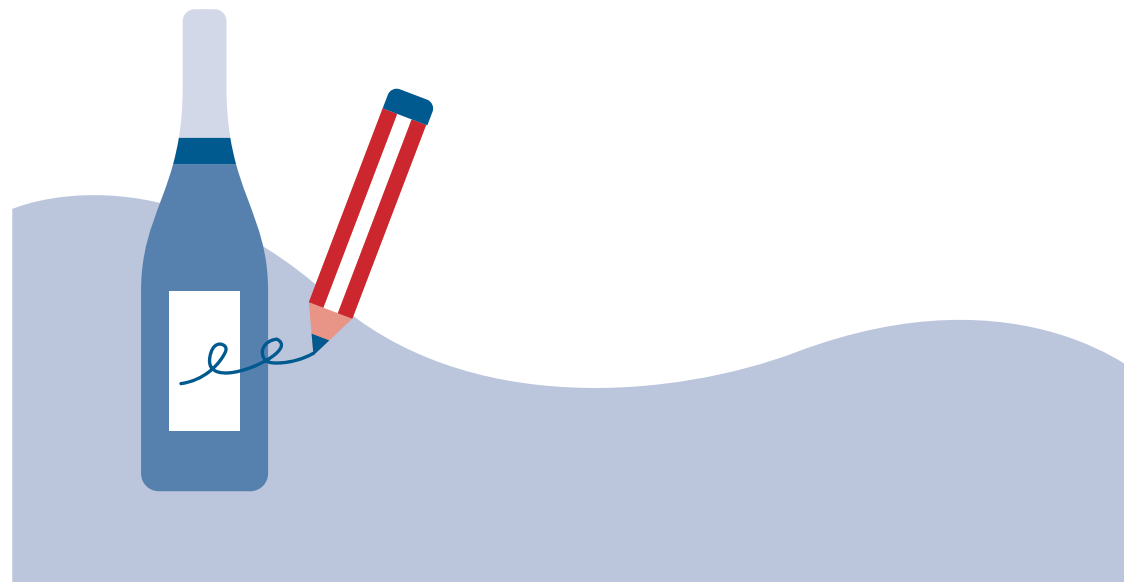
Orario: dalle 14.00 alle 18.00

***Focus:** I Campus "Focus" hanno una durata di 4 ore, di taglio assolutamente operativo al fine di consentire ai partecipanti di applicare immediatamente le analisi e le strategie che vengono evidenziate.



COSTO

140 € + IVA



PUBLIC SPEAKING DEL VINO

Campus “Public Speaking del vino”: il corso di una giornata per acquisire le conoscenze essenziali e pratiche per comunicare meglio al tuo pubblico

Mai come oggi è importante imparare a comunicare “uno a tanti” in maniera efficace, sviluppando le abilità che ti permettono di presentarti al meglio e di essere ascoltato... sia dal vivo che attraverso lo schermo.

Un corso progettato per imparare a parlare in pubblico, non soltanto a una platea, ma anche tenere una riunione di successo o presentare un progetto sia dal vivo che online.

Molto dipende dal modo in cui ti poni, ma soprattutto devi conoscere come funziona concretamente la comunicazione.

L'errore più grande commesso da chi vuole acquisire delle “tecniche” per imparare a parlare in pubblico è l'essere totalmente concentrato su se stesso. Ma questa è

follia! Un bravo oratore si riconosce dalla sua capacità di entrare in sintonia con il suo pubblico... Il suo pubblico, appunto! Comprendere chi è l'interlocutore viene prima di qualunque altra cosa. Per presentare un vino o un'azienda vinicola è necessario imparare a coinvolgere i potenziali clienti, siano essi importatori, giornalisti o semplici appassionati di vino, non basta descrivere le caratteristiche organolettiche o i dati relativi all'azienda. Oggi saper parlare in pubblico rappresenta una competenza fondamentale per chiunque lavori nel mondo del vino.

Un corso immediato, a misura delle esigenze e degli obiettivi di chi vuole imparare a parlare in pubblico.

PUBLIC SPEAKING DEL VINO



PROGRAMMA

Strutturare un discorso per renderlo coinvolgente.

Apertura e chiusura di uno speech.

