

Les fondamentaux en oenologie

« Identifier les fondamentaux en oenologie, pour mettre en avant sa carte des vins et développer son chiffre d'affaires. »

Objectifs

- Identifier les fondamentaux commerciaux grâce à la bouteille
- Identifier sur la carte de France les régions et leurs cépages respectifs
- Expliquer au client la vinification
- Utiliser le vocabulaire adéquat pour commercialiser le vin
- S'initier à la dégustation du vin
- Comprendre un accord met et vin
- Créer l'argumentaire de vente et le mettre en pratique

Bénéfices

- Enrichir sa boîte à outils de bonnes pratiques
- S'adapter aux évolutions de son métier
- Gagner en performance

INFORMATIONS PRATIQUES

Durée :
4 jours - 28 heures

Formats :
Présentiel

Effectif minimum :
2 personnes

Types :
Inter ou intra entreprises

Pré-requis :

- Aucun

Public concerné :

- Tout public

Modalités d'évaluations :

- En début de formation : évaluation des acquis/quizz
- En cours de formation : mise en situation
- En fin de formation : évaluation des acquis/quizz

Tous nos formateurs sont recrutés via un processus qualité précis.

Programme

HO

UN ANCRAGE DES COMPÉTENCES Sur le long terme.

AVANT

Un questionnaire "état des lieux" pour bien comprendre les besoins et ajuster les contenus.

PENDANT

Des mises en situation et la réalisation d'un plan d'actions.

APRÈS

Un quizz sur les connaissances et les compétences acquises.

TOUJOURS

Un petit livret sur les bonnes pratiques remis à chaque participant.

Identifier les fondamentaux commerciaux grâce à la bouteille

Repérer les différentes sources d'informations légales et commerciales sur la bouteille

S'approprier les notions de provenance, viticulture, labélisation, appellation

Identifier les régions viticoles et leurs cépages respectifs

Repérer sur la carte de France les régions viticoles, les cépages et les principaux terroirs

Découvrir l'histoire des « grands crus classés 1855 »

Expliquer au client la vinification

S'approprier les étapes de la vinification (vin rouge, blanc, rosé, champagne, vin doux naturel)

Savoir restituer au client la vinification de manière schématique

Utiliser le vocabulaire adéquat pour commercialiser le vin

Identifier le vocabulaire technique du vin grâce au « dico du vin »

Savoir présenter à un néophyte les caractéristiques d'un vin

S'initier à la dégustation du vin

Prendre conscience des arômes dans le nez du vin

S'approprier les premières saveurs gustatives

Identifier le matériel présent au sein de l'établissement pour servir le vin dans sa condition optimale (température, carafage, verrerie)

Comprendre un accord met et vin

Comprendre l'impact des saveurs et textures en interaction avec un vin de manière théorique et pratique

Créer l'argumentaire de vente

Mettre en valeur les caractéristiques commerciales des 5 principaux vins du restaurant

Créer la fiche individuelle d'argumentaire de chacun des 5 vins

Mise en situation par des jeux de rôles

Méthodologie

Accueil au sein du restaurant, hôtel, bar

Quizz test connaissances avec l'outil Kahoot

Remplissage de documents à trous

Dégustation de vins, de mets

Mise en avant de l'argumentaire commercial auprès des clients