

FORM'ACTIONS

Niveau 2



MARKETING

Niveau 2

RENFORCER SON ATTRACTIVITÉ EN SE DIFFÉRENCIANT PAR UN STYLE DE CHAMPAGNE ET UN UNIVERS DE MARQUE TYPIQUE, COHÉRENT ET AUTHENTIQUE



OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Savoir formaliser le style des champagnes de sa marque.
- Savoir formaliser son univers de marque.
- Vérifier la cohérence des approches œnologique, marketing et viticole.
- Identifier des pistes de différenciation.

PROGRAMME

1 séance de 7 heures

- Séance 1* > Les critères d'appartenance à l'univers du Champagne.
- > Formaliser l'univers d'une marque de champagne, revue de quelques exemples emblématiques.
 - > Formaliser le style d'un champagne, dégustation des exemples précités.
 - > Un style de champagne comme ligne de conduite des améliorations produit.
 - > Un univers de marque en constante évolution, quelques exemples de différenciation forte.
 - > Le cadre de référence de l'Appellation et de l'exploitation viticole, l'authenticité.
 - > Application collective à la marque d'un stagiaire volontaire.

MÉTHODES D'ÉVALUATION

Les acquis sont évalués par un quiz.

RÉINVENTER VOTRE MARQUE EN CRÉANT DES OFFRES COMPLÉMENTAIRES



OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Se différencier et sortir du lot pour susciter l'intérêt des clients.
- Utiliser les bons leviers pour trouver de nouveaux clients en se positionnant sur de nouvelles offres.
- Valoriser ses talents, ses forces et sa différence.

PROGRAMME

5 séances de 4 heures

Séance 1 > Comprendre et rechercher les tendances.

Séance 2 > Création d'une nouveauté en plus et en dehors de la gamme.

Séance 3 > Définir son mix marketing.

Séance 4 > Prévoir le lancement.

Séance 5 > Gérer sa commercialisation et l'animer.

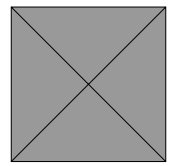
MÉTHODES D'ÉVALUATION

Les acquis sont évalués grâce à des études de cas.

COMMERCIAL

Niveau 2

AUGMENTER LA COMPÉTITIVITÉ DE SON ENTREPRISE EN MAITRISANT LA NÉGO-VENTE



OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Maîtriser les techniques de communication adaptées à la vente.
- Savoir gérer une situation de relation commerciale.

PROGRAMME

3 séances de 7 heures

Séance 1 > Identifier et s'approprier des outils incontournables de la relation commerciale et de la négociation vente.

Séance 2 > Être capable de s'approprier la méthodologie des étapes clés d'une négociation bien menée.

Séance 3 > À partir des outils, méthodologie et points de repère appris préalablement, être capable d'appréhender avec empathie une négociation à la programmation neurolinguistique (PNL).

MÉTHODES D'ÉVALUATION

Les acquis sont évalués grâce à des études de cas et des jeux de rôles.

GÉRER ET OPTIMISER SON FICHER CLIENT AFIN DE DÉVELOPPER VOS VENTES



OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Caractériser son portefeuille clients.
- Avoir une feuille de route simple et efficace.
- Savoir cibler ses meilleurs clients et établir un plan de fidélisation.
- Optimiser son logiciel CRM.
- Élaborer un suivi rigoureux.

PROGRAMME

6 séances de 4 heures

Séance 1 > Identifier ses différents types de clients : clients les plus fidèles, clients plus importants, zone géographique, fréquence de commande.

Séance 2 > Réalisation d'un planning de relance.

Séance 3 > Organisation d'une base de données via son logiciel commercial.

Séance 4 > Optimisation et organisation de ses tournées clients, mise en place d'une politique tarifaire de transport.

Séance 5 > Bien connaître ses clients pour pouvoir identifier des événements : invitation pour visite, lancement d'une nouvelle cuvée.

Séance 6 > Action de recommandation ou de parrainage pour capter une nouvelle clientèle.

MÉTHODES D'ÉVALUATION

Les acquis sont évalués par des exercices sur les logiciels CRM.

AMÉLIORER VOTRE PERFORMANCE GRACE À L'ANIMATION D'UN RÉSEAU D'INTERMÉDIAIRES



OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Appréhender les différents circuits de distribution de la filière champagne.
- Choisir le mode de distribution le plus adapté à sa structure.
- Approcher les clients professionnels.
- Créer des relations de confiance au profit d'un projet partagé.

