



TerraRhona

L'ÉCOLE PROFESSIONNELLE

by CAVE DE TAIN



FORMATIONS
AMBASSADEURS,
ANGLAIS VITICOLE ET
MARKETING DU VIN

LE PROJET

TerraRhona, l'école professionnelle de la Cave de Tain est située à Tain l'Hermitage au cœur des vignobles de la Vallée du Rhône Septentrionale. Cette situation privilégiée permet à nos stagiaires d'être au plus près d'un réseau d'experts de la filière vin dans une région très dynamique sur les marchés nationaux et internationaux. Nos formations sont diverses mais toutes centrées sur le marché du vin.

Trois axes sont mis en place aujourd'hui :

Les Formations Ambassadeurs

Les Formations en anglais (WSET et autres)

Les Formations Marketing du vin

Nos formateurs sont issus de la filière vin et sont tous en activité à des postes clés, ce qui nous permet de bénéficier de leur expertise terrain et ainsi de la transmettre à nos étudiants.

FORMATION, PASSION & ENGAGEMENT



SOMMAIRE

NOS FORMATEURS

FORMATIONS AMBASSADEURS

- Le vignoble de Saint-Péray et Cornas
- Le vignoble de Saint-Joseph
- Le vignoble de Crozes Hermitage
- Le vignoble de l'Hermitage

FORMATIONS WSET ET ANGLAIS VITICOLE

- Anglais viticole, de la production à la vente
- WSET L2
- WSET L3

FORMATION GRANDE DISTRIBUTION

FORMATIONS MARKETING

- Design d'une stratégie identitaire et définition d'une stratégie de marque
- Enjeux de la filière vin au niveau international
- Utilisation des réseaux sociaux

NOS FORMATEURS



Née à Tain l'Hermitage, Marie-Josée Faure a toujours évolué dans le monde du vin. Diplômée de l'Université du vin de Suze-la-Rousse, puis caviste à Saint-Vallier, elle a en 2008 créé sa cave/bar à vin "Les sens'ciel" et y développe ses activités œnotourisme. Sa soif d'apprendre l'a poussé à se lancer dans le défi du très élitiste examen du Master of Wine, distinction la plus prestigieuse dans l'univers du vin. C'est sa rencontre avec le directeur de la Cave de Tain, Xavier Gomart, qui a débouché sur la création de Terres de Syrah en 2016. Partageant son temps entre ses fonctions de Directrice de l'œnotourisme à Terres de Syrah et ses études, Marie-Josée aspire aujourd'hui à devenir la 2ème femme Master of Wine de France. Elle aime transmettre et est donc également enseignante au lycée hôtelier de Tain l'Hermitage et à l'Université d'Avignon pour les niveaux 2 et 3 du WSET, formation en vin et spiritueux au niveau international

Guillaume Reynaud est formateur en anglais viticole et en œnologie. Diplômé d'un Master en anglais et de l'université du vin, il a travaillé avec de nombreux domaines viticoles dans le développement d'actions à l'export. Acteur du tourisme viticole depuis 2010 sur le Nord de la Vallée du Rhône avec des partenaires prestigieux, il a également été gérant d'une société d'animation. Aujourd'hui en charge du développement de TerraRhona, l'école professionnelle de la Cave de Tain, il continue avec passion son activité de formateur et de guide œnologique.

