

Commercialisation vins

PUBLIC CONCERNÉ Toute personne souhaitant se spécialiser dans le domaine de la commercialisation du vin
Tout commercial souhaitant élargir son domaine d'activité

PRÉ-REQUIS Aucun

DURÉE DE LA FORMATION Forfaitaire : **8h de mentorat individuel**
Accès à 30h en e-learning en complément de la formation

TARIFS Prix incluant le coût de la certification : 1690.00€

MODE Formation à distance
individuelle avec entrées permanentes
!! Personnes en situation de handicap, prenez contact avec l'organisme responsable en amont de la formation pour une adaptation des modalités en fonction de vos besoins

CERTIFICATION * **Certification** : Techniques de ventes

PRÉ-REQUIS TECHNIQUES Matériel nécessaire :
• Un micro-ordinateur par personne
• Connexion internet
• Casque avec micro recommandé ou intégré à votre ordinateur
• Webcam souhaitable

OBJECTIFS OPERATIONNEL / RESULTAT ATTENDUS Maîtriser les fondamentaux des techniques de vente pour préparer, mettre en œuvre et suivre des actions de vente performantes omnicanales.

Evaluation :
50% de la note est obtenue par le contrôle des connaissances au QCM
20% de la note est obtenue par la rédaction du post LinkedIn
30% de la note est obtenue par la validation de la simulation entretien de vente : argumentaire et traitement des objections

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Intégrer les différentes techniques de communication interpersonnelle et la posture adaptée au métier de commercial en B to B
- Préparer et organiser efficacement sa prospection commerciale en exploitant tous les canaux (traditionnels et social selling)
- Maîtriser les étapes clés de l'entretien commercial
- Mettre en œuvre les spécificités de l'entretien de vente selon le canal utilisé: face à face (incluant le point de vente) et à distance
- Effectuer le suivi de la relation commerciale - Connaître les métiers du vin et de la vigne
- Appréhender l'œnologie et la viticulture

- Approfondir vos connaissances sur la gastronomie française et ses accords mets et vins
- Découvrir les régions viticoles françaises
- Connaître la législation viti-vinicole
- Mettre en pratique avec la dégustation de grands vins français.

PROGRAMME

PARTIE 1 : Commercialisation des Vins

Module 1 : Contextualiser le vin

- Géopolitique du vin : des origines à nos jours
- L'hégémonie de la production française
- Les AOP et les classements
- Les différents opérateurs de la filière viticole

Exercice : reconstituer la carte des appellations françaises la plus précise possible

Module 2 : Connaître la production

- Vigne et culture
- Les méthodes de production selon les types de vin
- Les labels et les certifications

QCM sur la vigne + remettre les différentes étapes de production

Module 3 : L'économie du vin

- Les canaux de distribution
- Le rôle du digital, les RS et les influenceurs
- Les Français et le vin : les habitudes de consommation

QCM sur les consommateurs et habitudes de consommation

Module 4 : Savoir déguster et en parler

- Les grandes étapes de la dégustation
- Construire son argumentaire

Atelier dégustation + construire sa fiche de dégustation

PARTIE 2 : TECHNIQUES DE VENTE

Module 1 : Mobiliser les différentes techniques de communication interpersonnelle dans les métiers de la vente

Se positionner dans le métier de commercial

- Identifier les attitudes clés, savoir-être et comportements attendus dans l'exercice du métier aujourd'hui
- Prendre connaissance de l'infographie métier
- Réaliser sa carte d'ID de commercial

Clarifier les éléments de communication interpersonnelle

- Clarifier les éléments du schéma de communication

- Répertorier les éléments liés au fonctionnement du cadre de référence et aux biais de communication
- Distinguer les 3 vecteurs de communication et leur impact
- Privilégier les formulations impactantes
- Travailler les éléments d'habillage du discours (intonation, débit, rythme...)
- Caractériser le fonctionnement de l'écoute active (attitude, questionnement/ reformulation) et de l'empathie

