

# 10 CLAVES PARA VENDER LA RUTA DEL VINO en Baja California



Guía práctica para recomendar, argumentar y cerrar mejores ventas. Úsala para convertir una escapada de vino en una propuesta aspiracional, clara, rentable, memorable y fácil de recomendar hoy mismo.



## 1 VÉNDELA COMO UNA ESCAPADA COMPLETA

La Ruta del Vino no se vende solo como un viaje para tomar vino. Preséntala como una experiencia de descanso, gastronomía, paisaje, diseño, celebración y reconexión. Al cliente final le atrae la idea de escaparse unos días, comer bien, brindar, tomar fotos, relajarse y vivir algo diferente sin salir de México.



## 2 EMPIEZA POR EL VALLE DE GUADALUPE

El Valle de Guadalupe es el gran gancho comercial. Es el nombre que más reconoce el viajero y el que abre la conversación. Menciónalo como el corazón de la ruta: viñedos, bodegas, catas, restaurantes de autor, terrazas con vista, hoteles boutique y atardeceres que convierten cualquier escapada en un recuerdo especial.



## 3 NO VENDAS SOLO VINO: VENDE EXPERIENCIAS

Muchos clientes no son expertos en vino y eso no debe frenar la venta. Explícales que pueden disfrutar una cata guiada, caminar entre viñedos, aprender sin presión y dejarse sorprender. La clave está en vender aromas, sabores, paisajes, conversaciones largas, cenas memorables y momentos que se viven con calma.



## 4 IDENTIFICA AL VIAJERO IDEAL

Recomiéndala a parejas, grupos de amigos, aniversarios, cumpleaños, lunas de miel cortas, escapadas románticas, celebraciones especiales y clientes que ya conocen playa o ciudad y buscan algo distinto. También funciona para viajeros gastronómicos, amantes de hoteles boutique, creadores de contenido y personas que quieren experiencias elegantes, cercanas y fáciles de disfrutar.

## 5 USA LA GASTRONOMÍA COMO ARGUMENTO FUERTE

Baja California tiene una cocina poderosa. Habla de productos del mar, huertos, quesos, pan artesanal, aceite de oliva, carnes, maridajes y restaurantes de autor. Para muchos clientes, la comida será tan importante como el vino. Si vendes bien la mesa, el destino se vuelve mucho más atractivo.



## 6 RECOMIENDA LA MEJOR TEMPORADA, PERO NO LIMITES LA VENTA

La vendimia, entre agosto y octubre, es ideal para clientes que buscan ambiente festivo, cosecha, catas especiales, cenas maridaje y eventos. Pero la ruta funciona todo el año. Primavera es fresca, verano vibra, otoño se siente íntimo e invierno favorece escapadas tranquilas y gastronómicas.

## 7 AGREGA VALOR CON ZONAS COMPLEMENTARIAS

Además del Valle de Guadalupe, integra Santo Tomás, San Vicente, Ojos Negros, Tecate, Ensenada o Rosarito según el programa. Así el cliente percibe una ruta más completa, con paisajes, bodegas, costa cercana y experiencias diversas.



## 8 VÉNDELA COMO DESTINO FOTOGÉNICO

El viajero actual busca experiencias memorables y compartibles. Destaca viñedos, montañas, atardeceres, arquitectura contemporánea, terrazas, copas al aire libre, caminos escénicos y rincones de diseño. La ruta entra por los ojos: si imagina sus fotos, imaginará su viaje.



## 9 CUIDA LA LOGÍSTICA Y TRANSMITE CONFIANZA

La experiencia se disfruta mejor cuando transporte, tiempos, visitas, catas y traslados están bien organizados. El cliente no quiere manejar, reservar ni calcular distancias. Una buena operación transforma el viaje en una experiencia segura, cómoda, fluida y mucho más disfrutable.

## 10 CIERRA CON UNA FRASE SIMPLE Y PODEROSA

Resume la venta así: La Ruta del Vino de Baja California es una escapada para brindar, comer bien, descansar y celebrar la vida entre paisajes memorables. No es un viaje complicado. Es una experiencia cercana, elegante y diferente, perfecta para clientes que buscan algo especial dentro de México, con alto valor percibido y gran potencial de recomendación.

La Ruta del Vino de Baja California es una escapada para brindar, comer bien, descansar y celebrar la vida entre paisajes memorables.



*Vende la Ruta del Vino de Baja California con Juliá Tours*