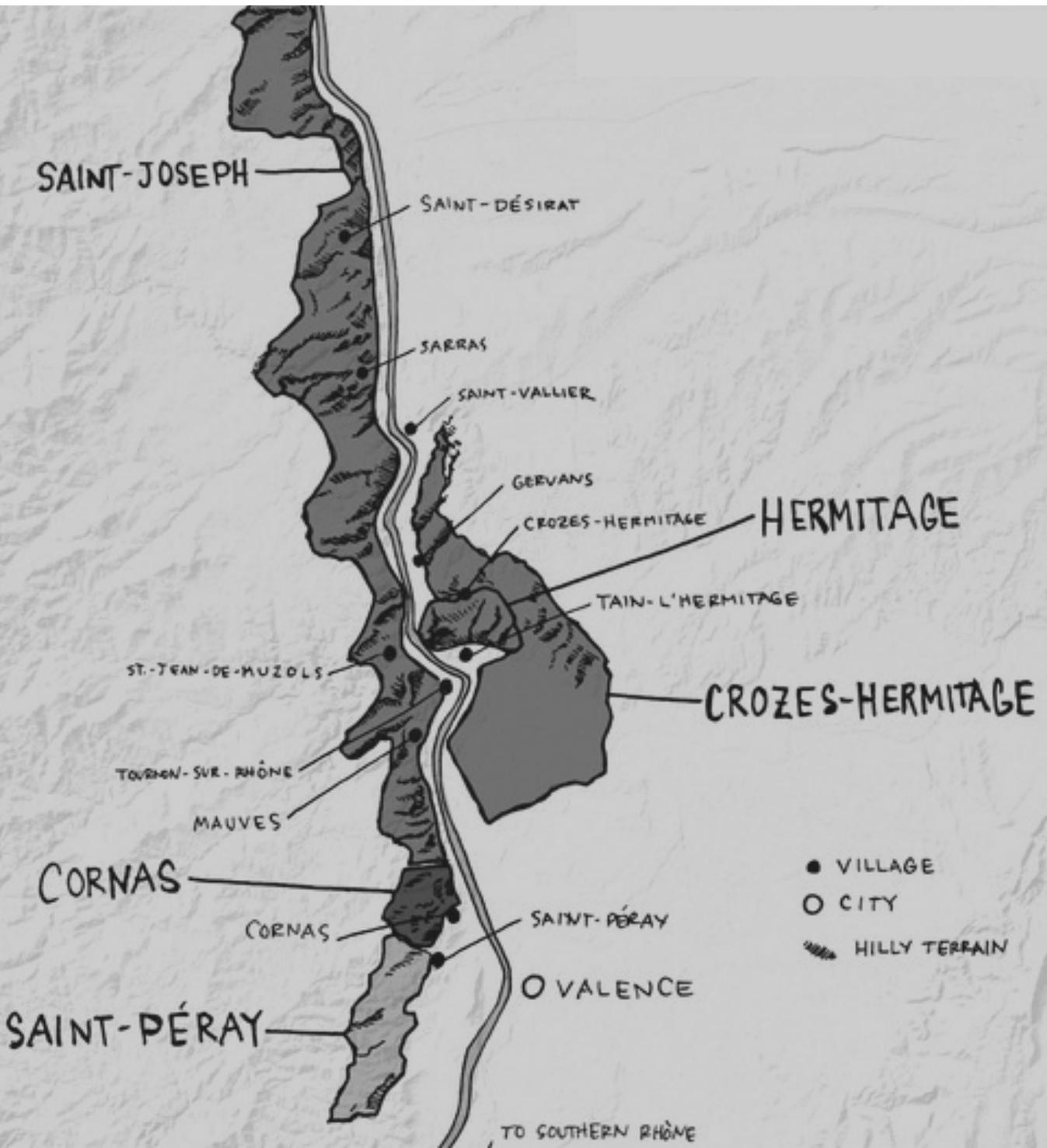


Diego BONNEL est depuis 15 ans un consultant de la filière vin, accompagnant dans plusieurs pays des domaines dans le développement de leur activité. Il conseille ses clients sur leur stratégie, la consolidation de leur marque et leur positionnement sur les marchés. Ayant une ample expérience des marchés exports, il accompagne également ses clients dans leur conquête des marchés étrangers. Au fil du temps, il a acquis une large vision des marchés et de la concurrence. Il a voyagé dans les principaux pays producteurs et il complète son savoir théorique avec la dégustation de plus de 3000 vins du monde entier par an. En plus de son activité de conseil, il publie des articles sur le vin dans plusieurs pays et prépare actuellement l'examen du Master of Wine. Il enseigne aussi dans plusieurs centres en France, partageant avec passion son savoir acquis au cours des années.





FORMATIONS AMBASSADEURS



FORMATION AM1 : SAINT-PÉRAY ET CORNAS

OBJECTIFS :

Maîtriser les spécificités de ces appellations.
Être capable de mettre en évidence ces spécificités lors d'une dégustation.
Être capable d'assurer la promotion des vignobles de Saint-Péray et Cornas à travers différentes manifestations.
Obtenir le titre d'ambassadeur.

