



FF34-24

COMMERCIAL/COMMUNICATION

VALORISER LA VENTE DES VINS EN RESTAURATION

Public concerné : Tout professionnel souhaitant être à l'aise avec la communication des vins et développer la commercialisation des vins selon les attentes et besoins de sa clientèle.

Prérequis : Aucun

Mise en œuvre : Formation en présentiel

Durée : 21 heures (3 jours de 7 heures)

Tarif : 1950 Euros HT.
1500 Euros HT. (Adhérent RESO)
4500 Euros HT. (formation intra entreprise)
Prise en charge possible OPCO

Formacode : 42739

Nombre de stagiaires : 3 pers. minimum, 7 pers. Maximum

Personnes en situation de handicap : Adaptations possibles des conditions d'accueil et d'animation selon besoin(s) spécifique(s), merci de nous contacter

Dates, ville, accès : Consultez notre planning de sessions sur www.reso-formation.fr ou nous contacter via notre formulaire contact sur le site

Inscription : Merci de nous faire part de votre demande via la fiche formation concernée (formulaire d'inscription à compléter) sur www.reso-formation.fr
RESO formation s'engage à vous répondre dans les 72 heures suivant votre demande et à débiter la prestation dans les 1 à 2 mois à compter de l'acceptation de la prise en charge du dossier.

Mise À jour : janvier 2025



Valoriser la vente des vins en restauration

OBJECTIF(S) DE FORMATION

Cette formation vous permettra d'avoir les clés pour assurer un service du vin de qualité

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ❖ Repérer les différentes méthodes d'élaboration des vins français et identifier leurs principales caractéristiques
- ❖ Comprendre les principes de la dégustation afin de valoriser les qualités du vin dans la vente
- ❖ Conseiller les vins selon les préférences des clients tout en proposant un protocole de service adapté
- ❖ Evaluer la carte des vins d'un restaurant et proposer des améliorations pour mieux répondre aux attentes des clients

PROGRAMME DE FORMATION

1 – Comprendre et acquérir un vocabulaire technique

- Différencier les différentes méthodes nécessaires à l'élaboration des vins
- Identifier les caractéristiques des principaux cépages de France
- Repérer les mentions législatives et commerciales à mettre en avant

2 – Construire un argumentaire commercial selon l'identité du vin

- Identifier les différentes étapes de la dégustation et ses intérêts
- Repérer les principaux arômes des vins blancs et vins rouges
- Associer les familles d'arômes aux modes d'élaboration.
- Interpréter l'équilibre du vin et définir leurs typologies

3 – Analyser une carte des vins

- Comprendre les repères clés liés à la construction
- Repérer les anomalies d'une carte des vins souhaitée
- Orienter son référencement en vue d'une stratégie commerciale

4 – Faire émerger les attentes de sa clientèle

- Définir les besoins d'une clientèle ciblée et ses attentes
- Mettre en œuvre les grandes étapes de recherche des besoins
- Comprendre les critères d'orientation et faire des propositions judicieuses

5 – Accorder les mets et les vins

- Comprendre la structure des plats de la carte des mets
- S'approprier les différents types d'accords des mets et des vins
- Adapter un argumentaire commercial simple afin de satisfaire les attentes

6 – Savoir mettre les vins en valeur

- Adapter le protocole du service du vin selon la vente
- Utiliser le matériel en adéquation avec le vin
- Orienter le client selon la chronologie de dégustation

VALIDATION DES COMPÉTENCES

Il sera envoyé à chaque stagiaire, à l'issue de la formation, un questionnaire à retourner dans les 48 heures et qui permettra de vérifier si les principes essentiels découlant de la formation ont bien été acquis par chacun d'entre eux.

Selon le formateur il est possible que ce soit ce dernier qui procède à l'évaluation des compétences selon une grille prédéfinie en aval et en amont.

D'autre part, un questionnaire d'appréciation sera remis également aux participants.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

La formation présentielle se déroulera dans le respect du programme de formation qui aura été préalablement remis aux stagiaires, et ce, suivant une alternance d'exposés théoriques et de cas pratiques