Linguaggio verbale e non verbale.

Sviluppare le abilità comunicative

Tono di voce, posizione, gestualità, pause e silenzi: scoprirai i segreti usati dai più abili comunicatori per essere ancor più incisivo e autorevole durante il tuo discorso.

Gestire le emozioni:

Parlare in pubblico non sarà più un'esperienza stressante e ansiogena. Imparerai a gestire te stesso al meglio prima e durante lo speech, e a trasformare lo stress in energia comunicativa.

Imparare a prepararti per ogni occasione

Che tu debba preparare un lungo discorso o una breve presentazione, imparerai i segreti per rendere il tuo messaggio coinvolgente e incisivo.

Comunicare con i giornalisti



A CHI È RIVOLTO

A chi è coinvolto in occasioni di presentazioni in pubblico dell'azienda o dei vini.



DOCENTI

Lavinia Furlani, Silvia Baratta.



MODALITÀ

Svolgimento: in MODALITÀ DIGITAL (di 1 giornata)

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

210€ + IVA



CAMPUS WINE EXPORT MANAGER

Un percorso formativo che risponde in modo specifico ai bisogni delle aziende vitivinicole italiane che vogliono affermarsi all'estero e quello di professionisti che vogliono lavorare come venditori o export manager.

Siamo entrati in un'era del vino dove non si può affrontare il tema dell'export con le stesse dinamiche del passato. E cioè con un alto tasso di improvvisazione, spesso illudendosi che il vero e unico problema sia quello di trovare un importatore, dopo di che tutto dovrebbe muoversi in modo automatico.

Oggi è imprescindibile una preparazione altamente professionale, l'Export Manager deve acquisire credibilità e conoscenze specifiche in modo articolato ed organico. Proprio per questo è nato il Campus Export Manager.

Per affrontare i mercati internazionali occorre dinamismo, occorre saper leggere i

segnali del mercato, sviluppare e rafforzare la capacità di adattarsi a cambiamenti anche imprevedibili, saperne arginare gli effetti e saperne cogliere le opportunità. Il comparto vitivinicolo e in particolare gli aspetti legati ai mercati, hanno regole molto peculiari che necessitano di una preparazione altamente specializzata.

È questa la ragione per cui quasi tutti i percorsi cosiddetti accademici, faticano a "sforare" export manager competenti, soprattutto sul fronte commerciale. La vendita è una sorta di tabù che viene esclusa da gran parte dei progetti formativi dedicati al vino, mentre è parte integrante del nostro Campus.



OBIETTIVI

1

Imparare a vendere e non solo "proporre" vino. Questo implica esercitarsi a stare in relazione, a comunicare in modo efficace, a confrontarsi "di persona", ma soprattutto "provare e ri-provare" a vendere! Vi forniremo anche tutte le skills necessarie per eccellere nella vendita del vino.

2

Fornire ad attuali o potenziali Export Manager **conoscenze e competenze specifiche**, in modo articolato e organico, necessarie a proporsi in modo credibile e consapevole nel settore del vino.



È il corso che offre gli strumenti pratici per gli Export Manager del mondo del vino, o per chi si avvicina a questo ruolo per la prima volta, che vogliono consolidare, espandere o imparare come sviluppare il proprio business nei mercati internazionali attraverso competenze e conoscenze specifiche del settore.



PROGRAMMA

Il mercato mondiale del vino post Covid19: dati, tendenze e prospettive, con aggiornamenti durante tutta la durata del campus.

La struttura del sistema vitivinicolo italiano: come adeguare le proprie competenze al mondo del vino.

Il ruolo del Wine Export Manager e le competenze soft necessarie per dare supporto alle imprese del vino.

Canali distributivi - Importatori e distributori.

Hard Skills nel Wine Export management.

Come trovare il cliente giusto.

Focus mercati



A CHI È RIVOLTO

A chi vuole diventare Export Manager del vino.

A chi già lavora come Export Manager in altri settori e vuole entrare nel mondo del vino.

A chi desidera trasformare la passione per il vino in una professione.

A chi ha una competenza linguistica importante e una competenza tecnica del vino e vuole acquisire competenze legate all'export.

