

DISTECH
L'ÉCOLE DE LA DISTRIBUTION DE BOISSONS

CATALOGUE DES
FORMATIONS
COURTES



Faites progresser vos collaborateurs via
des modules spécialisés courts & opérationnels



Sommaire



PRÉAMBULE

05

Les objectifs des modules de formation	05
Leurs atouts	05
Côté emploi du temps	05
Financement	05
Certification	05

FORMATIONS À DISTANCE

06

Télévende en CHR - Réussir ses ventes par téléphone	06
Négociation	08
Fondamentaux de la vente	10
Fondamentaux du management	12
Fondamentaux du management - Manager logistique	14
Recrutement	16
Fondamentaux vente mixologie - Tendance Spiritueux Cocktails	18
Expert vente mixologie - Tendance Spiritueux Cocktails	20
Fondamentaux - Mieux vendre et plus les bières crafts	22
Expert - Mieux vendre et plus les bières crafts	24

FORMATIONS EN PRÉSENTIEL

27

Télévende en CHR - Réussir ses ventes par téléphone	28
Prospecter en CHR	30
Négociation	32
Fondamentaux du management	34
Fondamentaux du management 2	36
Fondamentaux vente mixologie - Tendance Spiritueux Cocktails	38
Expert vente mixologie - Tendance Spiritueux Cocktails	40
Expert vente mixologie 2 - Tendance Spiritueux Cocktails	42
Fondamentaux - Mieux vendre et plus les bières crafts	44
Expert - Mieux vendre et plus les bières crafts	46
Mieux vendre le vin en CHR	48

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

51

Coût de formation	51
Modalités d'inscription	51
Accessibilité	51



PRÉAMBULE

Des modules de formation simples et opérationnels.

⌚ LES OBJECTIFS DES MODULES DE FORMATION

Ces modules courts, répondant à des problématiques spécifiques, permettent aux participants de se perfectionner avec pour objectif de transformer les acquis de la formation en compétences opérationnelles.

→ LEURS ATOUTS

Des modules de formation assurés par des professionnels de haut niveau maîtrisant parfaitement les problématiques des métiers des boissons en CHD.

⌚ CÔTÉ EMPLOI DU TEMPS

En fonction du module sélectionné, la formation s'organise :

- en distanciel
- ou en présentiel.

La formation peut être dispensée dans l'entreprise ou en région.

FINANCEMENT

Les formations peuvent être prises en charge par votre OPCO.

CERTIFICATION

Organisme de Formation certifié Qualiopi



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante :

ACTIONS DE FORMATION

Télévende en CHR - Réussir ses ventes par téléphone.

Objectifs pédagogiques

LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE PAR TÉLÉPHONE

- ✓ Savoir communiquer son sourire et être positif
- ✓ Savoir proposer un produit
- ✓ Savoir optimiser sa prise de commande
- ✓ Savoir construire un argument pour vendre au téléphone
- ✓ Savoir parler de toutes les familles de boissons par téléphone
- ✓ Développer sa relation client au téléphone
- ✓ Les mots qui fidélisent
- ✓ Les pièges à éviter
- ✓ Gérer un client mécontent au téléphone
- ✓ Parler des paiements par téléphone
- ✓ Organiser son espace de travail pour plus de performance
- ✓ Collaborer efficacement avec un commercial terrain pour optimiser la gestion des clients

Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FAOD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 4 temps de formation de 2H00 et 1H00 de travail individuel intersession
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours



MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Étape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION - LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE PAR TÉLÉPHONE Apports théoriques et exercices pratiques favorisés par la formation à distance Simulation d'appel entrant Analyse par le groupe et débriefing animateur
Module 2	2.00	Étape 2	LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE PAR TÉLÉPHONE Apports théoriques et exercices pratiques favorisés par la formation à distance Simulation d'appel sortant Analyse par le groupe et débriefing animateur
Module 3	2.00	Étape 3	APPORT DE MÉTHODE POUR DÉVELOPPER SA RELATION CLIENT AU TÉLÉPHONE Les mots qui fidélisent Les pièges à éviter Gérer un client mécontent au téléphone Parler des paiements par téléphone Entrainement pratique
Module 4	2.00	Étape 4	ORGANISER SON ESPACE DE TRAVAIL POUR PLUS DE PERFORMANCE Collaborer efficacement avec un commercial terrain pour optimiser la gestion des clients Conclusion et évaluation en ligne



Négociation.

Objectifs pédagogiques

COMPRENDRE LES ENJEUX D'UNE NÉGOCIATION VUE PAR LES DEUX PARTIES

- ✓ Utiliser les fondamentaux de la vente pour réussir ses négociations
- ✓ Connaitre les phases majeures d'une négociation et savoir conduire
- ✓ Adapter son comportement aux situations et aux personnalités
- ✓ Savoir Renforcer sa confiance pour aborder toutes les négociations avec sérénité
- ✓ Savoir se préparer à chaque phase de la négociation et des enjeux inhérents aux marché du CHR
- ✓ Savoir s'adapter selon les clients (prospects ou clients existants) pour ne pas céder et résister aux menaces, pressions temps et conduire chaque phase de négociation avec sérénité

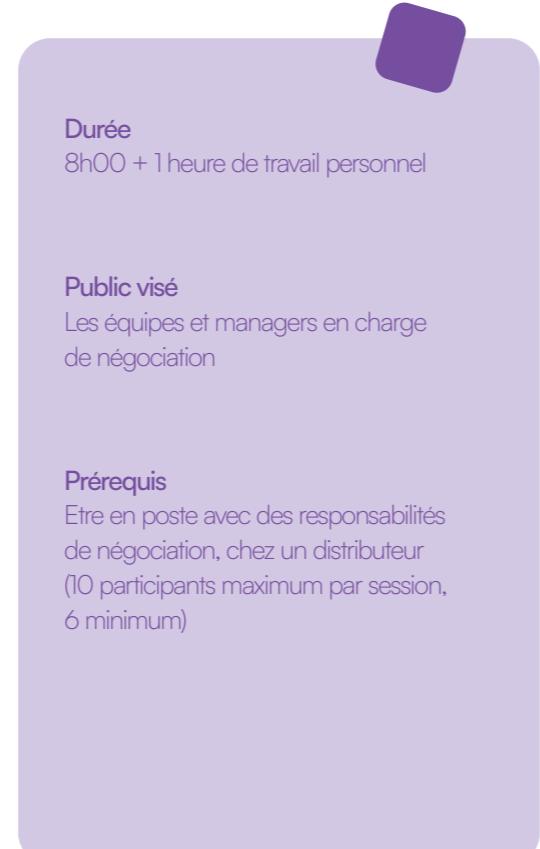
Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FAOD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 5 temps de formation de 2H00 et 1H00 de travail individuel intersession
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours



MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Étape 1	<p>INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION</p> <p>Appropriation de la méthode T.I.N.A pour s'adapter à tout type de négociation</p> <p>Des enjeux raisonnables jusqu'aux risques conflictuels</p> <p>La méthode T.I.N.A. est une modélisation du processus de conduite d'une négociation en situation conflictuelle, selon un phasage souple, avec des possibilités de va et vient entre chaque phase, selon l'état de tension de son ou ses acteurs</p>
Module 2	2.00	Étape 2	<p>APPRENDRE À S'ADAPTER À SON INTERLOCUTEUR ET SES ATTENTES EN NÉGOCIATIONS</p> <p>Apport de fondamentaux sur la morpho gestuelle</p> <p>Les grands styles caractéristiques d'individus. (mieux se connaître pour mieux apprendre à connaître l'autre)</p> <p>Exercices pratiques adaptés à la négociation CHR</p>
Module 3	2.00	Étape 3	<p>S'ENTRAINER À NÉGOCIER AVEC LES DIFFÉRENTS TYPES DE CLIENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Acquisitions ✓ Renouvellement ✓ Consolidation d'accord <p>S'adapter au nouveau contexte marché, savoir prendre en compte les demandes clients pour en faire des outils de maîtrise de la négociation</p> <p>Exercices pratiques adaptés à la négociation CHR : De la découverte du client et de ses demandes jusqu'à la signature d'une collaboration rentable et acceptable pour les 2 parties.</p>
Module 4	2.00	Étape 4	<p>S'ENTRAINER À NÉGOCIER AVEC LES DIFFÉRENTS TYPES DE CLIENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Acquisitions ✓ Renouvellement ✓ Consolidation d'accord <p>Acquisition des réflexes dans la conduite des différentes phases de négociations en particuliers sous tensions conflictuelles.</p> <p>Conclusion et évaluation en ligne</p>

Fondamentaux de la vente.

