

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

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

HORAIRE 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

