

REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

Article L6113-1 *En savoir plus sur cet article... Créé par LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 (V)*

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un référentiel d'activités qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un référentiel de compétences qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un référentiel d'évaluation qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

Le conseiller commercial en vins et spiritueux est responsable de la commercialisation des boissons alcoolisées, des vins et spiritueux. Il se doit de bien connaître les cépages et les différents types de vins et d'alcools, de pouvoir expliquer les aspects liés à la production, aux techniques de vinification, etc. pour conseiller ses clients. Il intervient dans l'ensemble du processus de commercialisation, de la sélection des bouteilles à référencer dans un point de vente, à la gestion des encaissements des clients et des fournisseurs en passant par l'agencement d'un magasin et la mise en œuvre de plans de communication et de promotion pour piloter la vente de ses produits. Il peut également travailler pour un producteur pour lequel il devra définir des schémas de distribution, fixer des prix de vente en fonction de sa connaissance des marchés et gérer ses stocks. Aussi appelé vendeur technico-commercial en vins et spiritueux, le conseiller commercial a la possibilité d'exercer pour différentes structures telles que des coopératives et exploitations viticoles, des épicerie fines, des cavistes, des groupements d'intérêt commercial, des groupements de producteurs ou encore des restaurants, fermes et auberges. En permanence en contact avec des clients, le conseiller commercial en vins et spiritueux possède un excellent relationnel et maîtrise les techniques de négociation pour acheter et pour vendre les produits dont il est responsable. Le terrain et les déplacements font aussi partie de l'activité du conseiller qui est amené à rencontrer différents producteurs, négociants ou distributeurs pour commercialiser ses produits.

Référentiel d'activités	Référentiel de compétences		Référentiel de certification	
Activités et tâches	Compétences associées aux activités et aux tâches	Compétences certifiées	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
Analyser des marchés du vin, prospecter, s'informer, analyser l'évolution et les tendances des marchés des vins et des spiritueux				
<p>L'étude de marchés des vins et des spiritueux</p> <p>Connaissances de sites de production, des terroirs et de producteurs</p> <p>Etude de caractéristiques de zones géographiques viticoles</p> <p>Analyse des tendances du commerce de vins et spiritueux</p> <p>Suivi et veille des évolutions des réglementations liées à la commercialisation de vins et spiritueux</p>	<p><i>Le conseiller commercial en vins et spiritueux est un expert des marchés du vin et des spiritueux des différentes régions de France ainsi que des vins étrangers. Son rôle est d'identifier des tendances et de trouver par la suite des produits susceptibles d'être commercialisés. Pour garantir des opérations commerciales, le conseiller commercial en vins et spiritueux doit connaître les caractéristiques des vins et des procédés de fabrication.</i></p> <p><i>Ces tâches de prospection et de veille conduisent le conseiller commercial en vins et spiritueux à :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Maîtriser des outils de recherche sur Internet (moteur de recherche, annuaires en lignes, sites spécialisés, réseaux sociaux, sites de fournisseurs, etc.) pour réaliser des études de marchés et des veilles de concurrents - Développer un réseau de partenaires pour obtenir des informations sur de nouveaux produits de qualité régionaux et/ou internationaux 	<p>L'évaluation vise à évaluer les compétences suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maîtriser des outils de recherches (moteurs de recherches, annuaires en lignes, sites spécialisés et de fournisseurs, etc.) afin de faciliter la prospection d'informations sur les marchés des vins et spiritueux - A partir d'informations sur les caractéristiques des vins et spiritueux (goût, degré d'alcool, texture en bouche, etc.), évaluer la qualité et de la promouvoir auprès de prospects ou d'acheteurs potentiels - En se basant sur des résultats de ventes, définir l'état du marché dans un secteur géographique et identifier des tendances concernant les produits vendus - En fonction des caractéristiques et des données du marché, estimer des 	<p style="text-align: center;">Evaluation n°1</p> <p style="text-align: center;">Etude d'un marché et de vins</p> <p><i>Cet examen doit permettre aux futurs conseillers commerciaux en vins et spiritueux d'illustrer leur capacité d'étude d'un marché, de ses acteurs et des produits.</i></p> <p><i>A partir d'un énoncé décrivant une zone géographique, les étudiants ont un délai estimé par leur enseignant pour effectuer les travaux suivants :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Recherche sur Internet d'informations concernant le périmètre géographique vitivinicole donné - Recensement des producteurs, fournisseurs et produits de la région 	<p style="text-align: center;">Critère de certification lié à l'évaluation:</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'étude doit être réalisée dans le temps imparti - Le rendu de l'étude s'effectue sous format numérique - La zone géographique est respectée - Le marché des boissons alcoolisées dans le périmètre géographique donné est analysé - Les tendances des marchés locaux et internationaux sont analysées