Objectifs pédagogiques

CONNAITRE ET PARTAGER LES ÉTAPES DE VENTE ADAPTÉES AU MÉTIER DU DISTRIBUTEUR CHR

- ✓ Savoir construire une démarche efficace et adaptée aux cibles clients de mon territoire
- ✓ Connaitre, partager et savoir utiliser les techniques de ventes et d'efficacité de visite
- ✓ Savoir présenter le pitch et l'USP distributeur
- ✓ Savoir mener un entretien de vente et le conclure
- ✓ Intégrer le nouvel environnement Post Covid dans la démarche de vente
- ✓ Connaitre et savoir utiliser les différents médias pour prendre contact avec un prospect et donner confiance pour évaluer le potentiel de développement

Méthodes pédagogiques

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée aux CHR et de ses enjeux

PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ 5 modules de formation de 2H00
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours



MODULE	CONTENU	MODALITÉS PÉDAGOGIQUES
Module 1	Introduction, objectifs et principes de fonctionnement de la formation. Rappel des fondamentaux de la communication Situer les enjeux dans le cadre du développement du métier de distributeur. Les forces des distributeurs sur le marché CHR	Introduction. Visio avec jeu interactif, apport méthode.
Module 2	Les fondamentaux de la vente Les techniques de vente utilisables, évaluation des points forts et freins des participants, adaptations en fonction des cibles	Visio avec jeu interactif Mise en situation individuelle et apport méthode
Module 3	Réaliser et développer l'efficacité de l'entretien de vente du premier contact et d'une visite PDV Les 5 temps : Préparation visite Client Première impression Découverte du client Proposition argumentée Traitement des objections Conclusion	Connaitre et partager les bonnes pratiques, établir un socle de techniques incontournables
Module 4	Savoir vendre Ses différences de distributeurs indépendants, les bénéfices pour le client et le services d'accompagnement Intégrer l'environnement Post Covid, faire sauter les freins	Alternance application concrète et entraînement aux étapes clés du rdv Client CHR
Module 5	Simulation d'une action individuelle de vente Apport méthode complémentaire selon les acquis individuels évalués Conclusion, évaluation, engagement individuel et collectif sur les applications et actions post formation	Alternance application concrète et entraînement aux étapes clés. Conclusion Évaluation en ligne,

Fondamentaux du management.

Objectifs pédagogiques

COMPRENDRE LES ENJEUX DE SON RÔLE DE MANAGER

- ✓ Identifier son style de management
- ✓ Adapter son comportement aux situations et aux personnalités
- ✓ Coordonner et accompagner l'équipe
- ✓ Assurer le contrôle tout en développant l'autonomie des individus
- ✓ Apprécier et valoriser les performances individuelles et collectives
- ✓ Mener des entretiens individuels
- ✓ Animer des réunions

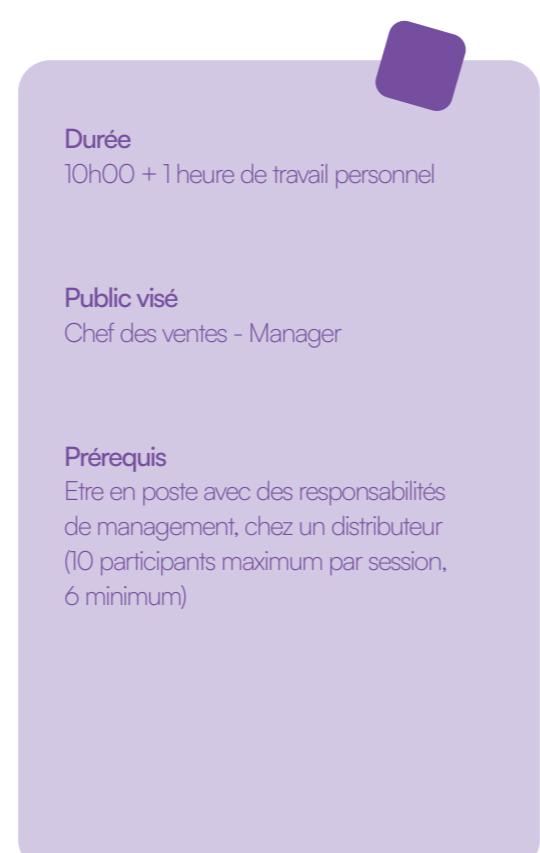
Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FAOD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 5 temps de formation de 2H00 et 1H00 de travail individuel intersession
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours



MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Étape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION
		Étape 2	Les enjeux du management dans le cadre de la vision d'entreprise <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les styles de management ✓ Le management transversal ou fonctionnel ✓ Les différentes leviers de motivation et facteurs de démotivation (le manager motivant) Préparation temps 2 : les engagements actions des participants
Module 2	2.00	Étape 3	RETOUR SUR LES ACTIONS NOUVELLES MENÉES DANS LES ACTIONS AUPRÈS DE SON ÉQUIPE OU DES COLLABORATEURS
		Étape 4	Apport technique et méthodologique à travers des cas de mise en pratique concrète et jeux de sensibilisation <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les fondamentaux de la communication ✓ Le développement de l'autonomie ✓ L'adéquation style de management / niveau d'autonomie
Module 3	2.00	Étape 5	RETOUR SUR LES APPLICATIONS INTERSESSIONS RÉALISÉES ET PROCESSUS DÉVELOPPÉS
		Étape 6	Apport méthode et application sur les éléments concrets des participants <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le développement d'un collaborateur ✓ Les différents types d'entretiens individuels ✓ Le management à distance, utilisation de la méthode GROW
Modules 4	2.00	Étape 7	RETOUR SUR LES APPLICATIONS INTERSESSIONS RÉALISÉES ET PROCESSUS DÉVELOPPE
		Étape 8	Apport méthode et application sur les éléments concrets des participants <ul style="list-style-type: none"> ✓ La prise de décision ✓ Savoir gérer et capter les participants pendant une intervention ✓ Construire et animer une réunion à distance ou en face à face Engagement à l'action intersession par métier avec préparation d'un démarrage de réunion à distance de 10 minutes
Module 5	2.00	Étape 9	Travail de mise en situation, plus débriefing collectif sur la réunion préparée, apports complémentaires sur les attentes des collaborateurs pour nourrir la motivation dans une entreprise
		Étape 10	Évaluation individuelle et conclusion collective pour engager une dynamique de progression

FORMATION A DISTANCE

Fondamentaux du management - Manager logistique.

Objectifs pédagogiques

COMPRENDRE LES ENJEUX DE SON RÔLE DE MANAGER

- ✓ Identifier son style de management
- ✓ Adapter son comportement aux situations et aux personnalités
- ✓ Coordonner et animer l'équipe logistique autour de la qualité et la sécurité
- ✓ Savoir briefer les équipes logistiques sur les actions prioritaires
- ✓ Savoir cadrer et recadrer un collaborateur logistique (préparation et livraison)
- ✓ Savoir féliciter et encourager pour motiver à progresser et agir dans l'intérêt du métier logistique et de l'entreprise
- ✓ Préparer et Animer des réunions flashs pour informer et impliquer l'équipe logistique dans l'entreprise

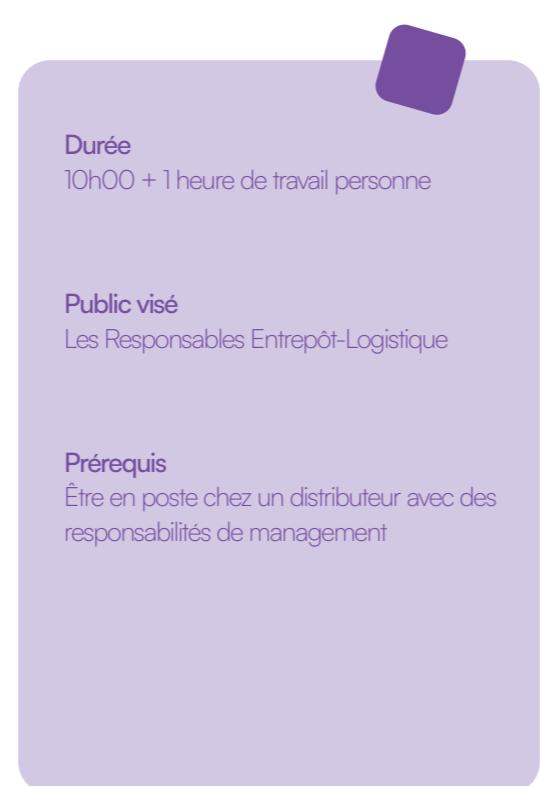
Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FOAD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 5 temps de formation de 2H00 et 1H00 de travail individuel intersession
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de Visio conférence utilisé. Des outils comme KLAXOON ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours



MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Étape 1 Étape 2	LES ENJEUX DU MANAGEMENT DANS LE CADRE DE LA VISION D'ENTREPRISE ✓ Les styles de management ✓ Le management transversal ou fonctionnel ✓ Les différentes leviers de motivation et facteurs de démotivation (le manager motivant) Préparation temps 2 : les engagements et actions des participants
Module 2	2.00	Étape 3 Étape 4	APPORT TECHNIQUE ET MÉTHODOLOGIQUE À TRAVERS DES CAS DE MISE EN PRATIQUE CONCRÈTE ET JEUX DE SENSIBILISATION ✓ Les fondamentaux de la communication ✓ Le développement de l'autonomie ✓ L'adéquation style de management / niveau d'autonomie d'un collaborateur logistique
Module 3	2.00	Étape 5 Étape 6	APPORT MÉTHODE ET APPLICATION SUR LES ÉLÉMENTS CONCRETS DES PARTICIPANTS ✓ Le développement d'un collaborateur logistique ✓ Les différents types d'entretiens individuels (félicitation, cadrage, recadrage, entretien individuel annuel) ✓ Le management collectif : partager un objectif d'entreprise, une décision de la direction
Module 4	2.00	Étape 7 Étape 8	APPORT MÉTHODE ET APPLICATION SUR LES ÉLÉMENTS CONCRETS DES PARTICIPANTS ✓ La prise de décision ✓ Savoir gérer et capter les participants pendant un briefing collectif «court» ✓ Construire et animer une réunion courte application sur les règles de sécurité
Module 5	2.00	Étape 9 Étape 10	Engagement à l'action intersession par métier avec préparation d'un démarrage de réunion logistique de 10 minutes Travail de mise en situation, plus débriefing collectif sur le briefing préparé, apports complémentaires sur les attentes des équipes logistiques pour nourrir la motivation dans une entreprise Évaluation individuelle et conclusion collective pour engager une dynamique de progression

Recrutement.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Observer et décrypter les différentes gestuelles intervenant dans un entretien de recrutement discerner d'après quelles attitudes on peut cerner un profil, avec quelles incidences sur la conduite de l'écoute active.
- ✓ Élaborer un processus de recrutement à appliquer à tous les candidats

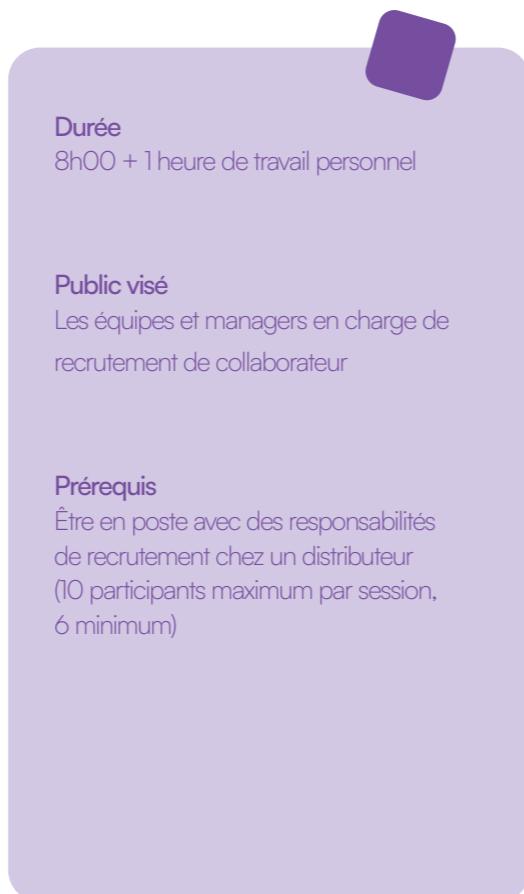
Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FAOD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 4 temps de formation de 2H00 et 1H00 de travail individuel intersession
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours



MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Étape 1	<p>L'ANALYSE MORPHOGESTUELLE Un outil sans égal d'audit corporel de personnalité. Le principe de l'observation active et de son lien avec l'écoute active</p> <p>L'observation du candidat concernant</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ses gestes oratoires ✓ ses gestes de ressenti
Module 2	2.00	Étape 2	<p>LA PREMIÈRE IMPRESSION Le piège des affects et des stéréotypes</p> <p>Le contact, premier indice à observer</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Introverti ou extraverti ? <p>L'importance de la prise en compte de ces deux profils</p>
Module 3	2.00	Étape 3	<p>LA COMMUNICATION Les Etats du Moi du candidat</p> <p>Leur décryptage</p> <p>A quoi s'attendre</p> <p>Le partage des convictions</p>
Module 4	2.00	Étape 4	<p>L'élaboration d'un processus de recrutement à appliquer à tous les candidats avec la constitution d'un questionnaire</p> <p>Les questions à poser pour chaque critère retenu</p> <p>Les réponses et attitudes associées à observer et valider</p> <p>Recommandations</p> <p>Conclusion et évaluation en ligne</p>



Fondamentaux vente mixologie - Tendance/Spiritueux/Cocktails.

Objectifs pédagogiques

SAVOIR DÉVELOPPER SES CONNAISSANCES SUR LES «CRAFTS ALCOOLS »

- ✓ Connaitre les tendances de développement sur les différentes familles
- ✓ Savoir parler des spécificités des différentes familles (Gins, whiskies, ...)
- ✓ Connaitre les éléments clés pour sélectionner et recommander une carte alcools
- ✓ Savoir réaliser une recette de cocktails

Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FAOD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes de ventes

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 4 temps de formation de 2H00 + 30 min de travail individuel intersession
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation de début de formation, en mises en situation, et en fin de parcours



MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Étape 1	<p>INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION - CONNAÎTRE LES SPIRITUEUX BLANCS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gin ✓ Vodka ✓ Tequila ✓ Histoire ✓ Fabrication ✓ Utilisation <p>Savoir en parler — savoir vendre leurs différences et utilités dans un point de vente</p> <p>Dégustations guidées à distance</p> <p>Foire aux questions</p>
Module 2	2.00	Étape 2	<p>CONNAÎTRE LES SPIRITUEUX BRUNS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Whisky ✓ Rhum ✓ Histoire ✓ Fabrication ✓ Utilisation) <p>Savoir en parler — savoir vendre leurs différences et utilités dans un point de vente</p> <p>Dégustations guidées à distance</p> <p>Foire aux questions</p>
Module 3	2.00	Étape 3	<p>CONNAÎTRE LES AUTRES TENDANCES, TYPES LIQUEURS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Vermouth ✓ Amer ✓ Histoire ✓ Fabrication ✓ Utilisation <p>Savoir en parler — savoir vendre leurs différences et utilités dans un point de vente</p> <p>Dégustations guidées à distance</p> <p>Foire aux questions</p>
Module 4	2.00	Étape 4	<p>CONNAÎTRE LES TENDANCES CONSOMMATIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cocktails ✓ Apéritifs ✓ Résumé Semaine <p>Création d'une recette cocktail réalisée par les participants</p> <p>Conclusion et évaluation en ligne</p>



Fondamentaux vente mixologie - Tendance/Spiritueux/Cocktails.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Connaître les incontournables pour un point de vente pour être reconnu comme un spécialiste «crafts alcools» gammes / cartes / arrière bar/ matériels composition produit alcools Savoir quels sont les moyens pour «revendre» les gammes spécialisées en alcools
- ✓ Connaître et savoir proposer les animations de la gamme avec les cocktails
- ✓ Savoir vendre une gamme d'alcools artisanaux et en incluant les gammes internationales
- ✓ Connaître les fondamentaux du développement du pairing

Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FAOD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes de ventes

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 4 temps de formation de 2H00 + 30 min de travail individuel intersession
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation de début de formation, en mises en situation, et en fin de parcours.