PROGRAMME

4 séances de 4 heures

Séance 1 > Identification des intermédiaires et réseaux potentiels.

Séance 2 > Détermination des actions en fonction de ces premiers.

Séance 3 > Élaboration d'un système de rémunération et fonctionnement logistique.

Séance 4 > Création ou renforcement des relations avec ces intermédiaires : création, suivi, gestion et animation.

MÉTHODES D'ÉVALUATION

Les acquis sont évalués par un test final.

OBJECTIF EXPORT : ACQUÉRIR DES PARTS DE MARCHÉ SUR UNE ZONE CIBLE EXPORT



OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Choisir la bonne cible et mettre en adéquation son offre avec les besoins identifiés.
- Faire ses choix stratégiques : quels buts ? quels moyens ?
- Comment conclure sa vente.

PROGRAMME

6 séances de 4 heures

Séance 1 > Maîtrise des outils de négociation export : fixation PV export, conditions générales de vente, offre.

Séance 2 > Maîtrise du risque de non-paiement : crédoc, assurance, affacturage.

Séance 3 > Choix du marché, recherche d'informations sur celui-ci, identification des acteurs clés, choix des réseaux de distribution : benchmark, veille concurrentielle, analyse du potentiel.

Séance 4 > Les importateurs : maîtrise de la politique commerciale, contrat agence, distributeur.

Séance 5 > Prise de contact avec les interlocuteurs identifiés.

Séance 6 > Planifier l'animation commerciale du marché cible : définition des objectifs, fixation des budgets, animation.

MÉTHODES D'ÉVALUATION

Les acquis sont évalués grâce à des études de cas.



COMMUNICATION

Niveau 2

ETRE MÉDIATIQUE : SAVOIR COMMUNIQUER À SES CLIENTS ET SES PROSPECTS



OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Maîtriser son image et être à l'aise en tant que communicant.
- Apprendre à communiquer avec aisance.
- Adapter son discours face à une clientèle exigeante et volatile.
- Prendre conscience de ses singularités et de ses atouts.
- Développer sa force de conviction.
- Préparer sa prise de parole et apprendre à structurer son discours.

PROGRAMME

2 séances de 7 heures

Séance 1 > Travailler la première impression. Maîtriser son attitude et sa prise de parole en public. Identifier ses points forts et les mettre en valeur.

Séance 2 > Savoir construire son discours. Utiliser le langage, le lexique appropriés. Savoir exploiter ses atouts. Maîtriser son discours. Apprendre à s'adapter selon les différentes situations.

MÉTHODES D'ÉVALUATION

Les acquis sont évalués pendant les deux séances par des exercices, des mises en situation, et entre les séances par des mises en pratique.

PROMOUVOIR ET VENDRE SON CHAMPAGNE GRACE AUX TECHNIQUES ET À L'ART DE LA COMMUNICATION



OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Connaître les forces et faiblesses de son entreprise.
- Acquérir une méthode de vente efficace.
- Maîtriser les différentes stratégies de négociation.
- Dépasser son stress et son émotivité en s'appropriant les bases de la communication.
- Adapter son argumentaire en fonction du profil des clients et de leur culture.
- Savoir mener un entretien et faire face à tous types de réactions du prospect.

PROGRAMME

6 séances de 4 heures

Séance 1 > Oser s'exprimer en dépassant ses craintes : bases de la communication interpersonnelle, les codes du langage verbal et non verbal.

Séance 2 > Savoir reconnaître les différents profils de vos clients : typologie des clients, phase de découverte.

Séance 3 > Connaître les différentes techniques de vente et de closing : stratégies, règles et pièges à éviter, capturer l'attention, adapter son discours.

Séance 4 > Anticiper les objections en fonction de la typologie clients : les différentes argumentations, mises en situation professionnelles.

Séance 5 > Maîtriser les différentes stratégies de prospection : prise de contacts, exercices par téléphone et face to face.

Séance 6 > Appréhender les différents types de négociations interculturelles : comportements d'achat suivant les pays, les règles à respecter.

MÉTHODES D'ÉVALUATION

Les acquis sont évalués à chaque début de séance par des jeux de rôles.

UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR BOOSTER SON CHIFFRE D'AFFAIRES



OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Créer et paramétrer ses profils à objectif professionnel.
- Utiliser les clés du référencement pour apparaître sur un maximum des recherches internet.
- Optimiser ses sites et réseaux sociaux pour augmenter sa visibilité.
- Connaître les clés et les pièges du digital.
- Savoir analyser ses résultats et appliquer des actions d'optimisation.

