



SF FORMATIONS | SAS, société par actions simplifiée au capital social de 1 000,00 € |
N° SIRET 892.767.617.00012 | N° de TVA FR70892767617 ·
Certification Qualiopi n° ATA 135 2024 | Enregistré sous le numéro 768 200 998 82
Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État.

Programme de formation

Sommellerie Vente et gestion de cave

Public :

Gérants et salarié.es de restaurant, bar ou cave/épicerie.

Prérequis :

Aucun.

Objectif général de la formation :

Être capable de présenter, conseiller et vendre efficacement la carte des vins du restaurant, en lien avec la clientèle professionnelle, afin d'augmenter le chiffre d'affaires vin et d'améliorer l'expérience client.

Compétences visées :

À l'issue de la formation, l'apprenante sera capable de :

Décrire simplement chaque vin de sa carte avec un vocabulaire accessible aux clients.

Identifier les caractéristiques essentielles des vins proposés.

Construire des accords mets-vins adaptés à la cuisine du restaurant.

Présenter un vin en moins de 30 secondes.

Adapter son discours à une clientèle pressée.

Gérer la carte des vins comme un outil commercial.

Proposer des ventes additionnelles.

Répondre aux objections clients.

Mettre en valeur les vins locaux et différenciants.

Durée :

28 heures

Modalités pédagogiques :

Formation individualisée en présentiel dans le restaurant.

Alternance d'apports théoriques courts, dégustations guidées, mises en situation, jeux de rôle, travail sur la carte réelle.

Supports remis : fiches vins simplifiées, argumentaires, grille accords mets-vins, mini-guide de vente.

Modalités d'évaluation :

Évaluations formatives à chaque séance.

Évaluation finale en situation professionnelle réelle ou simulée.

Grille de compétences.

Attestation de fin de formation.

Déroulé détaillé

Séance 1 : Comprendre sa carte et poser les bases (4h)

Objectifs :

Comprendre la structure de la carte actuelle.

Identifier les styles de vins proposés.

Acquérir les bases de vocabulaire utile au service.

Contenus :

Lecture commentée de la carte existante.

Typologie des vins présents.

Cépages de la carte.

Profils gustatifs simplifiés.

Vocabulaire client.

Travaux pratiques :

Classement des vins par style.

Reformulation simple des descriptions.

Construction d'une grille vin / profil / usage client.

Évaluation formative :

Reformuler 5 vins sans lire la carte.

Séance 2 : Déguster pour mieux vendre (4h)

Objectifs :

Apprendre à déguster utilement.

Identifier un style en bouche.

Mettre des mots simples sur ses sensations.

Contenus :

Méthode de dégustation simplifiée.

Reconnaissance de l'acidité, des tanins, de l'alcool et de la sucrosité.

Traduction en langage client.

Dégustations guidées :

Cahors Lo Domeni

Gaillac Domaine Plageoles

Pic Saint-Loup Bastide Saint-Loup

Saint Nicolas de Bourgueil

Rosé Magic Saint-Tropez

Blanc B.A.BA

Fronton Château Boujac

Travaux pratiques :

Fiches de dégustation simplifiées.

Construction de phrases de vente courtes.

Évaluation formative :

Présenter oralement 2 vins dégustés.

Séance 3 : Présenter un vin en situation réelle (4h)

Objectifs :

Être à l'aise à l'oral.

Construire un discours de vente court.

Adapter son ton au client du midi.

Contenus :

Structure d'un pitch vin.

Typologie de clients.

Techniques de reformulation.

Mises en situation :

Jeux de rôle client / serveur.

Simulation service du midi.

Outils produits :

Argumentaire simple par vin.

Pitch best-seller.

Évaluation formative :

Simulation de vente chronométrée.

Séance 4 : Accords mets-vins concrets (4h)

Objectifs :

Construire des accords simples.

Proposer un vin sans hésitation.

Valoriser les ventes additionnelles.

Contenus :

Principes simples des accords.

Analyse des plats du restaurant.

Logique client du midi.

Travaux pratiques :

Association plats / vins.

Mini-carte d'accords.

Argumentaire vin au verre.

Évaluation formative :

Associer 5 plats à 5 vins.

Séance 5 : Gérer et optimiser sa carte (4h)

Objectifs :

Comprendre la logique commerciale.

Adapter la carte à la clientèle.

Augmenter la rentabilité vin.

Contenus :

Notions de marge.

Rotation des références.

Lecture critique de la carte.

Cohérence prix / image.

Travaux pratiques :

Analyse des prix.

Axes d'optimisation.

Ajustements simples.

Évaluation formative :

Justifier ses choix de carte.

Séance 6 : Traiter les objections clients (4h)

Objectifs :

Gérer les refus.

Rassurer un client hésitant.

Conclure une vente.

Contenus :

Objections fréquentes.

Techniques de réponse.

Vente douce.

Mises en situation :

Jeux de rôle.

Simulation service réel.

Évaluation formative :

Traiter 5 objections en situation.

Séance 7 : Synthèse et mise en pratique (4h)**Objectifs :**

Être autonome.

Consolider les acquis.

Préparer l'après-formation.

Contenus :

Révisions ciblées.

Simulation complète de service.

Ajustements personnalisés.

Travaux pratiques :

Service test.

Présentation complète de la carte.

Vente réelle ou simulée.

Évaluation finale :

Mise en situation professionnelle.

Présentation de 3 vins.

Proposition d'accord mets-vins.

Simulation client.