Durée
8h00 + 30 mn de travail personnel

Public visé
Les commerciaux

Prérequis
Préparation du matériel :

- ✓ Bandeau dégustation
- ✓ 2 alcools en petite dégustation
- ✓ 2 verres neutres fiches de dégustation

Avoir suivi la formation : les fondamentaux ou avoir un expérience de plus d'un an dans la mixologie en bar ou vente



MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Étape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION - CONNAÎTRE LES ATTENTES EN FONCTION DES TYPOLOGIES POINTS DE VENTES Les outils d'un « crafts alcools » <ul style="list-style-type: none"> ✓ gammes / cartes / arrière bar ✓ composition produit alcools ✓ matériels
Module 2	2.00	Étape 2	APPORTER DE NOUVELLES CONNAISSANCES PRATIQUES SUR LES INCONTOURNABLES D'UN BAR <ul style="list-style-type: none"> ✓ Matériel ✓ Carte ... de la gamme à présenter Observation virtuelle d'un bar et appropriation des données théoriques
Module 3	2.00	Étape 3	TRAVAIL DE SÉLECTION DE GAMME A partir des alcools du distributeur: exercice pratique Le travail sur l'établissement d'une carte : exercice pratique Le travail sur pairing et les cocktails : exercice pratique Foire aux questions
Module 4	2.00	Étape 4	CONNAÎTRE LES TENDANCES CONSOMMATIONS <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cocktails ✓ Apéritifs ✓ Résumé Semaine Échanges sur les dernières créations et tendances Conclusion et évaluation en ligne

Fondamentaux - Mieux vendre et plus les bières crafts.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Comprendre les grandes tendances du marché
- ✓ Connaître la fabrication de la bière pour comprendre les grandes familles de bières
- ✓ Distinguer les principales caractéristiques des bières : au-delà des couleurs, les pays, les grandes familles de bières
- ✓ Utiliser les bons mots pour conseiller, vendre

Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FAOD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes de ventes

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 4 temps de formation de 2H00
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours.



MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Étape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION - LES FONDAMENTAUX DES CRAFTS BEERS <ul style="list-style-type: none"> ✓ Fabrication ✓ Styles ✓ Langage fondamental <p>Alternance d'apport théorique et pratique à distance</p>
Module 2	2.00	Étape 2	COMPRENDRE LES DIFFÉRENTES FAMILLES BIÈRES ET SAVOIR EN PARLER <p>Nouvelles connaissances pratiques sur les incontournables sur les crafts beers :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Verreries ✓ Plateau dégustation ✓ Affichage arrière bar ✓ Carte <p>... et de la gamme à présenter. La roue des saveurs bières</p>
Module 3	2.00	Étape 3	DISTINGUER LES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DES BIÈRES <p>Au-delà des :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Couleurs ✓ Pays ✓ Grandes familles de bières <p>Travail sur les gammes vendues par les participants : Acquérir des fondamentaux de vente des crafts beer Foire aux questions</p>
Module 4	2.00	Étape 4	CONNAÎTRE LES TENDANCES BIÈRES <p>Savoir Utiliser les bons mots pour conseiller, vendre : exercice pratique devant les participants (jeu concours) Conclusion et évaluation en ligne</p>
Module 4	2.00	Étape 4	CONNAÎTRE LES TENDANCES CONSOMMATIONS <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cocktails ✓ Apéritifs ✓ Résumé Semaine <p>Création d'une recette cocktail réalisée par les participants Conclusion et évaluation en ligne</p>

Expert -

Mieux vendre et plus les bières crafts.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Comprendre l'évolution du marché : familles de brasseries et de clientèles
- ✓ Approfondir les caractéristiques des styles de bières pour se positionner en spécialiste
- ✓ Acquérir des repères clés pour déguster, conseiller et marier les bières
- ✓ Adapter son argumentation en fonction des styles de bières

Méthodes pédagogiques

FORMATION DU TYPE FAOD

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes de ventes

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 4 temps de formation de 2H00 + 1H00 de travail individuel intersession
- ✓ Ils tiendront compte des temps d'attention et de la situation à distance via le système de visio conférence utilisé. Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés en intersession
- ✓ Évaluation de début de formation, en mises en situation, et en fin de parcours.



MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Étape 1	<p>INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION - CONNAÎTRE LES ATTENTES EN FONCTION DES TYPOLOGIES POINTS DE VENTES</p> <p>Les outils d'un bar spécialistes des « crafts beers »</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gammes ✓ Cartes ✓ Matériels <p>Les styles de bières tendances</p>
Module 2	2.00	Étape 2	<p>APPORTER DE NOUVELLES CONNAISSANCES PRATIQUES SUR LES INCONTOURNABLES D'UN CRAFT BAR</p> <p>✓ Matériel</p> <p>✓ Carte</p> <p>✓ Gamme à présenter</p> <p>Les tendances en termes de styles de bières et de brassins et appropriation des données théoriques</p>
Module 3	2.00	Étape 3	<p>LE TRAVAIL DE SÉLECTION DE GAMME</p> <p>A faire à partir des gammes crafts bières des distributeurs) : exercice pratique</p> <p>Le travail sur l'établissement d'une carte et d'un tableau « spécialiste » UBA... : exercice pratique</p> <p>Le travail sur Les bières et mets : exercices pratiques</p>
Module 4	2.00	Étape 4	<p>CONNAÎTRE LES TENDANCES CONSOMMATIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cocktails bières ✓ Développement de l'Apéritifs ✓ Résumé Semaine <p>Savoir prendre une longueur d'avance Échanges sur les dernières créations brassicoles : tour d'horizon international</p> <p>Conclusion et évaluation en ligne</p>



Les programmes de formation **en présentiel**.

LES MODULES DISPONIBLES

- ✓ La télévente en CHR
- ✓ Prospecter en CHR
- ✓ La négociation
- ✓ Fondamentaux du management
 - 1 module fondamental
 - 1 module expert
- ✓ Fondamentaux du management : manager logistique
- ✓ Mieux vendre le vin
- ✓ Vente Bière
 - 1 module fondamental
 - 1 module expert
- ✓ Vente Mixologie
 - 1 module fondamental
 - 1 module expert
 - 1 module expert 2

LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES NOUVELLES

- ✓ Des formations ludiques organisées en Plusieurs «épisodes»
4 à 5 Selon le thème de formation
- ✓ Opérationnelles avec un suivi individuel et application sur le terrain pendant la formation
- ✓ Économique :
 - Plus de logistique
 - Pas d'absence longue du terrain
- ✓ Adaptées à votre métier

FORMATION EN PRÉSENTIEL

Télévente en CHR - Réussir ses ventes par téléphone.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Connaître les fondamentaux de la communication pour échanger par téléphone
- ✓ Savoir utiliser des mots simples pour créer un climat de confiance par téléphone
- ✓ Savoir utiliser des techniques de préparation d'appel pour faire de la vente additionnelle
- ✓ Savoir structurer ses arguments pour convaincre et vendre par téléphone
- ✓ Savoir gérer les situations les plus courantes de mécontentement client

Méthodes pédagogiques

FORMATION EN PRÉSENTIEL

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ 4 temps de formation de 2H00 dont travail individuel et mise en situation adaptée à la distribution CHR
- ✓ Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés pour favoriser la montée en compétence et mesurer les acquis participants pendant la formation
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours



MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Étape 1	<p>INTRODUCTION ET PRÉSENTATION DU PROGRAMME</p> <p>Des fondamentaux de la communication</p> <p>Aux méthodes de gestion des appels entrant et sortant</p> <p>Alternance d'apport méthode et d'atelier mini entraînement : appel de présentation et réception d'appel</p> <p>MÉTHODE</p> <p>Découverte à l'aveugle</p> <p>Apport</p> <p>Rappel et mise à niveau par des apports et mini exercices pratiques</p>
Module 2	2.00	Étape 2	<p>DE LA PRÉPARATION À LA DÉCOUVERTE</p> <p>Jeu des mots pour appel aux 5 sens +1</p> <p>La phase de Découvertes</p> <p>Mini jeu « Deviner mon secret »</p> <p>MÉTHODE</p> <p>Ateliers et jeux de communications pour créer la confiance</p> <p>ATELIERS PRATIQUES</p> <p>Ateliers pratiques</p> <p>La phase argumentation (cab)</p> <p>Caractéristique avantage bénéfice</p> <p>Utilisation de la fiche argument</p> <p>Préparer de la vente additionnelle à chaque appel</p>
Module 3	1.30	Étape 3	<p>MÉTHODE</p> <p>Support animation</p> <p>Fiche argument</p> <p>Exemple nouveau produit</p> <p>OBJECTIFS DU MODULE</p> <p>Simulation d'appel sortant vente additionnelle</p> <p>Utilisation des fiches de débriefing /Appel en groupe</p> <p>Débriefing et remise des schémas d'appel</p> <p>Les situations de mécontentement courantes et leur gestion</p> <p>MÉTHODE</p> <p>Fiche de débriefing</p> <p>Fiche pratique sur la gestion</p>
Conclusion	0.30	-	<p>VALIDATION ENGAGEMENTS À L'ACTION DES PARTICIPANTS SUR LES FUTURES VENTE</p> <p>Conclusion et évaluation</p>