PROGRAMME

4 séances de 4 heures

Séance 1 > Les réseaux sociaux dans sa stratégie de communication.

Séance 2 > À la conquête de Facebook.

Séance 3 > Instagram, un réseau d'image.

Séance 4 > LinkedIn : construire et entretenir son réseau. Devenir indépendant et performant dans sa stratégie multicanale.

MÉTHODES D'ÉVALUATION

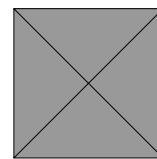
Les acquis sont évalués à chaque début de session par des quiz sur la séance précédente.

GESTION D'ENTREPRISE

Niveau 2

SAVOIR ETRE PROFESSIONNEL DANS SA GESTION D'ENTREPRISE

Trois modules de formation : Initiation - Perfectionnement - Approfondissement.



1ÈRE ÉTAPE : INITIATION (40 HEURES)

Objectif : Découvrir les facettes du métier de chef d'entreprise.

Séance 1 > Connaître l'environnement politique, économique et social général. Identifier les impacts pour le secteur du champagne. Identifier les opportunités et menaces du secteur

Séance 2 > Savoir fixer un cap stratégique à son entreprise.

Séance 3 > Comprendre ses comptes pour améliorer sa rentabilité.

Séance 4 > Les aspects administratifs et juridique de l'entreprise.

2ÈME ÉTAPE : PERFECTIONNEMENT (50 HEURES)

Objectif : Développer les activités de son entreprise.

Séance 1 > Faire un focus sur les évolutions du secteur du champagne.

Séance 2 > Construire son business model pour créer de la valeur. Développer son activité commerciale en se diversifiant.

Séance 3 > Gérer ses salariés.

Séance 4 > Choisir et gérer ses prestataires (techniques, logistiques, commerciaux, administratifs).

Séance 5 > Connaître les possibilités d'évolution sur le plan juridique, social et fiscal (y compris la partie transmission).

3ÈME ÉTAPE : APPROFONDISSEMENT (60 HEURES)

Objectif : Accélérer le développement des activités de son entreprise.

Séance 1 > Renforcer sa stratégie marketing et commercial : l'offre, le prix, la communication, la distribution.

Séance 2 > Gérer son entreprise en intégrant les enjeux sociétaux de demain (RSE).

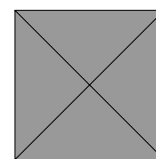
Séance 3 > Maîtriser les risques liés à la gestion de son entreprise (dont assurances).

Séance 4 > Mettre en place des outils de pilotage de ses activités.

MÉTHODES D'ÉVALUATION

Les acquis sont évalués grâce à de quizz.

UN PROJET D'ENTREPRISE CLAIR POUR UNE ENTREPRISE PLUS EFFICACE, ATTRACTIVE ET MOTIVANTE



OBJECTIFS DE LA FORMATION

-
-
-

PROGRAMME

2 séances de 7 heures

Séance 1 >

Séance 2 >

MÉTHODES D'ÉVALUATION

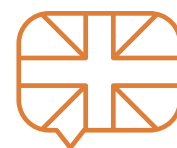
Les acquis sont évalués grâce à

ANGLAIS

Niveau 2

ANGLAIS VITICOLE - CONFIRMÉ

COMMERCIAL & TECHNIQUE



OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Perfectionner l'aisance orale.
- Interagir avec ses clients à travers les différents supports de communication.
- Enrichir le vocabulaire professionnel.

Enrichissement du vocabulaire technique et professionnel, approfondissement des structures de la langue anglaise par des jeux de rôle basés sur l'individualisation.

PROGRAMME

8 séances de 4 heures

Séance 1 > L'accueil en Champagne, les différents vignobles champenois, votre maison, vos cuvées.

Séance 2 > Relations clientèles (administration des ventes et communication).

Séance 3 > Participer à un salon à l'étranger et gérer l'après-salon.

Séance 4 > Technique et vinification, faire visiter sa cave à un importateur.

Séance 5 > Mener une visite de vignoble, expliquer le travail de la vigne.

Séance 6 > Savoir mener une dégustation : œil, nez, bouche.

Séance 7 > Identifier le profil du vin et définir des accords correspondant.

Séance 8 > Maîtriser l'accueil, la visite, la dégustation et la relation client en anglais.