TARIF : 300€ HT/personne

LIEU : TerraRhona, Fief de Gambert - Tain l'Hermitage. Nous pouvons nous déplacer, lieu à définir dans région ou pays en question.

DATES : Nous contacter.

VOLUME HORAIRE : 1 journée de 7 heures.

PROGRAMME :

Situer l'histoire des vignobles de Saint-Péray & Cornas dans l'Histoire des vins en France et en Vallée du Rhône.
La notion de Terroir les facteurs clés de chaque appellation.
L'identité d'un vin ou l'adéquation cépages/sols/vinifications.
Les vinifications en blanc, effervescent et rouge.
Notion de potentiel de garde
Les producteurs et leurs styles.
Les vins de Saint-Péray & Cornas sur les marchés nationaux et internationaux.
Réflexion sur le marketing et la promotion de l'AOP.
Dégustation de 10 vins.

PUBLIC CONCERNÉ :

- Amateurs de vin ayant une bonne connaissance des vins en général, maîtrisant les techniques de dégustation souhaitant se perfectionner et valider des acquis.
- Les personnes travaillant ou souhaitant travailler et entreprendre dans les filières de la production et distribution de vins. ainsi que l'hôtellerie et la restauration.
- Toute personne exerçant un métier qui nécessite une connaissance des vins : sociétés d'animation, cavistes, sommeliers, agences d'événement, métiers du tourisme et de la communication... Plus largement ceux amenés à parler de vins dans leur fonction.
- Etudiants

CONDITIONS D'ADMISSIONS :

- Pas de pré-requis obligatoire mais participer à une séance d'initiation à la dégustation serait nécessaire pour les débutants.
- Avoir une bonne connaissance des vins en général.
- Etre âgé d'au moins 18 ans.

OUTILS PÉDAGOGIQUES :

- Guide pédagogique indiquant les objectifs, les points essentiels, des cartes et outils de dégustation.
- Centre de formation au cœur des vignobles, ce qui offre la possibilité « d'aller sur le terrain ».

EXAMEN FINAL : Questionnaire et investissement sur la journée.

FORMATION AM2 : SAINT-JOSEPH

OBJECTIFS :

- Maîtriser les spécificités de cette appellation.
- Être capable de mettre en évidence ces spécificités lors d'une dégustation.
- Être capable d'assurer la promotion du vignoble de Saint-Joseph à travers différentes manifestations.
- Obtenir le titre d'ambassadeur.

TARIF : 540€ HT/personne

LIEU : TerraRhona, Fief de Gambert - Tain l'Hermitage.

DATES : Nous contacter.

VOLUME HORAIRE : 2 journées de 7 heures. Possibilité de faire une formation courte sur une seule journée.

PROGRAMME :

- Situer l'histoire du vignoble de Saint-Joseph dans l'Histoire des vins en France et en Vallée du Rhône.
- La notion de Terroir sur Saint-Joseph, les facteurs clés de l'appellation.
- L'identité d'un vin ou l'adéquation cépages/sols/vinifications.
- La notion de potentiel de garde.
- Les producteurs et leurs styles.
- Le vin de Saint-Joseph sur les marchés nationaux et internationaux.
- Réflexion sur le marketing et la promotion de l'AOP.
- Dégustation de 15 à 20 vins.

PUBLIC CONCERNÉ :

- Amateurs de vin ayant une bonne connaissance des vins en général, maîtrisant les techniques de dégustation souhaitant se perfectionner et valider des acquis.
- Les personnes travaillant ou souhaitant travailler et entreprendre dans les filières de la production et distribution de vins, ainsi que l'hôtellerie et la restauration.
- Toute personne exerçant un métier qui nécessite une connaissance des vins : sociétés d'animation, cavistes, sommeliers, agences d'événement, métiers du tourisme et de la communication... Plus largement ceux amenés à parler de vins dans leur fonction.
- Etudiants

CONDITIONS D'ADMISSIONS :

- Pas de pré-requis obligatoire mais participer à une séance d'initiation à la dégustation serait nécessaire pour les débutants.
- Avoir une bonne connaissance des vins en général.
- Etre âgé d'au moins 18 ans.

