

# Œnologie et service en salle en restauration

## MUTATIONS EN CUISINE

*Pour plus d'information sur cette formation, merci de contacter notre responsable pédagogique à l'adresse mail : [maformation@kalyane.com](mailto:maformation@kalyane.com)*

### DOMAINE

Œnologie et service en salle

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Connaître le vin pour mieux le vendre
- Savoir marier les saveurs et les vins
- Assimiler la culture du vin pour mieux en parler
- Connaître les règles fondamentales de la création d'une carte des vins attractive, lui donner de la cohérence en tenant compte de la clientèle et de la carte des mets
- Savoir acheter et choisir ses produits
- Développer et maîtriser les bonnes pratiques de vente et corriger les attitudes inappropriées
  
- Maîtrise des 7 étapes de la qualité d'un service
- "Vendre" les différents produits de la carte et des menus
- Réaliser des "ventes additionnelles" : entrées, vins, desserts, cafés
- Avoir une bonne organisation de travail
- Participer à la gestion des personnels et des stocks
- Gérer la relation client

### PUBLIC CIBLE

Tout le personnel de salle, direction et chef de service



## PRÉREQUIS

Aucun

## PROGRAMME

### Les principes de l'œnologie et de la dégustation

- Les pays producteurs
- La vinification
- Les cépages et les appellations
- Les classifications des vins

### Les qualités olfactives et gustatives des vins

- Le vocabulaire du vin : les mots pour en parler
- Les principes de la dégustation

### La couleur des vins

- Vins blancs
- Vins gris ou claires
- Vins rosés
- Vins rouges
- Vins doux naturels
- Vins de liqueurs
- Vins jaunes
- Vins de vendanges tardives
- Vins paille

### Les cépages français

- Les principaux cépages de France
- A propos du cépage
- Les catégories des vins de France



- Les AOC / Les AOVDQS / Les VDP / Les VDT
- Le Terroir : les trois types
- Les cépages et leurs régions : Raisins Blancs / Raisins Noirs
- Les arômes des différents cépages

### Le service du vin

- La température
- L'aération
- Carafe
- Préparation de la bouteille
- La décantation
- La dégustation

### Associations mets et vins en fonction des plats

- Adaptation de la carte des vins en fonction du type d'établissement
- Contraintes budgétaires, fixation des prix et notions de coefficient
- Connaissance de la clientèle, des habitudes de consommation
- Evolutions et attentes de la clientèle

### Accords mets et vins innovants apportant de la valeur ajoutée

- Présentation d'une carte dynamique et attrayante
- Les achats et la rotation du stock
- La gestion de sa cave

### Conseil, valorisation des vins et commercialisation

- Analyse des différents supports de vente
- La carte, outil de vente et de gestion
- Les suggestions (éléments promotionnels, vins au verre)



- La mise en avant par une communication et une argumentation claire
- Service des entrées, plats, desserts et boissons
- Remise de l'addition, remerciements, salutation au départ du client
- Gestion des requêtes et remarques
- Acquérir les techniques de vente
- Les techniques de service à la disposition des ventes additionnelles
- Savoir bien identifier les différents types de clientèle
- Savoir s'adapter à tout type de clientèle en devançant ses désirs
- Maitriser son offre
- Les différents modes de communication
- Maitriser les suggestions et les éléments qui donnent envie
- Développer, argumenter et dynamiser son offre
- Traiter les objections
- Prévenir et maitriser les situations à risques
- Comment réagir en cas de conflit
- La fidélisation
- Apprendre à mieux connaître son propre fonctionnement et celui des autres au quotidien dans la relation de vente client
- Découvrez les besoins de votre client sans oublier ses habitudes
- S'entraîner à l'écoute active par les techniques de questionnement et de reformulation : découvrir les besoins et les habitudes du client afin de l'orienter vers le bon produit
- La reformulation comme outil de valorisation
- Savoir conclure une vente
- S'entraîner pour agir et faire agir autrement en fonction du type de clients et du type de produits
- La vente additionnelle par la vente de produits complémentaires au client
- Jeux de rôle :
  - Client qui veut un produit mais n'a pas d'idée précise
  - Comment vendre le plat du jour
  - Comment vendre les desserts
- Le client qui veut un produit précis sans s'intéresser aux autres produits
- La vente additionnelle autrement : mon client m'apporte de nouveaux clients
- Jeu de rôle : le client d'affaire qui pourrait être aussi un acteur de la vie locale (repas associatifs, etc.)



## MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et pratiques
- Tests sous forme de questionnaires et de jeux
- Dégustations
- Support de cours pour la formation en œnologie

## MODALITÉS DE FORMATION

Présentiel

## MODALITÉS D'ÉVALUATION DES CONNAISSANCES

QCM et attestation de fin de stage

## MODALITÉS D'ÉVALUATION DE L'APPRÉCIATION DES PARTICIPANTS

Fiche d'appréciation remise au participant à la fin de chaque module de formation

**LIEU DE FORMATION** : sur site client

**DURÉE** : 42 heures soit 6 journées

**HORAIRES DES SESSIONS** : 9h00 à 12h30 et 14h00 à 17h30

**PRIX** : 5940 Euros HT

*NOTE : Si vous, ou l'un(e) de vos salarié(e)s, est une personne en situation de handicap, merci de contacter notre référent handicap, Mr Rudy Cohen à l'adresse mail : [referenthandicap@kalyane.com](mailto:referenthandicap@kalyane.com)*

