

Audit marketing per cantine

50 domande per capire se sei davvero visibile online

Spunta le singole domande. Per ogni area, riporta il numero di risposte positive e negative nelle caselle SI/NO.



Quattroclici
Il Marketing del Vino spiegato bene

Identità e posizionamento

- 1. La cantina ha un posizionamento chiaro e facilmente
- 2. Sai spiegare in poche righe perché scegliere i tuoi vini?
- 3. Il racconto aziendale va oltre parole generiche come
- 4. Hai identificato il pubblico principale: appassionati, turisti,
- 5. Il tono di comunicazione è coerente con il
- 6. L'immagine aziendale comunica in modo
- 7. Nome, logo, etichette e sito parlano lo stesso
- 8. La storia aziendale è sintetica, credibile e interessante?
- 9. Il territorio è valorizzato come elemento distintivo e i vini sono presentati come prodotti o come espressione di
- 10.

SI
 NO

Sito web della cantina

- 11. Il sito è aggiornato in contenuti, annate, vini e contatti?
- 12. Il sito si carica rapidamente da smartphone?
- 13. La navigazione è semplice anche per chi non conosce la
- 14. Le schede vino includono vitigno, denominazione,
- 15. Ogni vino ha una pagina dedicata e indicizzabile?
- 16. Il sito spiega chiaramente dove si trova la cantina e
- 17. Esiste una sezione dedicata a degustazioni, visite,
- 18. Il modulo contatti è facile da usare e funziona
- 19. Sono presenti call to action chiare: prenota, acquista,
- 20. Il sito è disponibile in italiano e in inglese se lavori con turismo o

SI
 NO

Google, SEO e ricerche

- 21. Cercando il nome della cantina, i primi risultati Google sono
- 22. La scheda Google Business Profile è completa di orari,
- 23. Il sito compare per ricerche legate alla denominazione
- 24. Il sito compare per ricerche legate ai vitigni più
- 25. Le pagine dei vini hanno titoli, descrizioni e testi
- 26. Il sito intercetta ricerche come vini da vitigno, cantine in
- 27. Esistono pagine dedicate a territorio, denominazione e
- 28. Il sito riceve link da guide, portali, consorzi o siti
- 29. Le immagini hanno nomi file descrittivi e testi alternativi?
- 30. Monitori traffico, parole chiave e pagine più visitate?

SI
 NO

Social e contenuti

- 31. I canali social sono aggiornati con regolarità?
- 32. Il profilo Instagram comunica subito chi sei, dove produci e i contenuti alternativi
- 33. I post raccontano qualcosa di utile o mostrano solo
- 34. Usi video brevi per spiegare vini, vendemmia,
- 35. Il tono di voce è coerente con il posizionamento
- 36. Rispondi rapidamente a commenti, messaggi
- 37. I social portano traffico al sito o restano un canale
- 38. Collabori con sommelier, giornalisti, creator o
- 39. Hai misurato quali contenuti generano richieste, visite o
- 40.

SI
 NO

Reputazione e risultati

- 41. Sai quali risultati compaiono cercando online il
- 42. Le informazioni su portali, guide e mappe sono corrette
- 43. Monitori recensioni su Google, TripAdvisor,
- 44. Rispondi alle recensioni in modo professionale, La cantina è
- 45. presente in guide, database, articoli o
- 46. Premi e riconoscimenti sono spiegati anche a chi
- 47. Articoli e citazioni stampa sono raccolti e valorizzati sul sito?
- 48. Esistono contenuti esterni che raccontano la
- 49. Hai una strategia per ottenere nuove menzioni qualificate
- 50. Sai quali canali portano più contatti, visite, prenotazioni o

SI
 NO