<p>La connaissance des techniques viticoles :</p> <p>La viticulture (conventionnelle, raisonnée, bio, biodynamique, nature)</p> <p>L'œnologie et les méthodes de vinifications</p> <p>Toutes les étapes de la fabrication du vin ou de spiritueux</p> <p>La connaissance des produits viticoles</p> <p>Techniques de dégustations de vins et spiritueux</p> <p>Comparaison des vins et spiritueux et identification des caractéristiques</p> <p>Accords Mets et Vins</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Rencontrer des producteurs et analyser la qualité de leur production ainsi que le potentiel commercial - Maîtriser la communication verbale et les techniques de négociation pour assurer les interactions avec des producteurs et fournisseurs de vins et spiritueux - Planifier des tournées de visites de producteurs - Déguster des vins et spiritueux dans le but de les commercialiser - Déterminer des caractéristiques (goût, texture en bouche, etc.) de vins et spiritueux lors de dégustations pour identifier un possible intérêt commercial - Etudier l'état du marché dans une région afin d'évaluer des possibilités de vente de productions de vins Savoir évaluer et estimer le prix d'un alcool en fonction de l'état du marché - Analyser des tendances et des critères que recherchent des acheteurs pour repérer des alcools à mettre en avant - Rechercher et recenser des nouveaux vins de qualité afin de les proposer aux prospects déjà contactés 	<p>potentiels de commercialisation de vins et spiritueux afin de négocier avec des fournisseurs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Déterminer des profils types de produits adaptés à des marchés en illustrant des critères clés permettant de garantir des ventes 	<p><i>concernée via des sites spécialisés</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Définition de caractéristiques de vins</i> - <i>En fonction d'informations sur les localisations des implantations, identification des caractéristiques des produits (cépages, etc.)</i> - <i>Analyse de tendances de marchés des vins</i> <p><i>Ce rapport illustre toutes les démarches et méthodologies utilisées pour la réalisation de l'étude de marché. Une synthèse à la fin du rapport reprend tous les éléments importants de cette étude.</i></p> <p><i>-Epreuve sur table de viticulture et œnologie</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Les différentes étapes du cycle végétatif de la vigne</i> • <i>Les maladies de la vigne</i> • <i>Les différentes formes de traitements selon le mode de culture</i> • <i>Les principes de vinifications</i> • <i>Les vinifications particulières</i> • <i>Les techniques œnologiques</i> • <i>La conservation et l'élevage des vins</i> <p><i>Epreuve Orale Technique de dégustation vins ou spiritueux:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Analyse sensorielle</i> • <i>Commentaire de dégustation</i> • <i>Caractérisation commerciale d'un vin ou d'un spiritueux</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Les évolutions de valeurs de types de vins sont analysées et commentées - Les potentiels des différents marchés sont analysés et évalués - La conclusion reprend tous les points majeurs de l'étude <ul style="list-style-type: none"> • La connaissance du cycle végétatif • Repérer les maladies et les combattre • Décrire un processus de vinification • Les interventions œnologiques • Connaitre les techniques de l'élevage des vins <ul style="list-style-type: none"> • Les étapes de la dégustation • La détermination des arômes • L'origine géo-viticole • Les accords mets et vins • Les critères de vente
--	--	--	---	---

