

COMMERCIALISATION

ETABLIR UNE STRATÉGIE RENTABLE DE COMMERCIALISATION DES VINS SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS

FORMACODE : 34256

5 JOURS (35H)

Objectif pédagogique : Maîtriser la méthodologie de l'élaboration d'une stratégie commerciale appliquée au monde du vin

Objectifs opérationnels : Etre capable de monter une stratégie commerciale de ses vins, en France, rentable et prête à être mise en place .

PUBLIC CONCERNÉ

Cette formation s'adresse aux personnes amenées à créer ou gérer la commercialisation d'une entreprise du monde du vin (Gérants, salariés, demandeurs d'emploi, auto-entrepreneurs,...)

PRÉ-REQUIS

Aucun

ACCESSIBILITE HANDICAP

En présentiel, toutes les formations ont lieu dans des salles accessibles aux personnes à mobilité réduite.
Pour toutes les situations de handicap, merci de nous contacter le plus en amont possible (1 mois) pour étudier la faisabilité et l'adaptation de la formation : logistique, pédagogie et animation de la formation.

PROFIL DE VOTRE FORMATEUR

Cette formation est assurée par :
Une consultante en communication dans le vin ayant plus de 10 ans d'expérience .

PARTICIPANTS

Cette formation est assurée pour des groupes entre 1 et 5 personnes

FORMATION PROFESSIONNELLE

Attestation remise par Atout Terroir

INSCRIPTIONS ET DELAIS D'ACCES

L'inscription se fait par email après un entretien mail/téléphone auprès de l'équipe d'Atout Terroir qui valide la faisabilité et la pertinence du projet de formation selon les pré-requis établis. Un programme et un devis sont envoyés. A l'issue de la validation du devis, la formation pourra être planifiée au plus tôt dans les 15 jours .

LIEU

Cette formation peut être assurée en entreprise ou au centre de formation Atout Terroir
5 rue de la Lucques
34725 Saint André de Sangonis (à 20 min de Montpellier)

CONTACT

Pour les inscriptions et les demandes de renseignement veuillez contacter :
Josselin MENDIGAL - Responsable pédagogique
Laetitia MATHIEU - Gérante
Mail : contact@atout-terroir.com
Téléphone : 07 82 55 14 72 / 06 95 09 00 47

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Modalités pédagogiques :

Cas pratique de création d'une stratégie de communication et de réseaux sociaux selon le projet du stagiaire. Méthode de l'incident et discussion collective . Si le stagiaire n'a pas de projet défini, le formateur lui remettra un cas pratique réel de commercialisation pour un vigneron, un restaurateur ou une activité œnotouristique.

Matériel utilisé :

Supports de formation .

Documents remis au stagiaire :

Manuels de formation "Ma stratégie commerciale France" - Powerpoint

Rôle du formateur :

Évaluer les compétences - Évaluer les acquis - Apports théoriques -Animation de groupe dans le but de faire émerger les solutions par des techniques d'animation participative

MODALITÉS DE SUIVI ET D'EVALUATION DES STAGIAIRES ET DES FORMATEURS

Suivi des stagiaires :

Attestations de présence, attestation d'entrée en formation et attestation de fin de formation

Evaluations des stagiaires en début et fin de formation :

Autodiagnostic en début de formation

Evaluation de la maîtrise de la méthodologie par la réalisation du cas pratique

Evaluation de la satisfaction en fin de formation

Evaluation de la satisfaction post-formation (taux d'insertion, taux d'augmentation du chiffre d'affaires)

Evaluation du formateur par les stagiaires en fin de formation :

Questionnaire

5 JOURS (35H)

Objectif pédagogique : Maîtriser la méthodologie de l'élaboration d'une stratégie commerciale appliquée au monde du vin

Objectifs opérationnels : Être capable de monter une stratégie commerciale de ses vins, en France, rentable et prête à être mise en place .

