

## CAVES DU BEAUJOLAIS

### Vente au caveau

#### PERFECTIONNEMENT

11-12-18 Juin 2009

#### Contexte

Rhône-Alpes bénéficie d'un nombre élevé de consommateurs, attentifs à la qualité des produits et à leur origine et ouverte à de nouvelles expériences d'achat de proximité en « agrotourisme ».

Le caveau est un vecteur d'identité et de fidélisation des consommateurs mais aussi un lieu d'accueil, de découverte et de convivialité.

Un programme de formation a été proposé l'année dernière avec pour objectif de professionnaliser les pratiques de vente et d'accueil dans les caveaux.

Sur demande de certains participants, une seconde année de perfectionnement vous est proposée.

#### Objectifs

Cette formation permettra aux participants d'enrichir, d'approfondir et de perfectionner les acquis de la première session :

- Développer son aptitude à déguster les vins de son magasin en faisant ressortir leur profil commercial.
- Assimiler parfaitement les méthodes de vente pour en faire des réflexes.
- Optimiser l'agencement du magasin et l'implantation des produits.

#### Public

Salariés et coopérateurs assurant la tenue des caveaux des caves coopératives du Beaujolais

#### Déroulement

#### Langages du vin, un atout commercial (perfectionnement)

#### Diagnostic de son savoir faire

Autodiagnostic des stagiaires : ce qui est acquis, ce qui demande à être approfondi en matière de :

Dégustation commerciale

Qualité d'accueil

Satisfaction client

Techniques de vente

Agencement optimal du caveau

Prise de conscience du rôle et des missions de chacun dans l'entreprise.

#### La dégustation : un outil commercial

Déguster les vins des participants et trouver leur profil commercial.

Faire ressortir les vrais critères de choix compris par le consommateur.

Positionner les vins dans la gamme.

Adapter cette connaissance des produits à la vente et savoir ainsi quels vins proposer à chaque client.

#### L'accueil dans le magasin

La qualité, la convivialité de son magasin.

Vos attitudes face au client.

Savoir créer le contact, identifier son client et gagner sa confiance.

Quitter le client en préparant sa prochaine visite.

Créer un service au client au niveau de la vente et de l'après vente, fidéliser

Gérer les situations difficiles

## La vente

Les erreurs à ne pas commettre.

Vendre en utilisant vos émotions et votre ressenti.

Les techniques de vente :

La découverte du client, le questionnement.

L'écoute active, sincère et efficace afin d'identifier les motivations, les envies et les besoins du client.

Définir une argumentation personnalisée en phase avec les vraies attentes de chaque client.

Proposer les vins qui conviennent réellement au client en limitant l'hyperchoix.

Donner envie à votre client d'acheter.

Savoir traiter les objections.

Conclure une bonne vente, positive.

## Aménagement et agencement du magasin de vins

La politique merchandising adaptée à un magasin de vins.

Amélioration de l'attraction du point de vente par un environnement et des vitrines adaptés.

L'organisation et l'optimisation de la surface de vente en fonction des contraintes techniques, des produits et de l'attitude naturelle du client.

Création et gestion de l'ambiance du magasin : Comment combiner les différents facteurs d'ambiance pour accroître le bien-être du client.

Réalisation d'un projet d'optimisation du magasin de chaque stagiaire en fonction de critères et de limites établies par chacun (budget, esprit, potentiel humain...).

*Intervenante*

***Eve Iribarne, Vinac***

## Méthodes

La pédagogie de ce stage repose sur :

- de nombreux jeux de rôles pour faciliter l'autosuggestion et la mémorisation des méthodes de vente.
- la recherche de l'erreur qui nous fait prendre conscience de nos mauvaises habitudes à déformer la réalité par rapport à nos propres besoins, de notre manque d'écoute, de nos difficultés à communiquer, à nous exprimer
- des mises en pratique sur les entreprises des stagiaires

## Conditions de réalisation

**Dates : 11 – 12 et 18 juin 2009**

**Lieu de réalisation :** Caves du Beaujolais

**Coût**

**Pour les salariés**, les coûts pédagogiques sont pris en charge à 100% dans le cadre du collectif – 10 salariés et d'un minimum de 10 inscrits.

Seuls les frais de repas seront à la charge des caves.

## Contacts

**Violaine Panabière**  
Coop de France RAA  
04.72.69.92.03

**Brigitte Jacquet**  
Fédération Caves du Beaujolais  
04.74.02.63.85