A impiegati/e commerciali in aziende vinicole che aspirano a un ruolo più attivo nella vendita del vino.

A tutti coloro che vogliono VENDERE il vino italiano all'estero e costruire relazioni permanenti con i propri partner internazionali.



DOCENTI

Lavinia Furlani, Fabio Piccoli, Andrea Pozzan e testimonianze aziendali.



COSTO

390 € + IVA



MODALITÀ

Svolgimento:
in MODALITÀ DIGITAL (di 2 giornate)

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



DICONO DEL CORSO...

Gli esempi concreti sono quelli che danno indicazioni precise su come è possibile fare al meglio questo lavoro.

La cosa che mi è piaciuta di più è che tutto quello che è stato spiegato è stato accompagnato da esempi pratici.

Ottimo, un percorso che mi ha arricchito insegnandomi tante cose nuove.

COME VENDERE IL VINO: TECNICHE COMMERCIALI PER IL SETTORE VITIVINICOLO

Campus Vendita: il primo corso interattivo per imparare a vendere

Tutto è vendita e nessuno è escluso da questa missione: il percorso vi aiuterà a diventare venditori davvero efficaci nel mondo del vino.

La figura del sales manager è fortemente

cambiata negli ultimi anni, trasformandosi in una professione molto complessa, che richiede competenze non solo tecniche sul prodotto ma anche relazionali e di vendita.



OBIETTIVI

- 1 Come riuscire a trasferire il proprio valore unico, non cadendo nella lotta del prezzo più basso.
- 2 Come rendere riconoscibili i propri vini sul mercato.
- 3 Quali sono gli errori da evitare nella gestione del cliente.
- 4 Come individuare le proprie aree di miglioramento in fase commerciale.
- 5 Quali sono gli strumenti che abbiamo per individuare chi ci sta di fronte e trovare il giusto approccio.
- 6 Come gestire e superare al meglio le obiezioni alla vendita.



PROGRAMMA

Cosa vuol dire vendere vino: diagnosi delle skills necessarie per eccellere nella vendita.

Le fasi della vendita di vino.

Come scoprire e lavorare sui meccanismi inconsapevoli che pongono barriere alla vendita.

Come adattare le proprie competenze di vendita in luoghi diversi.

La gestione delle obiezioni.

Chiusura della trattativa.



A CHI È RIVOLTO

A export manager che già lavorano nel mondo del vino, a impiegati/e commerciali che aspirano a un ruolo più attivo nella vendita, a viticoltori/ imprenditori che gestiscono in prima persona l'attività commerciale della propria cantina e a chi sente di dover affinare le proprie competenze commerciali.



DOCENTI

Lavinia Furlani, Andrea Pozzan.



MODALITÀ

Svolgimento: in MODALITÀ DIGITAL (di 2 giornate)

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

390 € + IVA

DICONO DEL CORSO...

Preparazione, capacità di ascolto e di rispondere alle domande in modo chiaro ed esaustivo.

Ho capito come impostare una trattativa di vendita e come suddividerla: che grande traguardo!

Molte informazioni trasmesse sono trasversali per tutti i canali di vendita.

HOSPITALITY ED ENOTURISMO

Preparati per la ripartenza della stagione enoturistica con l'innovativo Campus Hospitality

La grande diversità ed il pregio delle produzioni vinicole italiane in correlazione con la fama internazionale delle nostre territorialità e paesaggi, rappresentano per l'Italia una grande potenzialità sotto il punto di vista del turismo del vino. La polidietricità dell'enturismo italiano è caratterizzata da arte, sport, cibo, vino, cultura e splendidi paesaggi che offrono ai turisti nazionali e internazionali servizi esperienziali a 360°. Tuttavia, l'accoglienza non si improvvisa e per saper integrare la cultura del territorio nella propria offerta enoturistica, si necessita di competenze trasversali e strategiche volte ad aumentare l'attrattività della propria azienda. Pertanto noi di Wine Meridian abbiamo ideato un percorso formativo volto a supportare la ripartenza del settore