Gérer un point de vente de vins et spiritueux				
La sélection de produits à commercialiser	<p><i>En fonction de l'entité dans laquelle il évolue, le conseiller commercial en vins et spiritueux gère différemment les produits et stocks de sa structure. Toutefois la rentabilité commerciale reste l'objectif du conseiller commercial. En période et des saisons, les ventes d'alcool sont plus ou moins importantes.</i></p> <p><i>Pour la gestion du point de vente, le conseiller commercial en vins et spiritueux doit être capable de :</i></p>	L'évaluation vise à évaluer les compétences suivantes :	Evaluation n°2 Examen oral et écrit	Critère de certification lié à l'évaluation :
Identification des produits à mettre en vente		<ul style="list-style-type: none"> - A partir d'un catalogue de produits, déterminer les caractéristiques de chaque vin et spiritueux 	Agencement d'un point de vente et jeu de rôle "conseil/vente produits"	<ul style="list-style-type: none"> - Les choix retenus pour la sélection des vins sont explicités
Gestion des stocks, Réception et contrôle des livraisons des producteurs et fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> - Sélectionner des alcools pour son catalogue en fonction de sa clientèle et du positionnement de son point de vente - Déterminer des profils cibles de clients de points de vente - Prévoir et mettre en œuvre des aménagements pour assurer la visibilité et accroître les ventes de certains produits - Gérer les commandes et les stocks - Contrôler et vérifier les livraisons des fournisseurs - Concevoir des assortiments de vins pour accroître la rentabilité de son activité 	<ul style="list-style-type: none"> - Composer des rayonnages de points en vente en fonction de complémentarité de vins, d'intérêts de produits, du positionnement souhaité d'une boutique 	<i>A partir d'un énoncé évoquant des tendances du marché autour des ventes d'alcool, l'étudiant doit rédiger un plan d'aménagement et de disposition des produits présents dans son catalogue.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Le projet d'agencement du point de vente comporte des propositions et conseils cohérents
Etude de profils de clients et des intérêts potentiels pour des types de vins		<ul style="list-style-type: none"> - En se basant sur des tendances de produits, envisager et prévoir des actions d'aménagement du point de vente afin de mettre en avant les alcools à vendre en priorité 	<i>Le futur conseiller commercial en vins et spiritueux a un délai donné par l'enseignant pour la partie écrite. Il doit rédiger un document illustrant :</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Les conseils apportés aux clients repose sur une connaissance véritables des vins et des cépages en fonction des types de vins recherchés par les clients
L'agencement de point de vente, l'accueil de clients et l'animation de rayons		<ul style="list-style-type: none"> - Accueillir, animer et conseiller des produits aux clients et prospects pour faciliter des ventes 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Sélection des produits à mettre en vitrine et ceux en arrière-plan</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - La connaissance des différents produits, des vins, etc.
Définition de l'aménagement du point de vente et la mise en valeur des produits		<ul style="list-style-type: none"> - Maîtriser la langue anglaise et le vocabulaire viticole pour répondre aux sollicitations de clients étrangers 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Définition de la répartition des produits entre le magasin et le stock</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - La maîtrise de la langue anglaise et des termes techniques associés
Accueil, animation et conseil d'achats de clients		<ul style="list-style-type: none"> - Afin d'argumenter l'intérêt d'achat, mettre en avant les qualités et l'intérêt des vins et spiritueux pour des clients potentiels 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Politique d'affichage des prix</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - L'agencement et la disposition des produits qui ont été imaginés sont en phase avec le parcours client défini
Conception des assortiments et de coffrets autour du vin et des spiritueux	<p><i>Pour l'animation du point de vente :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Accueillir des clients et être capable de s'exprimer en anglais - Présenter des vins, des cépages, des méthodes utilisées pour la vinification, etc. - Programmer des animations, des évènements, des sessions de découverte et de dégustations pour attirer de nouveaux prospects - Gérer les encaissements de produits vendus 	<ul style="list-style-type: none"> - A partir d'actions de communication, organiser des portes ouvertes pour faire découvrir et déguster des vins 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Définition d'un parcours clients dans le point de vente</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - La répartition des produits entre le magasin et le stock est gérée correctement
Organisation de dégustations et de découvertes de nouveaux produits			<i>Cet examen théorique doit être rendu sous format papier et doit contenir les propositions et argumentations de l'étudiant.</i>	
Gestions des commandes et réservations des clients			<i>Dans un deuxième temps, le futur conseiller commercial en vins et spiritueux doit se confronter oralement à de potentiels clients afin de les conseiller sur certains produits et d'animer son point de vente. Cet examen durera minimum 20 minutes pour pouvoir identifier les connaissances de l'étudiant au sujet des différents vins et spiritueux. Une partie des échanges devra s'effectuer en anglais.</i>	

