vinetur

El futuro de la educación vitivinícola en la era de la Generación Z

Un nuevo enfoque de la educación y el servicio del vino

miércoles 31 de enero de 2024



En el cambiante panorama de la industria vitivinícola, ha surgido un reto fundamental: atraer a la Generación Z a una categoría tradicionalmente abrazada por las generaciones mayores. Esta generación, marcada por sus características y preferencias distintivas, requiere un enfoque único para integrarse eficazmente en el comercio del vino. Berkmann Wine Cellars, un destacado importador del Reino Unido, ha reconocido

esta necesidad y es pionero en los esfuerzos por hacer que el vino sea relevante para la Generación Z, especialmente en el sector de la hostelería.

El reto no es insignificante. Las tendencias recientes muestran un descenso del consumo de vino entre los consumidores más jóvenes, un fenómeno que suscita inquietud sobre el futuro de la industria vitivinícola. Sin embargo, Bob Davidson, responsable de formación vinícola de Berkmann Wine Cellars, ofrece una perspectiva diferente. Sugiere que no se trata de un alejamiento del vino, sino más bien de una falta de acercamiento, atribuida a la multitud de intereses que compiten por la atención de las generaciones más jóvenes. Los jóvenes de hoy tienen a su disposición una plétora de actividades y experiencias, a diferencia del panorama social más sencillo de hace veinte o treinta años.

Davidson subraya la importancia de no considerar esta tendencia como un factor disuasorio de la educación vitivinícola. Haciendo una analogía con el personal vegetariano de atención al público que sigue siendo capaz de vender filetes, sostiene que las preferencias personales no deberían limitar la capacidad de prestar un servicio excepcional en el sector del vino. Esta perspectiva sustenta el enfoque de Berkmann para formar a la Generación Z en el sector hostelero.

Consciente de la dinámica cambiante de la mano de obra del sector de la hostelería, Berkmann Wine Cellars ha relanzado su programa de formación Veraison, introducido por primera vez en 2016. El programa renovado, bajo la dirección de Davidson, se centra en hacer que la educación sobre el vino sea más atractiva y relevante para una audiencia de la Generación Z. Esto implica dos estrategias principales: la integración tecnológica y un énfasis en el compromiso emocional.

El aspecto tecnológico incluye la introducción de una nueva plataforma de aprendizaje electrónico y una aplicación Veraison, que incorpora elementos de gamificación. Este enfoque se ajusta a las preferencias digitales de la Generación Z, haciendo que el proceso de aprendizaje sea más atractivo y accesible. Además, el programa de formación cuenta con la experiencia de una científica del comportamiento, la Dra. Rachael Skews, para abordar la segunda estrategia: el compromiso emocional.

La Dra. Skews señala que la Generación Z busca un contrato psicológico diferente con los empleadores, dando prioridad a las experiencias laborales significativas y a un equilibrio saludable entre trabajo y vida privada. Esta percepción ha dado forma al programa Veraison para que sea más inclusivo y representativo de los valores y expectativas de la Generación Z. El programa fomenta la cocreación del lenguaje del vino y hace hincapié en la empatía, tanto con los clientes como con los compañeros. Su objetivo es crear un entorno de formación psicológicamente seguro, reduciendo las barreras y la intimidación que a menudo se asocian con el vino.

El renovado programa Veraison también se toma en serio la inclusión, rebajando la edad de lectura de sus contenidos para dar cabida a un abanico más amplio de alumnos, incluidos los que tienen dificultades de aprendizaje o proceden de entornos socioeconómicos más bajos.

En última instancia, el objetivo no es convertir a todos los miembros de la Generación Z en entusiastas del vino. Se trata más bien de adaptar el entorno de trabajo del sector hostelero a sus valores y perspectivas, reconociendo la importancia del vino en el contexto del servicio y la experiencia del cliente. Davidson resume este enfoque haciendo hincapié en la necesidad de que la Generación Z comprenda la importancia del vino para los demás y conecte con los clientes sobre esa base.

Mientras el sector del vino se enfrenta al reto de captar a una nueva generación, el enfoque adoptado por Berkmann Wine Cellars ofrece valiosas perspectivas. Adaptando los métodos educativos a las preferencias y valores de la Generación Z, la industria del vino puede garantizar su relevancia y atractivo para esta fuerza laboral emergente, salvaguardando en última instancia su futuro.