Prospecter en CHR.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Connaitre et savoir respecter les 4 phases d'une prospection
- Réussir le premier contact
- Donner envie de se connaître réciproquement, du pitch à la découverte d'un prospect
- Donner envie de travailler ensemble
- Transformer les intentions en action
- ✓ Apprendre à lire la communication non verbale et décoder les comportements pour s'adapter aux interlocuteurs
- ✓ Savoir préparer ses prospections avec les réseaux d'influence et «potentiels» relais
- ✓ Savoir prendre rdv et donner envie d'en savoir plus (face à face, à distance)



Méthodes pédagogiques

FORMATION EN PRÉSENTIEL

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ 4 temps de formation de 2H00 dont travail individuel et mise en situation adaptée à la distribution CHR
- ✓ Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés pour favoriser la montée en compétence et mesurer les acquis participants pendant la formation
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours

MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Étape 1	<p>INTRODUCTION - LES ENJEUX DE LA PROSPECTION EN CHR, LES TECHNIQUES INSSISPENSABLES</p> <p>validation des acquis de vente au travers d'exercices ludiques via KLAXOON</p> <p>Le Pitch du distributeur</p> <p>Les fondamentaux de fonctionnement d'un point de vente, diagnostic de la performance d'un PDV. Les attentes d'un client prospecté.</p>
Module 2	2.30	Étape 2	<p>L'IMPORTANCE DU PREMIER CONTACT (2 VENTES À RÉUSSIR, SOI ET L'ENTREPRISE)</p> <p>Les premiers contacts : les 3 contacts (Visuel, postural et verbal)</p> <p>Décoder les types de comportements pendant une prospection et savoir s'adapter</p> <p>Training collectif : simulation des prospections avec analyse coachée et mise en pratique des recommandations</p> <p>Mise en situation de découverte sur mise en situation en binôme. Utilisation d'une grille d'observation</p>
Module 3	2.30	Étape 3	<p>LA PROSPECTION PRATIQUE SOUS FORME DE SKETCHING</p> <p>Entrainement sur les 3 phases clés - entraînement en sous groupe</p>
Module 4	0.30	Étape 4	<p>VALIDATION ENGAGEMENTS À L'ACTION DES PARTICIPANTS SUR LES FUTURES PROSPECTIONS</p> <p>Conclusion et évaluation en ligne</p>

FORMATION EN PRÉSENTIEL

Négociation.

Objectifs pédagogiques

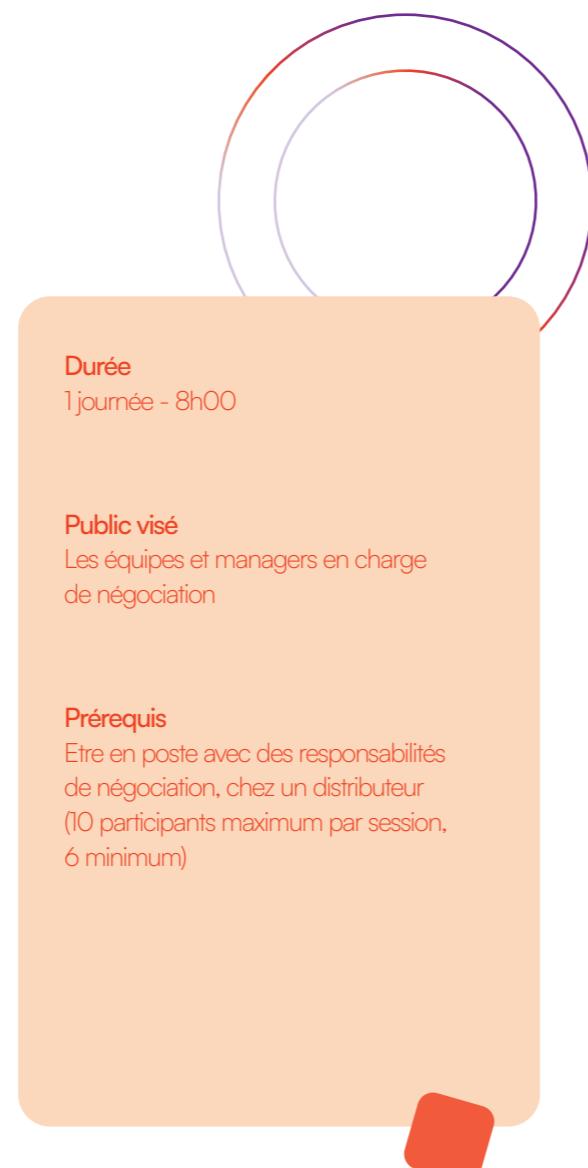
- ✓ Comprendre les enjeux d'une négociation vue par les 2 parties
- ✓ Utiliser les fondamentaux de la vente pour réussir ses négociations
- ✓ Connaitre les phases majeures d'une négociation et savoir conclure
- ✓ Adapter son comportement aux situations et aux personnalités
- ✓ Savoir renforcer sa confiance pour aborder toutes les négociations avec sérénité
- ✓ Savoir se préparer à chaque phase de la négociation et des enjeux inhérents au marché du CHR
- ✓ Savoir s'adapter selon les clients (prospects ou clients existants) pour ne pas céder et résister aux menaces, pressions temps et conduire chaque phase de négociation avec sérénité

Méthodes pédagogiques

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation en binôme ou en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptées à son équipe ou à ses responsabilités transversales

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ Formation à distance en Salle virtuelle privée
- ✓ 4 temps de formation de 2H00
- ✓ Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés pour impliquer et faire monter en compétence pendant la formation
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours



MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Étape 1	<p>INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION Appropriation de la méthode T.I.N.A pour s'adapter à tout type de négociation</p> <p>Des enjeux raisonnables jusqu'aux risques conflictuels La méthode T.I.N.A. est une modélisation du processus de conduite d'une négociation en situation conflictuelle, selon un phasage souple, avec des possibilités de va et vient entre chaque phase, selon l'état de tension de son ou ses acteurs</p>
Module 2	2.00	Étape 2	<p>APPRENDRE À S'ADAPTER À SON INTERLOCUTEUR ET SES ATTENTES EN NÉGOCIATIONS Apport de fondamentaux sur la morpho gestuelle</p> <p>Les grands styles caractéristiques d'individus. (mieux se connaître pour mieux apprendre à connaître l'autre)</p> <p>Exercices pratiques adaptés à la négociation CHR</p>
Module 3	2.00	Étape 3	<p>S'ENTRAINER À NÉGOCIER AVEC LES DIFFÉRENTS TYPES DE CLIENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Acquisitions ✓ Renouvellement ✓ Consolidation d'accord <p>S'adapter au nouveau contexte marché, savoir prendre en compte les demandes clients pour en faire des outils de maîtrise de la négociation</p> <p>Exercices pratiques adaptés à la négociation CHR : De la découverte du client et de ses demandes jusqu'à à la signature d'une collaboration rentable et acceptable pour les 2 parties.</p>
Module 4	2.00	Étape 4	<p>S'ENTRAINER À NÉGOCIER AVEC LES DIFFÉRENTS TYPES DE CLIENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Acquisitions ✓ Renouvellement ✓ Consolidation d'accord <p>Acquisition des réflexes dans la conduite des différentes phases de négociations en particuliers sous tensions conflictuelles.</p> <p>Conclusion et évaluation en ligne</p>

FORMATION EN PRÉSENTIEL

Fondamentaux du management.