Négocier auprès de fournisseur et assurer l'approvisionnement en vins et spiritueux				
<p>La sélection de produits auprès de fournisseurs</p> <p>Recherche de vins et de spiritueux pour des points de ventes</p> <p>Visites de producteurs et contrôle de qualités de productions</p> <p>Estimation du prix de vente possible de bouteille et contrôle des niveaux de marges possibles sur des produits</p> <p>Estimation de quantités d'achats de vins et de spiritueux</p> <p>La négociation d'achats de vins auprès de négociants et/ou de producteurs</p> <p>Conduite de négociations auprès des producteurs et fournisseurs</p> <p>Vérification des conditions d'achat/vente en fonction des réglementations en vigueur</p> <p>Rédaction et signature des accords d'approvisionnement avec des fournisseurs</p> <p>Elaboration et suivi des commandes passées</p>	<p><i>La gestion des achats auprès des fournisseurs restent très importants pour le conseiller commercial en vins et spiritueux. Que ce soit directement avec des producteurs ou des revendeurs de boissons alcoolisées, l'objectif du conseiller commercial est d'aboutir à des transactions financières avantageuses pour garantir une marge commerciale à la revente. Pour effectuer ces achats, le conseiller commercial en vins et spiritueux doit être capable de :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Rechercher des producteurs et ou des négociants de types de vins et d'alcools - Contrôler des qualités de produits en fonction des années - Définir des besoins de commandes de types de vins pour des rayons et ou des points de vente - Identifier des vins et spiritueux correspondant aux demandes de clients - Gérer un agenda et planifier des commandes d'approvisionnement pour la garantie d'avoir un stock minimum - Négocier des prix d'achats afin de pouvoir proposer aux clients des produits moins chers - Valider des devis pour garantir des approvisionnements - Accompagner la rédaction ou rédiger des accords-cadres avec des fournisseurs importants afin d'assurer d'être approvisionné de certains alcools pendant une période donnée - Gérer et demander les paiements des factures fournisseurs - Conclure des collaborations avec des producteurs et ou des négociants 	<p>L'évaluation vise à évaluer les compétences suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Déterminer une sélection de vins et spiritueux correspondant aux profils des clients auprès d'établissements fournisseurs - Rechercher des producteurs et des négociants pour des types de vins - Identifier des tarifs d'achats de types de bouteilles en fonction des cours du vin - Estimer des possibilités et des marges de négociations possibles sur des bouteilles - Sélectionner des producteurs en fonction du positionnement souhaité du point de vente et des types de bouteilles recherchés - En se basant sur le marché et le pouvoir d'achat des clients, déterminer des prix d'achats et de ventes de boissons alcoolisées pour garantir un taux de marge donné - Estimer des besoins en stock, déterminer et prévoir de nouvelles commandes de produits pour anticiper des fins de stocks - En se basant sur des estimations d'activités commerciales, valider des devis afin d'officialiser des besoins d'approvisionnement 	<p>Evaluation n°3</p> <p>Gestion des achats pour un point de vente</p> <p><i>-Epreuve sur table -</i></p> <p><i>Cette épreuve doit permettre aux futurs conseillers en vins et spiritueux d'illustrer leurs connaissances et capacités à gérer des achats auprès de fournisseurs. A partir d'informations caractérisant des boissons alcoolisées et des intérêts de clients, les étudiants doivent rédiger et détailler des processus d'approvisionnements, ainsi que répondre à des questions en argumentant leurs propos. Ils doivent faire référence à leur culture géo-viticole</i></p>	<p>Critère de certification lié à l'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les vins sélectionnés sont justifiés et les possibilités d'acquisition des vins présentées - Les étapes liées au contrôle d'un vin avant de confirmer des achats sont précisées - Les prix d'achats et de revente sont présentés à l'appui de calcul intégrant les coûts de structures et les marges souhaitées - Les volumes d'achats de types de vins sont justifiés en fonction des potentiels de revente - Les besoins et les intérêts de stocks sur des types de bouteilles sont expliqués

