

Vino: cosa chiedere in un questionario di soddisfazione



Per chi produce vino, avere un contatto diretto con il consumatore non è immediato.

Se, come nel più tipico dei casi, si vende il vino a terzi, che si tratti di enoteche, distributori o ristoratori, diventa difficile sapere cosa il **consumatore finale** pensa dei nostri vini.

D'altro canto, quando si ha un contatto diretto, ad esempio attraverso la partecipazione a fiere, ma soprattutto attraverso l'enoturismo, un aspetto che

troppo spesso si trascurava è quello di chiedere un **parere al visitatore**, sia sui vini sia sulla visita in sé.

È un peccato perché questo riscontro diretto può dare spunti interessanti e mostrare spazio di miglioramento oltre a coinvolgere l'enoturista. Tutto ciò evitando di scoprire che magari qualcosa non andava bene attraverso una **recensione negativa** sui social network.

A cosa serve il questionario

Ecco dunque una piccola guida che può aiutare a creare, passo dopo passo, un questionario di soddisfazione.

Per prima cosa, occorre spiegare a cosa serve il **questionario**.

Questa breve spiegazione di solito sarà fatta a voce ma è bene riassumere in poche righe, tre o quattro al massimo, l'utilità delle domande che si stanno ponendo. In questo modo sarà più facile coinvolgere il visitatore e invogliarlo a dedicarci qualche minuto.

È importante chiedere solo pochi minuti di tempo e organizzare i **contenuti in modo semplice**.

Il tempo è prezioso, anche quando si è in vacanza. Per questo è bene rispettare il tempo dell'enoturista in visita e porre solo poche efficaci domande.

Alla fine della visita l'enoturista starà magari pensando alla **tappa successiva** del suo viaggio. Per **invogliarlo a rispondere** alle nostre domande è bene innanzitutto limitarsi a una decina di domande appena e a una pagina sola.

Chi riceve il questionario deve essere sicuro che nel giro di cinque minuti avrà finito.

Organizzare le domande

Sarà bene organizzare le domande per **sezioni o argomenti**, in modo che sia più facile leggerle (e per voi scriverle), partendo dalle domande demografiche.

Partire dai dati anagrafici della **clientela** ha due vantaggi: nel momento in cui elaboreremo i dati ci permetterà di inquadrare facilmente chi sono gli enoturisti e da dove vengono.

Non solo, essendo semplice rispondere a questo **genere di domande**, psicologicamente l'enoturista sarà meglio disposto verso il questionario.

In questa sezione possiamo riportare le classiche domande che si riferiscono a sesso, fascia di età, provincia di residenza. Altre domande di questo tipo possono essere anche, in senso più ampio, il titolo di studi e il **settore di provenienza** (prevedendo voci come: appassionato, sommelier, operatore commerciale,

giornalista/blogger, importatore).

Anche se non si tratta prettamente di una domanda «anagrafica», in questa sezione possiamo includere anche una domanda su come sono venuti a **conoscenza** della **cantina**.

Tratto dall'articolo pubblicato su *Vite&Vino* n. 2/2020

Cosa chiedere in un questionario di soddisfazione

di S. G. Scarso

L'articolo completo è disponibile per gli abbonati anche su Rivista Digitale