MÉTHODES D'ÉVALUATION

Les acquis sont évalués à chaque début de session par des quiz sur la séance précédente.

Un test d'anglais sera réalisé préalablement à l'inscription définitive. Les résultats obtenus permettront l'inscription au niveau 1 ou 2. Les participants ayant suivi la formation de niveau 1, pourront s'inscrire en niveau 2.

ANGLAIS VITICOLE - EXPERT



OBJECTIFS DE LA FORMATION

-
-
-
-
-

PROGRAMME

5 séances de 4 heures

Séance 1 >

Séance 2 >

Séance 3 >

Séance 4 >

Séance 5 >

MÉTHODES D'ÉVALUATION

Les acquis sont évalués à chaque début de session par des quiz sur la séance précédente.

ANGLAIS VITICOLE - EXPERT

PRÉPARATION AU TOEIC



OBJECTIFS DE LA FORMATION

-
-
-
-
-

PROGRAMME

5 séances de 4 heures

Séance 1 >

Séance 2 >

Séance 3 >

Séance 4 >

Séance 5 >

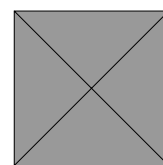
MÉTHODES D'ÉVALUATION

Les acquis sont évalués à chaque début de session par des quiz sur la séance précédente.

OENOLOGIE

Niveau 2

LES DÉFAUTS DU VIN - NIVEAU 2



OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Approfondir la connaissance des défauts actuels les plus problématiques et fréquents.
- Connaître son seuil de perception sur ces défauts.

PROGRAMME

1 séance de 7 heures

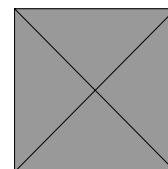
- Séance 1* > Comprendre les contaminants fongiques des raisins.
- > Analyser les produits, déviations fermentaires et contaminants d'ambiance.
 - > Être capable de déterminer l'oxydation.
 - > Identifier la réduction.

MÉTHODES D'ÉVALUATION

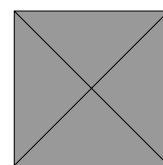
Les acquis sont évalués grâce à un quiz.

Durant cette formation, vous serez proposés :

- > Une dégustation à l'aveugle de vins contaminés (blancs et rouges).
- > Une discussion sur les perceptions.
- > Des approfondissements (tests triangulaires, test d'appariement, détermination de seuil...).
- > Une présentation pour chaque défaut des molécules responsables.



MICROBIOLOGIE PRATIQUE APPLIQUÉE AUX DÉFAUTS DU VIN



OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Gérer dans sa cave les risques de déviations microbiologiques.
- Déguster des vins à défaut pour mieux les repérer et éviter de les confondre.
- Réaliser des analyses et les interpréter.

PROGRAMME

2 séance de 7 heures

Séance 1 > Brettanomyces -vins phénolés.

> Déviations lactiques : piqûre lactique, maladie de la graisse, goût de souris, maladie de l'amertume, goût de géranium...

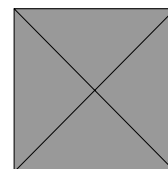
Séance 2 > Goûts d'acétate (liés à Schizosaccharomyces, Kloeckera ou aux bactéries acétiques).

> Réductions ou oxydations d'origine microbiologique.

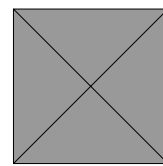
> Analyses de troubles et dépôts en bouteilles, comptage de levains pour suivis de FA ou pied de cuve ou de malolactique.

MÉTHODES D'ÉVALUATION

Les acquis sont évalués grâce à un quiz.



ÉLABORATION DES VINS EFFERVESCENTS **SANS** **SULFITES AJOUTÉS**



OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Actualiser ses connaissances sur les fonctions des sulfites et les alternatives à leur utilisation en vins effervescents.
- Visualiser à travers d'exemples la possibilité d'élaborer des vins effervescents sans sulfites ou avec moins de sulfites ajoutés.

PROGRAMME

1 séance de 4 heures

Séance 1 > Les différentes fonctions du SO₂.

- > Les avantages, inconvénients et les outils techniques à réduire les doses de SO₂.
- > Les composants des raisins impactant l'oxydo-réduction des moûts et des vins : comment les analyser et optimiser leurs actions.
- > Identifier la réduction.

MÉTHODES D'ÉVALUATION

Les acquis sont évalués grâce à un quiz.