Module 2 : Préparer et organiser sa prospection commerciale

Collecter les informations pour préparer efficacement sa prospection commerciale

- S'approprier les objectifs de l'action de prospection
- Collecter les informations complémentaires sur les entreprises ciblées et les profils des prospects
- Identifier les secteurs et acteurs du marché
- Distinguer les clients d'hier et d'aujourd'hui : les nouveaux comportements d'achat

Booster la préparation de sa prospection en utilisant LinkedIn

- Définir le social selling et certains de ses outils (LinkedIn premium et Sales navigator)
- Clarifier les 4 concepts qui gouvernent la notion de réseau social (Profil/réseau/contenu/activités)
- Créer son profil LinkedIn en travaillant son image et sa visibilité
- Développer son réseau en utilisant les fonctionnalités de recherche (recherches, directes/invitations/Abonnements groupes professionnels/ recommandations)
- Elaborer sa 1ère communication sur les réseaux sociaux : le post

Concevoir ses outils pour organiser sa prospection commerciale

Créer le fichier de prospection qualifié :

- Alimenter le CRM ou fichier
- Analyser son portefeuille pour prioriser ses prospects grâce à la matrice Attrait/Urgence

Compléter le plan d'action commerciale :

- Identifier les étapes de construction d'un PAC
- Distinguer les familles d'actions commerciales
- Choisir les actions adaptées à ses cibles

Anticiper le suivi de la performance de sa prospection commerciale :

- Analyser les ratios de transformation pour optimiser ses actions

Module 3 : Effectuer la prise de rendez-vous téléphonique pour closer un entretien de vente

Se préparer pour vendre son rendez-vous :

- Réunir les informations préalablement collectées lors de la phase de préparation de la prospection et préparer son script téléphonique
- Utiliser un canevas d'entretien pour garder le cap lors de l'entretien

Vendre son rendez-vous par téléphone :

- Contacter : les 4 phases clés :

Identification/autorisation/présentation/objet-accroche

Les techniques de gestion de barrages téléphoniques

- Accrocher le client pour susciter son intérêt

Les techniques d'accroches percutantes

- Proposer le rendez-vous

Les techniques de proposition de rendez-vous

Les techniques de rebond aux objections de prise de rendez-vous

- Conclure sa prise de rendez-vous

Collecter les informations pour qualifier son fichier

Verrouiller le rendez-vous pour l'entretien de vente

Prendre congé

Module 4 : Conduire l'entretien de vente en face à face

Mettre en œuvre les 4 étapes de l'entretien de vente en face à face par avec les 4C

- C comme Contacter

Mobiliser les attitudes clés du vendeur pour créer un climat de confiance

- C comme Connaitre

Réaliser la découverte des besoins grâce à la technique SPID

Identifier les motivations d'achat à travers la méthode SONCASE

- C comme Convaincre

Construire un argumentaire sur mesure grâce à la méthode APB -CAP

Traiter les objections grâce à la méthode CRAC

- C comme Conclure

Engager le client avec les techniques de closing

Réaliser la prise de congé

Identifier les spécificités de l'entretien de vente en face à face dans un point de vente

- C comme Contacter

Renforcer la phase d'alliance pour installer un 1er contact engageant

Utiliser les outils d'aide à la vente : fiche clients/ fiche produits

- C comme Connaitre

Identifier le profil et le potentiel client dès son arrivée dans le point de vente

- C comme Convaincre

Construire un argumentaire CAP ou CAB selon offre produit ou services

Utiliser les techniques de démonstration produits

Traiter les objections spécifiques

- C comme Conclure

Utiliser les outils numériques pour finaliser la vente

Engager le client avec une offre de fidélisation

Module 5 : Conduire l'entretien de vente à distance

Caractériser les éléments qui exercent une influence sur la relation commerciale

- Différencier les caractéristiques techniques des nouveaux outils de la relation commerciale à distance
- Identifier les impacts de la visio-conférence sur la communication interpersonnelle
- Les particularités du distanciel synchrone : décalage, désynchronisation, regard, micro-coupures, temps d'attention, fluidité
- Maîtriser sa préparation

Identifier les spécificités de l'usage de la visio-conférence dans l'entretien de vente

- Contacter : créer un climat propice dans un contexte qui perturbe la communication
- Connaître : adapter sa posture aux contraintes de l'outil numérique
- Convaincre : privilégier la démonstration à l'argumentation
- Conclure : Finaliser la vente ou se fixer un objectif de rendez-vous en face à face

RÉSUMÉ PROGRAMME

AVANTAGES

Afin de mettre en pratique vos connaissances acquises, vous recevrez chez vous un coffret de dégustation composés d'échantillons de grands vins français.