Objectifs pédagogiques

COMPRENDRE LES ENJEUX DE SON RÔLE DE MANAGER

- ✓ Comprendre les enjeux de son rôle de manager
- ✓ Identifier son style de management
- ✓ Adapter son comportement aux situations et aux personnalités
- ✓ Coordonner et accompagner l'équipe
- ✓ Assurer le contrôle tout en développant l'autonomie des individus
- ✓ Apprécier et valoriser les performances individuelles et collectives
- ✓ Mener des entretiens individuels
- ✓ Animer des réunions

Méthodes pédagogiques

FORMATION EN PRÉSENTIEL

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ 6 temps de formation de 2H00 dont travail individuel et mise en situation adaptée aux métiers logistique ou commerce
- ✓ Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés pour favoriser la montée en compétence et mesurer les acquis participants pendant la formation
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours

Durée
2 journées non consécutives - 12h00

Public visé
Les chefs des ventes / Managers

Prérequis
Etre en poste avec des responsabilités de management, chez un distributeur (10 participants maximum par session, 6 minimum)

JOUR	MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
		Avant la formation	-	Questionnaire Évaluer les attentes et le niveau des participants
			Étape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION
	Module 1	2.00	Étape 2	Les enjeux du management dans le cadre de la vision d'entreprise <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les styles de management ✓ Le management transversal ou fonctionnel ✓ Les différentes leviers de motivation et facteurs de démotivation (le manager motivant) Préparation temps 2 : les engagements actions des participants
Jour 1			Étape 3	RETOUR SUR LES ACTIONS NOUVELLES MENÉES DANS LES ACTIONS AUPRÈS DE SON ÉQUIPE OU DES COLLABORATEURS
	Module 2	3.00	Étape 4	Apport technique et méthodologique à travers des cas de mise en pratique concrète et jeux de sensibilisation <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les fondamentaux de la communication ✓ Le développement de l'autonomie ✓ L'adéquation style de management / niveau d'autonomie Ciblage accompagné par le formateur d'actions concrètes de mise en place sur son équipe ou son service en appliquant les principes fondamentaux vus sur la journée Préparation d'une intervention collective pour donner du sens à une action d'entreprise
	Module 3	2.00	Étape 5	RETOUR SUR LES APPLICATIONS INTERSESSIONS RÉALISÉES ET PROCESSUS DÉVELOPPÉS
	Module 4	2.00	Étape 6	Apport méthode et application sur les éléments concrets des participants <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le développement d'un collaborateur ✓ Les différents types d'entretiens individuels ✓ Le management à distance, utilisation de la méthode GROW RETOUR SUR LES APPLICATIONS INTERSESSIONS RÉALISÉES ET PROCESSUS DÉVELOPPE
Jour 2			Étape 7	Apport méthode et application sur les éléments concrets des participants <ul style="list-style-type: none"> ✓ La prise de décision ✓ Savoir gérer et capter les participants pendant une intervention ✓ Construire et animer une réunion à distance ou en face à face Engagement à l'action intersession par métier avec préparation d'un démarrage de réunion à distance de 10 minutes
	Module 5	2.00	Étape 9	Travail de mise en situation, plus débriefing collectif sur la réunion préparée, apports complémentaires sur les attentes des collaborateurs pour nourrir la motivation dans une entreprise
			Étape 10	Évaluation individuelle et conclusion collective pour engager une dynamique de progression

FORMATION EN PRÉSENTIEL

Fondamentaux du management 2.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Être capable de :

Savoir instaurer un dialogue constructif et assertif avec ses équipes.

Impliquer et stimuler ses collaborateurs pour une meilleure réussite collective.

Se réapproprier la culture d'entreprise à travers 2 ateliers collaboratifs et participatifs :

Réaliser son tableau de vision n+1
Réidentifier et porter les valeurs de l'entreprise

Durée
2 journées de 7h00 -
soit 14h00

Méthodes pédagogiques

FORMATION EN PRÉSENTIEL

- ✓ 2 journées de 7 heures en présentiel, soit 14 heures

Apport d'outils, méthodes et clés de lecture.

Activités pédagogiques de sensibilisation en ligne.

Évaluation par des mises en situation, du travail intersession et en fin de parcours.

MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
			OBJECTIFS
			Rappel des principes de base du management et les fondamentaux de la communication
			Les styles de management, le management transversal ou fonctionnel, la prise de décision, les différentes leviers de motivation et facteurs de démotivation, le développement de l'autonomie.
			Adapter les signes de reconnaissance en fonction de chaque type de personnalité.
			Savoir favoriser la juste expression de son équipe.
			Savoir valoriser ses collaborateurs de manière individuelle par la motivation, le questionnement et l'écoute.
			Savoir donner des signes de reconnaissance.
			Identifier et exploiter les forces individuelles et collectives, grâce à la méthode du SWOT.
Module 1	7.00	Étape 1	MÉTHODES
			Alternance d'apports théoriques et d'ateliers de mise en situation sur le questionnement et l'écoute.
			Atelier pour savoir valoriser ou critiquer de manière positive sur la tache et jamais sur la personne.
			Mise en situation pour savoir émettre une critique positive ou faire un recadrage factuel avec la méthode « DESC : message Je ».
			Ateliers pour réaliser 2 SWOT : individuel et de l'équipe rêvée. chaque participant réalise son SWOT et le présente.
			Chaque participant réalise un plan personnalisé à mettre en place au sein de son équipe.
		Étape 2	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION LA PROSPECTION PRATIQUE SOUS FORME DE SKETCHING
		Étape 3	ATELIER 1 - 3,5 HEURES - « RÉALISER SON TABLEAU DE VISION 2022 »
			Donner du sens, une feuille de route à son équipe pour partager un but commun : la croissance et la pérennité de l'entreprise.
			Sur base d'ateliers collaboratifs : analyse de situations, intégration du contexte nouveau et travail en binôme pour identifier, structurer et restituer la feuille de route à partager.
Module 2	7.00		ATELIER 2 - 3,5 HEURES - « RÉIDENTIFIER ET PORTER LES VALEURS PHARES DE L'ENTREPRISE»
		Étape 4	pour les porter, les partager et recréer un sentiment d'appartenance et un réengagement des équipes sur fond de valeurs communes.
			Après un rappel des principes fondamentaux des valeurs et de leur utilité dans le management d'équipe et individuel, travailler sur un blason pour chaque manager, qui définira le cadre de valeurs clés du service et de l'équipe.

MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Étape 1	<p>INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION - CONNAÎTRE LES SPIRITUEUX BLANCS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gin ✓ Vodka ✓ Tequila ✓ Histoire ✓ Fabrication ✓ Utilisation <p>Savoir en parler — savoir vendre leurs différences et utilités dans un point de vente</p> <p>Dégustations guidées pour faire appel aux 5 sens</p> <p>Foire aux questions</p>
Module 2	2.00	Étape 2	<p>CONNAÎTRE LES SPIRITUEUX BRUNS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Whisky ✓ Rhum ✓ Histoire ✓ Fabrication ✓ Utilisation <p>Savoir en parler — savoir vendre leurs différences et utilités dans un point de vente</p> <p>Dégustations guidées</p> <p>Foire aux questions</p>
Module 3	2.00	Étape 3	<p>CONNAÎTRE LES AUTRES TENDANCES, TYPES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Liqueurs ✓ Vermouth ✓ Amer ✓ Hhistoire ✓ Fabrication ✓ Utilisation <p>Savoir en parler — savoir vendre leurs différences et utilités dans un point de vente</p> <p>Dégustations guidées</p> <p>Foire aux questions</p>
Module 4	2.00	Étape 4	<p>CONNAÎTRE LES TENDANCES CONSOMMATIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cocktails ✓ Apéritifs ✓ Synthèse <p>Création d'une recette cocktail réalisée par les participants</p> <p>Conclusion et évaluation en ligne</p>

FORMATION EN PRÉSENTIEL

Fondamentaux vente mixologie - Tendance/Spiritueux/Cocktails.

Objectifs pédagogiques

COMPRENDRE LES ENJEUX DE SON RÔLE DE MANAGER

- ✓ Savoir développer ses connaissances sur les «crafts alcools»
- ✓ Connaitre les tendances de développement sur les différentes familles
- ✓ Savoir parler des spécificités des différentes familles (Gins, whiskies, ...)
- ✓ Connaitre les éléments clés pour sélectionner et recommander une carte alcools
- ✓ Savoir réaliser une recette de cocktails

