



Les Objectifs

Approfondir ses connaissances en œnologie
mieux identifier les goûts du client, parler du vin avec le mot juste et être plus à l'aise dans le conseil et de la vente du vin.

A qui s'adresse cette formation ?

Toute personne ayant à prendre des commandes auprès de clients :

Formateurs Encadrement, Serveurs voulant être plus à l'aise pour mieux vendre le vin, en particulier pour ceux qui n'en boivent pas ou qui n'ont pas de connaissance particulière en œnologie.

Méthode pédagogique

Les thèmes sont traités selon une méthode participative avec des exercices pratiques. Chaque participant travaille sur l'exemple concret de la carte de son restaurant.

Un manuel personnalisé peut être remis à chaque participant reprenant les principales séquences de la formation, et contenant des informations sur les différentes catégories de vins, figurant sur la carte du restaurant

Durée et organisation

La formation se déroule sur une journée, ou deux demi-journées (pour le personnel en coupure) dans votre restaurant. Le repas peut être l'occasion de mise en pratique d'exercices de dégustation



CONTENU

• Les attentes des clients

Enjeux commerciaux, parler du vin avec précision et donner envie, le vin facteur de convivialité, quels sont les freins de consommations, l'analyse de l'offre commerciale sur la carte

• Connaitre le vin

Cépages, vinification des vins rouges et blancs
Elevage du vin, sa conservation et la Réglementation
Savoir lire une étiquette
Les notions d'AOC de Cru, de Terroir

• Déguster le vin

Les particularités gustatives, le goût du vin et les goûts du client
Saveurs et climats,
Les Styles de vin, l'équilibre d'un vin l'art de la dégustation
Le vocabulaire, les millésimes,
Les arômes des vins et l'évolution dans le temps

• Associer vin et mets

Règles d'associations Connaissance de la carte,
Caractéristiques des principaux vignobles,
Bordelais Bourgogne Champagne Cotes du Rhône Pays de Loire
.Les particularités françaises et étrangères

• Service du vin :

Les règles de base, la vaisselle,
Présenter, ouvrir servir le vin,
Températures de service, Le cérémonial valorisant pour le client

• Fidéliser les clients

Gérer les clients insatisfaits
créer de la relation autour du vin les enjeux de la fidélisation

• Construire un argumentaire de vente

Les occasions de vendre au cours du repas. Techniques de vente