Accompagnement pédagogique :

Toutes nos formations commencent par un test d'évaluation des compétences du bénéficiaire afin de personnaliser son parcours d'apprentissage et d'acquisition des compétences

- Un conseiller référent (suivi personnalisé – Prise de contacts régulière, disponibilité forte)
- Questions sur les formations directement sur la plateforme ou par téléphone portable et mise en contact avec un interlocuteur référent .
- Coordinateur pédagogique disponible par téléphone et/ou par email (délais de réponse par email sous 48h maximum, jours ouvrés) mais également via la plateforme

Accompagnement technique :

Une équipe est à votre disposition pour vous accompagner dans la résolution de tout problème technique ou pour vous guider afin d'optimiser votre expérience de consultation de la formation ou d'interaction avec votre formateur. Support technique : possibilité de contacter le support technique par email directement sur la plateforme / délais de réponse par email sous 48h maximum, jours ouvrés L'équipe est également joignable par téléphone au 04 77 39 99 02 ou par email support@suivremaformation.fr du lundi au vendredi, de 9h à 12h et de 14h à 18h.

COMPÉTENCES / OBJECTIFS

- Intégrer les différentes techniques de communication interpersonnelle
- Préparer et organiser efficacement sa prospection commerciale en exploitant tous les canaux
- Maîtriser les étapes clés de l'entretien commercial
- Mettre en œuvre les spécificités de l'entretien de vente
- Effectuer le suivi de la relation commerciale
- Effectuer le suivi de la relation commerciale - Connaître les métiers du vin et de la vigne
- Appréhender l'œnologie et la viticulture
- Approfondir vos connaissances sur la gastronomie française et ses accords mets et vins
- Découvrir les régions viticoles françaises
- Connaître la législation viti-vinicole
- Mettre en pratique avec la dégustation de grands vins français.

ENCADREMENT

Formateurs : Professionnels ayant un minimum de 3 ans d'expérience professionnelle dans le domaine de formation, et s'engageant à suivre eux même une formation annuelle

Coordinateur pédagogique : Profil Bac+5 avec deux ans minimum d'expérience dans la formation

Responsable technique : Profil Ingénieur

MODALITÉ ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUE

- Un conseiller référent (suivi personnalisé – Prise de contacts régulière, disponibilité forte)
- Questions sur les formations directement sur la plateforme et mise en contact avec un interlocuteur référent .
- Coordinateur pédagogique disponible par téléphone et/ou par email (délais de réponse par email sous 48h maximum, jours ouvrés) mais également via la plateforme
- Visioconférence prévue pendant la durée de la formation

MODALITÉ ASSISTANCE TECHNIQUE

Une équipe est à votre disposition pour vous accompagner dans la résolution de tout problème technique ou pour vous guider afin d'optimiser votre expérience de consultation de la formation ou d'interaction avec votre formateur.

Support technique : possibilité de contacter le support technique par email directement sur la plateforme / délais de réponse par email sous 48h maximum, jours ouvrés

L'équipe est également joignable par téléphone au 04 77 39 99 02 ou par email support@suivremaformation.fr du lundi au vendredi, de 9h à 12h et de 14h à 18h.