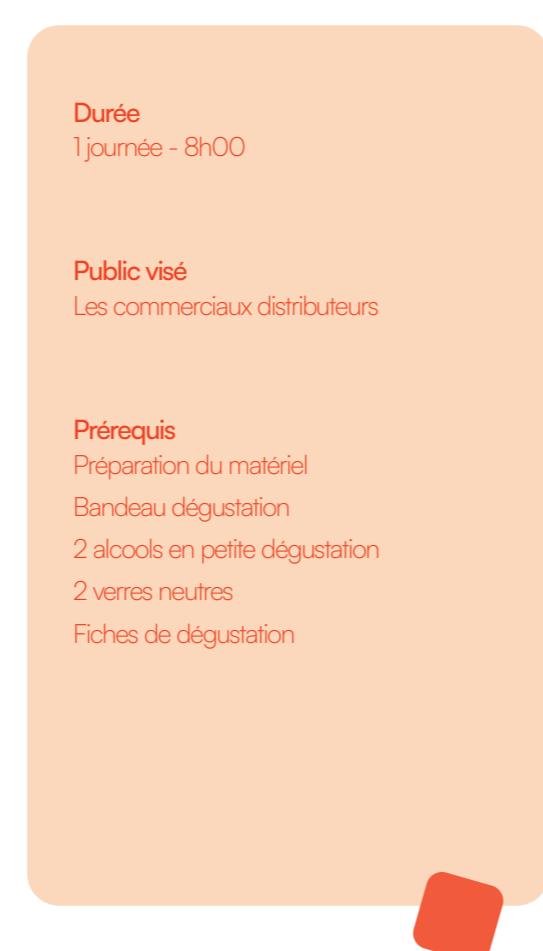
Méthodes pédagogiques

FORMATION EN PRÉSENTIEL

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ 6 temps de formation de 2H00 dont travail individuel et mise en situation adaptée aux métiers logistique ou commerce
- ✓ Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés pour favoriser la montée en compétence et mesurer les acquis participants pendant la formation
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours



Expert vente mixologie - Tendance/Spiritueux/Cocktails.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Connaitre les incontournables pour un point de vente pour être reconnu comme un spécialiste «crafts alcools» gammes / cartes / arrière bar/ matériels composition produit alcools
- ✓ Savoir quels sont les moyens pour «revendre» les gammes spécialisées en alcools
- ✓ Connaitre et savoir proposer les animations de la gamme avec les cocktails
- ✓ Savoir vendre une gamme d'alcools artisanaux et en incluant les gammes internationales
- ✓ Connaitre les fondamentaux du développement du pairing...

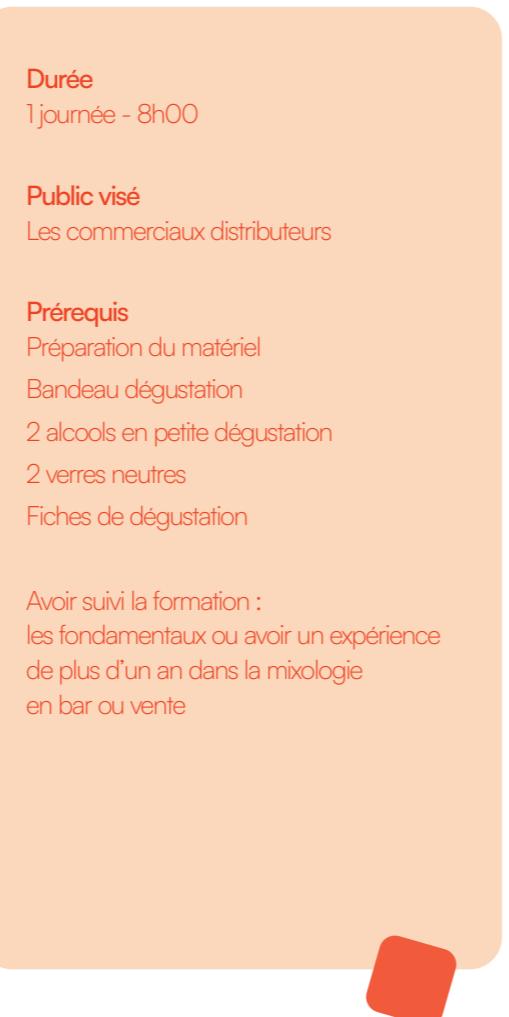
Méthodes pédagogiques

FORMATION EN PRÉSENTIEL

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes de ventes

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ 4 temps de formation de 2H00 dont travail individuel et mise en situation adaptée à la distribution CHR
- ✓ Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés pour favoriser la montée en compétence et mesurer les acquis participants pendant la formation
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours



MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Module 1	2.00	Étape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION : CONNAÎTRE LES ATTENTES EN FONCTION DES TYPOLOGIES POINTS DE VENTES Les outils d'un « crafts alcools » <ul style="list-style-type: none"> ✓ Gammes / cartes / arrière bar ✓ Composition produit alcools ✓ Matériels
Module 2	2.00	Étape 2	APPORTER DE NOUVELLES CONNAISSANCES PRATIQUES SUR LES INCONTOURNABLES D'UN BAR : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Matériel ✓ Carte de la gamme à présenter Observation virtuelle d'un bar et appropriation des données théoriques
Module 3	2.00	Étape 3	LE TRAVAIL DE SÉLECTION DE GAMME sera à faire à partir des alcools du distributeur - exercice pratique Le travail sur l'établissement d'une carte : exercice pratique le travail sur pairing et les cocktails - exercice pratique Foire aux questions
Module 4	2.00	Étape 4	CONNAÎTRE LES TENDANCES CONSOMMATIONS <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cocktails ✓ Apéritifs ✓ Synthèse Échanges sur les dernières créations et tendances Conclusion et évaluation en ligne



FORMATION EN PRÉSENTIEL

Expert 2 vente mixologie - Tendance/Spiritueux/Cocktails.

Objectifs pédagogiques

PROFESSIONNALISER

Partir de l'existant, apporter des nouvelles approches et techniques pour l'accompagnement des équipes commerciales, le développement de business.

ENGAGER

Accompagner la transformation et créer un saut de performance pour engager sur le long terme l'intégralité des équipes.

DÉVELOPPER

Donner de l'agilité et de l'initiative au local pour mettre en place une stratégie de croissance avec des résultats visibles.

REFORCER

Renforcer les collaborateurs déjà formés, sur de nouvelles compétences à acquérir pour gagner en autonomie et aller plus loin dans leur métier.

Méthodes pédagogiques

TRAVAIL DE PRÉPARATION

Conception et rédaction d'une formation, de supports d'animation, de books participants et des mises en situation sur mesure pour un apport de connaissances en adéquation avec vos besoins réels terrain.

FORMATION THÉORIQUE

Axe de formation n°1 « Théorie » apport de contenus théoriques, adaptés à votre métier, votre secteur d'activité.

FORMATION PRATIQUE

Axe de formation n°2 « Cas Pratiques » mises en pratique avec exercices réels coachés en collectif, pour ancrage des connaissances et reflexes.

Durée
1 journée

Public visé
Les commerciaux

Prérequis
Spiritueux et mixers
(à définir en amont de la journée)
Matériel mixologie (shaker, doseur, etc.)
apportés par la formatrice
Verrerie à définir sur place
(prévoir PLV partenaire)
Panier ingrédients pour la journée
(agrumes, épices, botaniques)
apportés par la formatrice

MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants
Matinée	-	Théorique	Tendance cocktails et consommation en station de ski et vallée, en fonction de la clientèle saisonnière et du type d'établissement Organiser son portefeuille produits en ciblant une tendance de consommation et être vecteur des tendances de consommation
Après-midi	-	Pratique	Création d'une carte cocktails « Entreprise X » pour la saison, pour se positionner avec une valeur ajoutée par rapport à la concurrence et être référent pour le client Développer l'argumentaire de vente de la carte X
			Speed Challenge « De l'entrepôt au bar ». Réalisation de la carte cocktails et Long Drinks, en atelier Mixologie Sketch de vente, mise en situation Dégustation de la carte cocktails



Fondamentaux -

Mieux vendre et plus les bières crafts.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Comprendre les grandes tendances du marché
- ✓ Connaître la fabrication de la bière pour comprendre les grandes familles de bières
- ✓ Distinguer les principales caractéristiques des bières : au-delà des couleurs, les pays, les grandes familles de bières
- ✓ Utiliser les bons mots pour conseiller, vendre

Méthodes pédagogiques

FORMATION EN PRÉSENTIEL

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes de ventes

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ 4 temps de formation de 2H00 dont travail individuel et mise en situation adaptée à la distribution CHR
- ✓ Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés pour favoriser la montée en compétence et mesurer les acquis participants pendant la formation
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours



MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants Préparer les bières
Module 1	2.00	Étape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION
Module 1	2.00	Étape 2	LES ENJEUX DE LA CONNAISSANCE DES BIÈRES CRAFTS ✓ Les grandes évolutions du marché : tendances clés ✓ Panorama des acteurs de la filière bière en France et à l'international
Module 2	2.00	Étape 3	LES INGRÉDIENTS DES BIÈRE
Module 2	2.00	Étape 4	APPORT PRATIQUE DE LA FABRICATION À PARTIR D'UNE RECETTE DE BIÈRE ✓ Les fondamentaux de la fabrication des bières ✓ Les étapes de la fabrication ✓ L'importance des mots liés à la fabrication : fermentations, IBU, EBC, ...
Module 3	2.00	Étape 5	RETOUR SUR LES FABRICATIONS
Module 3	2.00	Étape 6	Partir des bières choisies par les participants : ✓ Les pays des bières ✓ Les différentes caractéristiques : au-delà des couleurs ✓ Les grandes familles des bières
Module 4	2.00	Étape 7	RETOUR SUR LES GRANDES FAMILLES DES BIÈRES
Module 4	2.00	Étape 8	✓ Les bons mots pour conseiller et vendre ✓ Évaluation d'une présentation d'une bière ✓ Conclusion collective pour engager une dynamique de progression

Expert -

Mieux vendre et plus les bières crafts.