Gérer la communication et le marketing d'un point de vente - Fidéliser la clientèle				
<p>La fidélisation de clients d'un point de vente</p> <p>Elaboration et la gestion d'une base de données de clients</p> <p>Fidélisation de la relation avec des clients</p> <p>La mise en place et la gestion d'opération marketing et de communication</p> <p>Mise en place d'actions commerciales et marketing et mise en avant de produits</p> <p>Rédaction de documents de communication digitale (email, newsletter, flyers, affiches, etc.)</p> <p>Définition d'un planning de communication et de suivi clientèle</p>	<p><i>En complément des aspects techniques (dégustation, vente et négociation) de son profil, le conseiller commercial en vins et spiritueux doit présenter des compétences pour pouvoir gérer des relations – en physique et à distance - par l'intermédiaire de supports marketing et promotionnels en utilisant également les nouvelles technologies.</i></p> <p><i>Pour garantir ces activités liées à la promotion, la communication, le marketing, le conseiller commercial en vins et spiritueux doit être capable de :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Constituer des bases de données de clients et de partenaires pour rassembler et stocker des informations primaires et secondaires sur ses clients - Concevoir des campagnes de promotion de vins et spiritueux (newsletter, présentation sur des sites Internet, etc.) pour accroître leur visibilité - Programmer des événements promotionnels autour du vin et des spiritueux - Rédiger des courriels commerciaux afin d'annoncer des promotions et réductions aux clients - Réaliser des documents de communication tels que des flyers, prospectus numérisés pour accompagner les courriels commerciaux destinés aux clients - Gérer un planning de suivi clientèle comprenant des relances et sollicitations commerciales à effectuer d'une manière digitale - Fidéliser des clients en assurant une écoute et une disponibilité pour répondre à toutes sollicitations (courriels, réseaux sociaux, téléphone) 	<p>L'évaluation vise à évaluer les compétences suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - A partir d'informations récoltées sur des produits et des clients, analyser et exploiter des bases de données pour connaître les clients et leurs habitudes d'achat - Analyser des taux de fidélisation de clients, identifier des possibilités d'amélioration de la fidélité de clients - En fonction des informations à communiquer, concevoir un plan de communication digitale pour promouvoir des vins et spiritueux en s'appuyant - Intégrer l'utilisation de technologies de l'information et de communication (courriels, newsletter, site internet, réseaux sociaux, applications mobiles) dans le but d'accroître leur visibilité et attirer de nouveaux clients - En se basant sur l'étude de consommateurs, mettre en place et gérer un planning d'actions de communication et de sollicitations commerciales - Détailler et justifier des contenus et des actions de plans de communication 	<p>Evaluation n°4</p> <p>Présentation d'un plan de communication et de fidélisation de clients</p> <p><i>Les étudiants sont chargés d'élaborer un plan de communication intégrant le digital pour la présenter des offres de vins et spiritueux. A partir de l'énoncé, un planning de sollicitations commerciales doit être défini en fonction des habitudes des consommateurs. Le travail doit présenter des contenus de communication en utilisant les supports suivants : PLV, affiches, flyers, courriels électroniques (emailing), newsletters et stratégie d'utilisation des réseaux sociaux.</i></p>	<p>Critère de certification lié à l'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les données disponibles sont correctement traitées et analysées - La phase d'analyse permet d'extraire les objectifs prioritaires du plan de communication à établir - Le plan de communication élaboré intègre des actions de promotion sur le lieu de vente et des actions de communication digitales - Les objectifs des différentes actions et opérations sont détaillés - Le planning proposé est correctement justifié - Les supports de présentation (Powerpoint) sont clairs et professionnels