TRAVAUX ET ÉVALUATION

Travaux et évaluation intermédiaire

- Tests d'évaluation et de progression
- Exercices en lignes
- Echanges avec le formateur

Travaux et évaluation finale

- Pour les formations : passage d'une certification en ligne ou en centre selon la certification et le bénéficiaire
- Pour les bilans de compétence : compte rendu personnalisé

MOYENS TECHNIQUES

Mise en place d'une plateforme de formation avec un compte utilisateur et mot de passe ,mise en place d'heures de mentorat réalisées en lien avec un formateur sur une plateforme de visionconférence ou par téléphone,

échanges d'emails, échanges téléphoniques

MODALITÉS D'ACCÈS	Toutes nos formations nécessitent un entretien préalable pour remplir votre recueil de besoin. Nous vous proposons ainsi un entretien téléphonique avec un conseiller en formation au 04 11 93 18 70, de 9h à 18h pour vous accompagner dans le choix et l'adaptabilité de votre formation. Vous pouvez également demandé à être recontactés en remplissant notre formulaire de contact en ligne.
ACCESSIBILITÉ	Nos formateurs s'engagent dans une démarche d'accessibilité maximale et nous mettons à votre disposition un référent dédié à l'accessibilité pour répondre à vos besoins.
DÉLAI D'ACCÈS	12 jours après inscription.

Contacts : Publika
152 rue orion
34570 Vailhauques
04 67 27 01 71

Dans le cadre de la vente de prestations éligibles au Compte Personnel de Formation (CPF), elles s'engagent à respecter les 10 engagements suivants :

- ① **Je suis titulaire de la certification Qualiopi** comme condition préalable à la promotion et la vente de prestations éligibles au CPF, à compter du 1er janvier 2022
- ② Dans le cadre d'une formation certifiante, je garantis que :
 - ▶ **Je suis propriétaire de la certification professionnelle visée ou je dispose de l'accord écrit de son propriétaire**
 - ▶ Je mets tout en oeuvre pour que l'apprenant ayant suivi une formation certifiante au sein de mon organisation soit en mesure de passer sa certification
- ③ **Je présente mon offre avec loyauté, quel que soit le support de communication** (site web, mailing, démarchage téléphonique, affichage, etc.), en m'interdisant d'attirer ou d'induire en erreur le consommateur par :
 - ▶ La mise en évidence d'une prétendue gratuité de tout ou partie de la prestation
 - ▶ La mise en évidence de cadeaux à la clientèle (ex : ordinateur, tablette, etc.)
 - ▶ Le non-respect des règles d'utilisation de la marque, de la charte ou du logo MonCompteFormation, en particulier par une exploitation sans rapport avec une offre clairement identifiée et effectivement éligible au CPF
 - ▶ L'usurpation de toute représentation des pouvoirs publics (Marianne, logo ministériel, etc.) ou tout autre signe ou symbole institutionnel dans le seul but de faire naître une ambiguïté sur mon identité réelle
- ④ **Je maîtrise le recours à la sous-traitance dont je suis le garant** quel qu'en soit son objet et en particulier :
 - ▶ Je m'interdis, et interdis à tous mes partenaires, toute pratique agressive ou trompeuse de démarchage commercial
 - ▶ J'interdis à mon sous-traitant d'avoir lui-même recours à la sous-traitance

- ⑤ **Je fournis au consommateur toutes les garanties contre l'usurpation de son numéro de Sécurité sociale ou de son Compte personnel de formation** et je m'interdis, en particulier, d'usurper les identifiants d'un tiers pour utiliser son compte
- ⑥ **J'informe au préalable des frais pris en charge par le Compte personnel de formation** et des éventuels frais additionnels
- ⑦ **Je facilite la recherche sur MonCompteFormation en ne dupliquant pas les actions similaires de mon catalogue** dans le seul but d'optimiser mon positionnement dans le moteur de recherche dont la Caisse des dépôts et consignations assure la neutralité
- ⑧ **Je prévois des modalités d'évaluation en amont de la formation** pour adapter le cas échéant la prestation aux besoins de la personne
- ⑨ Dans le cadre d'une action de formation en tout ou partie à distance, **je garantis** :
 - ▶ **Une assistance technique et pédagogique** appropriée pour accompagner le bénéficiaire dans le déroulement de son parcours
 - ▶ **Une information du bénéficiaire sur les activités pédagogiques** à effectuer à distance et leur durée moyenne
 - ▶ **Des évaluations** qui jalonnent ou concluent l'action de formation
- ⑩ **Je propose à tout client consommateur le recours amiable et gratuit au service de la médiation** de la consommation, en cas de litige