PROGRAMME DE FORMATION

BLOC DE COMPETENCES : COMMERCIALISATION DES VINS EN FRANCE

1. FAIRE UN DIAGNOSTIC DE L'ENTREPRISE

- Forces , Faiblesses (Utilisation tu SWOT)
- Quantités disponibles pour la vente en fonction du réseau de distribution
- Compétences humaines
- Etat de la trésorerie

2. LES RÉSEAUX DE DISTRIBUTION EN FRANCE

- Les différents réseaux de distribution
- Quelle est la situation de l'entreprise ?
- Quelles sont les démarches déjà entreprises ?

3. FIXER PAR ÉCRIT LES OBJECTIFS DE VENTE

- Fixer par écrit les objectifs de vente en volume et en valeur
- Déterminer les objectifs en fonction du temps : Court Terme, Moyen terme, Long terme
- Savoir être réaliste !

4. DÉFINIR LES MARCHÉS CIBLE PAR ORDRE DE PRIORITÉ

- L'étude de marché
- Quelles informations importantes incorporer dans l'étude ?
- Sources d'information
- Tableau comparatif des marchés
- Matrice de sélection

5. LE PLAN D'ACTIONS

- Définir un plan d'actions en fonction des thèmes suivants : Marketing, Commercial, Communication, Production, Événementiel , Ressources humaines, Finances

6. RENTABILITE

- Les coûts à prendre en compte
- Fixer les prix
- Intégrer les conditions de vente sur le calcul des prix
- Prévisionnel financier
- Plan de trésorerie

7. L'ARGUMENTAIRE ET LES DOCUMENTS COMMERCIAUX D'AIDE À LA VENTE

- Argumentaire commercial
- Grille tarifaire
- Fiche technique

DÉROULÉ PÉDAGOGIQUE

Auto-diagnostic en début de formation, dans le but d'évaluer le niveau de connaissance de chaque stagiaire, afin d'adapter le rythme de la formation .
Tour de table des projets de commercialisation en début de formation

BLOC DE COMPETENCES : COMMERCIALISATION DES VINS DE FRANCE

1. DIAGNOSTIC (7H)

Apprentissage théorique de chaque étape constituant le programme

Cas pratique - Autodiagnostic de son offre commerciale , établir un SWOT

Evaluation de fin d'étape :

Evaluation de la maîtrise de la méthodologie par la réussite du Cas pratique.

2. LES RESEAUX DE DISTRIBUTION EN FRANCE (3h)

Apprentissage théorique de chaque étape constituant le programme

Evaluation de fin d'étape :

Evaluation de la connaissance par un QCM

3. FIXER PAR ECRIT SES OBJECTIFS DE VENTE (2H)

Apprentissage théorique de chaque étape constituant le programme

Cas pratique - Fixer ses objectifs

Evaluation de fin d'étape :

Evaluation de la maîtrise de la méthodologie par la réussite du Cas pratique.

4. DEFINIR LES MARCHÉS CIBLE (9h)

Apprentissage théorique de chaque étape constituant le programme

Evaluation de fin d'étape :

Evaluation de la connaissance par un QCM

5. LE PLAN D'ACTIONS (7h)

Apprentissage théorique de chaque étape constituant le programme

Cas pratique : Plan d'actions stratégique

Evaluation de fin d'étape :

Evaluation de la maîtrise de la méthodologie par la réussite du Cas pratique.

6. RENTABILITE (7h)

Apprentissage théorique de chaque étape constituant le programme

Cas pratique : Prévisionnel financier et plan de trésorerie

Evaluation de fin d'étape :

Evaluation de la maîtrise de la méthodologie par la réussite du Cas pratique.

7. ARGUMENTAIRE ET DOCS D'AIDE A LA VENTE (7H)

Apprentissage théorique de chaque étape constituant le programme

Cas pratique - Mise en situation de vente

Evaluation de fin d'étape :

Evaluation de la maîtrise de la méthodologie par la réussite du Cas pratique.