Objectifs pédagogiques

- ✓ Comprendre l'évolution du marché : familles de brasseries et de clientèles
- ✓ Approfondir les caractéristiques des styles de bières pour se positionner en spécialiste
- ✓ Acquérir des repères clés pour déguster, conseiller et marier les bières
- ✓ Adapter son argumentation en fonction des styles de bières

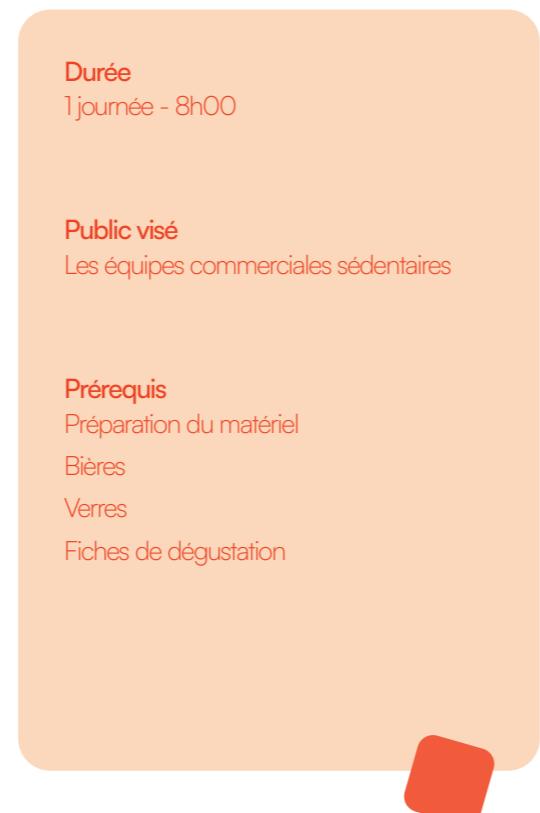
Méthodes pédagogiques

FORMATION EN PRÉSENTIEL

- ✓ Jeux pédagogiques de sensibilisation, en ligne
- ✓ Apport d'outils, méthodes et clés de lecture
- ✓ Mise en application sur des situations concrètes et adaptée à son équipe ou à ses responsabilités transversales

LES PRINCIPES PÉDAGOGIQUES, SUIVI ET ÉVALUATION

- ✓ 4 temps de formation de 2H00 dont travail individuel et mise en situation adaptée à la distribution CHR
- ✓ Des outils comme Klaxoon ou autre outils pédagogiques seront utilisés pour favoriser la montée en compétence et mesurer les acquis participants pendant la formation
- ✓ Évaluation par les mises en situation, travail intersession et en fin de parcours



MODULE	DURÉE	ÉTAPE	CONTENU
Avant la formation	-	Questionnaire	Évaluer les attentes et le niveau des participants Préparer les bières
Module 1	2.00	Étape 1	INTRODUCTION, OBJECTIFS ET PROCESSUS FORMATION
Module 1	2.00	Étape 2	LES ENJEUX DU MARCHÉ ✓ Les caractéristiques des acteurs de la filière bière ✓ Les offres des brasseries ✓ Les évolutions des points de vente et des clients
Module 2	2.00	Étape 3	RETOUR SUR LES GRANDES ÉVOLUTIONS DU PAYSAGE ACTUEL
Module 2	2.00	Étape 4	DES GRANDES FAMILLES DE BIÈRES AUX PRINCIPAUX STYLES ✓ L'arbre des styles ✓ Le développement des nouveaux styles ✓ Caractéristiques des principaux styles
Module 3	2.00	Étape 5	RETOUR SUR LES PRINCIPAUX STYLES
Module 3	2.00	Étape 6	PARTIR DES BIÈRES CHOISIES PAR LES PARTICIPANTS ✓ La dégustation des bières ✓ Les critères à connaître et à utiliser ✓ La fiche d'identité d'un style et d'une bière ✓ Travail intersession : présenter un style, une bière du catalogue à un CHR
Module 4	2.00	Étape 7	RETOUR SUR LES STYLES DE BIÈRES
Module 4	2.00	Étape 8	✓ Les principes d'accords des styles de bières ✓ La roue des accords bières et mets, bières et fromages ✓ Menus clients : comment associer les bières ✓ Évaluation d'une argumentation d'un style de bières ✓ Conclusion de la formation

Mieux vendre le vin en CHR.

JOUR 1 LES ESSENTIELS DU VIN

Objectifs pédagogiques

- ✓ Développer les compétences «Vin»
- ✓ Faciliter l'approche commerciale du produit
- ✓ Connaître les éléments nécessaires pour en parler

Acquérir et développer les connaissances

Les fondamentaux du vin : quizz

- ✓ La culture du raisin et de la vigne
- ✓ Le vin BIO (ce qu'il faut savoir)
- ✓ La classification des vins
- ✓ Le vignoble français : quizz
- ✓ Part de marché des vins par région
- ✓ Les vignobles français et leurs vins
- ✓ Les étapes de la dégustation
- ✓ L'évolution du marché du vin en France

La législation française

- ✓ Ce que dit la loi sur la législation des cartes des vins
- ✓ Les obligations, les interdits
- ✓ Affichage des prix
- ✓ Conformités des produits
- ✓ Points de vigilances
- ✓ Risques encourus

JOUR 2 CONSEILLER & VENDRE LE VIN AUX CHR

Objectifs pédagogiques

- ✓ Être capable de se positionner en véritable spécialiste face à son client
- ✓ Être capable de mener la bonne approche commerciale pour vendre du vin
- ✓ S'entraîner face à différentes situations de clientèle

Programme

- Vaincre les obstacles
 - ✓ Freins
 - ✓ Objections
 - ✓ Craintes
 - ✓ Difficultés
 - ✓ Image
 - ✓ Légitimité

Comment conseiller le vin aux CHR?

- ✓ Rappel des éléments clés du marché français du vin en CHR : quizz
- ✓ Rappel des techniques de vente adaptées à la vente du vin
- ✓ Les PVC : le bon prix «restaurateur» : quizz

Méthodologie

- ✓ Cours + Étude de cas selon 3 typologies de points de vente. (Jeux de rôle, vendeur, client) - 3 profils, 3 plans d'actions ciblés
- ✓ Méthode pédagogique : apports théorique, exercices et jeux de rôle
- ✓ Modalité de validation des acquis : questionnaire de fin de stage
- ✓ Remise d'un livret à chaque participant : focus des 2 journées

Durée
2 jours

Public visé
Chef de secteur-chef de ventes





INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



Coût de la formation

- ✓ DISTANCIEL : 390 € HT par participant
 - ✓ PRÉSENTIEL : tarif personnalisé - inter ou intra-entreprise
-



Modalités d'inscription

- ✓ Minimum 6 participants
 - ✓ Bulletin d'inscription à compléter
 - ✓ Formation inter-entreprise : inscriptions possibles 8 jours avant la date de début de formation
 - ✓ Formation intra-entreprise : le calendrier est à définir avec l'entreprise
-



Accessibilité

En tant qu'organisme de formation nous prenons la responsabilité d'adopter des pratiques non-discriminantes pour favoriser un égal accès aux savoirs pour tous. Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.



www.distech.fr

CONTACT

Isabelle KOHR
06 74 96 01 78
isabelle.kohr@distech.fr

ORGANISME DE FORMATION

ASSOCIATION FORMATION
DE LA DISTRIBUTION/DISTECH
4 rue Silbermann
67000 STRASBOURG

SECRÉTARIAT & DIRECTION

CAMPUS ARTEM
90 rue du Sergent Blandan BP 70 618
54 010 NANCY CEDEX

Crédits photos : Pexels - Unsplash

Ne pas jeter sur la voie publique -
N° d'existence 42670068767 -
N° SIRET 409 982 527 00031 -
N° TVA FR09 409 982 527 00031



La certification qualité a été délivrée au
titre de la catégorie d'action suivante :
ACTIONS DE FORMATION