PROGRAMMA

Conoscere e conoscersi per accogliere al meglio

- Conoscere la propria impresa: analisi della propria identità e del proprio posizionamento enoturistico.
- I processi per la definizione dell'identità aziendale più autentica e credibile.
- Conoscere i diversi target di riferimento dell'enoturista.
- La comunicazione a supporto

enoturistico italiano, in linea con i forti cambiamenti dell'intero comparto vitivinicolo dettati dalla pandemia. Il **Campus Hospitality ed Enoturismo** è nato dalla nostra esperienza di questi mesi, durante i quali abbiamo visitato più di **150 cantine** italiane. Il corso permette di apprendere come attrarre ed accogliere enoturisti, creando una community, costruendo contenuti che possano essere trasferiti in maniera coerente in relazione agli strumenti che si vogliono utilizzare (social media, sito, newsletter, eventi...). Scoprirete come **la cura dell'accoglienza in un'azienda del vino sia un'attività affascinante e dinamica, che porta ad intrecciare relazioni di business, ma soprattutto a consolidare e ampliare le soft skills necessarie per creare di nuove e saperle gestire al meglio.**

dell'Hospitality e dell'enoturismo.

- Cosa significa accoglienza in un'azienda vitivinicola?
- La struttura dell'accoglienza in azienda (in coerenza alla propria identità aziendale e al target di riferimento).
- Le skills dell'Hospitality Manager: dalle competenze linguistiche a quelle organizzative e di comunicazione.

HOSPITALITY ED ENOTURISMO

La vendita di vino attraverso l'Hospitality

- Comunicazione d'azienda e di prodotto.
- Organizzazione di eventi e gestione delle relazioni.
- Le attuali dinamiche dello sviluppo turistico.
- Come connettersi ai più importanti flussi turistici (relazioni con le agenzie di incoming, tour operator, ecc.) per posizionare la propria azienda al centro dei circuiti enoturistici più favorevoli.

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, di un territorio.
- Lo storytelling "emozionale": come rendere attrattivi i contenuti comunicativi della propria azienda.

Gli strumenti di comunicazione per sviluppare l'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.



A CHI È RIVOLTO

Il corso si rivolge a imprenditori, manager del vino, comunicatori d'impresa, a tutti coloro che lavorano nel mondo del vino, 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, più due importanti testimonianze aziendali. Il corso sarà svolto in partnership con **Winedering**.

Impostare l'Accoglienza

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

Digitalizzazione ed enoturismo

- Sito web: Può servire in ottica di esperienza? Se sì, come?
- Il mondo delle online travel agency. Gestione dati, ERP e CRM.

La creazione di Network

- L'importanza dei wine club: come strutturare il proprio Club e con quali obiettivi.
- Lavoro di territorio: come coinvolgere altri operatori.
- Case histories di sviluppi territoriali di squadra.

Le competenze (hard e soft skills) per l'Enoturismo

- Chi sono gli Hospitality Manager del vino?
- Quali le competenze e le attitudini che devono possedere?



MODALITÀ

Svolgimento: in MODALITÀ DIGITAL (di 2 giornate)

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

390 € + IVA

WEB ENGLISH WINE: COMUNICARE IL VALORE DEL VINO IN INGLESE

Il primo corso interattivo per valorizzare in inglese il tuo brand e i tuoi vini, e per imparare a vendere utilizzando le leve digitali.

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, in modalità digital, non solo per riuscire a "parlare" inglese, ma per "comunicare" in modo efficace in questa lingua.

Una singolare combinazione di conoscenze linguistiche, ma ancor meglio di comunicazione commerciale e di marketing relazionale, 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 interculturale.

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.



MODALITÀ

Svolgimento: in MODALITÀ DIGITAL (di 1 giornata)

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

390 € + 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.



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 gravi come quella attuale, portano con sé.

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

La comunicazione in questi ultimi anni, 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 20miliardi 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 del mercato nazionale ed estero).

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 (digitali 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.



MODALITÀ

Svolgimento: in MODALITÀ DIGITAL (di 2 giornate)

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

390 € + IVA

**I “Campus Wine Meridian Digital Edition”
sono la risposta concreta alla tua voglia di
superarti e scoprirti capace di volare.**

COME FARE PER ISCRIVERSI?

invia una mail a:
formazione@winemeridian.com

Ti verranno inviati modulo di iscrizione e indicazioni per
effettuare il pagamento.