OUTILS PÉDAGOGIQUES :

- Guide pédagogique contenant les objectifs, les points essentiels, des cartes et outils de dégustation.
- Centre de formation au cœur des vignobles, ce qui offre la possibilité « d'aller sur le terrain ».

EXAMEN FINAL :

Questionnaire et investissement sur la journée.

FORMATION AM3 : CROZES HERMITAGE

OBJECTIFS :

- Maîtriser les spécificités de cette appellation.
- Être capable de mettre en évidence ces spécificités lors d'une dégustation.
- Être capable d'assurer la promotion du vignoble de Crozes Hermitage à travers différentes manifestations.
- Obtenir le titre d'ambassadeur.

TARIF : 540€ HT/personne

LIEU : TerraRhona, Fief de Gambert - Tain l'Hermitage.

DATES : Nous contacter.

VOLUME HORAIRE : 2 journées de 7 heures. Possibilité de faire une formation courte sur une seule journée.

PROGRAMME :

- Situer l'histoire du vignoble de Crozes-Hermitage dans l'Histoire des vins en France et en Vallée du Rhône.
- La notion de Terroir sur Crozes-Hermitage, les facteurs clés de l'appellation.
- L'identité d'un vin ou l'adéquation cépages/sols/vinifications.
- La notion de potentiel de garde.
- Les producteurs et leurs styles.
- Le vin de Crozes-Hermitage sur les marchés nationaux et internationaux.
- Réflexion sur le marketing et la promotion de l'AOP.
- Dégustation de 15 à 20 vins.

PUBLIC CONCERNÉ :

- Amateurs de vin ayant une bonne connaissance des vins en général, maîtrisant les techniques de dégustation souhaitant se perfectionner et valider des acquis.
- Les personnes travaillant ou souhaitant travailler et entreprendre dans les filières de la production et distribution de vins, ainsi que l'hôtellerie et la restauration.
- Toute personne exerçant un métier qui nécessite une connaissance des vins : sociétés d'animation, cavistes, sommeliers, agences d'événement, métiers du tourisme et de la communication... Plus largement ceux amenés à parler de vins dans leur fonction.
- Etudiants

CONDITIONS D'ADMISSIONS :

- Pas de pré-requis obligatoire mais participer à une séance d'initiation à la dégustation serait nécessaire pour les débutants.
- Avoir une bonne connaissance des vins en général.
- Etre âgé d'au moins 18 ans.

OUTILS PÉDAGOGIQUES :

- Guide pédagogique contenant les objectifs, les points essentiels, des cartes et outils de dégustation.
- Centre de formation au cœur des vignobles, ce qui offre la possibilité « d'aller sur le terrain ».

EXAMEN FINAL :

Questionnaire et investissement sur la journée.

FORMATION AM4 : HERMITAGE

OBJECTIFS :

- Maîtriser les spécificités de cette appellation.
- Être capable de mettre en évidence ces spécificités lors d'une dégustation.
- Être capable d'assurer la promotion du vignoble de Hermitage à travers différentes manifestations.
- Obtenir le titre d'ambassadeur.

TARIF : 300€ HT/personne

LIEU : TerraRhona, Fief de Gambert - Tain l'Hermitage.

DATES : Nous contacter.

VOLUME HORAIRE : 1 journée de 7 heures.

PROGRAMME :

- Situer l'histoire du vignoble de l'Hermitage dans l'Histoire des vins en France et en Vallée du Rhône.
- La notion de Terroir sur l'Hermitage, les facteurs clés de l'appellation.
- L'identité d'un vin ou l'adéquation cépages/sols/vinifications.
- La notion de potentiel de garde.
- Les producteurs et leurs styles.
- Le vin d'Hermitage sur les marchés nationaux et internationaux.
- Réflexion sur le marketing et la promotion de l'AOP.
- Dégustation de 10 vins.

PUBLIC CONCERNÉ :

- Amateurs de vin ayant une bonne connaissance des vins en général, maîtrisant les techniques de dégustation souhaitant se perfectionner et valider des acquis.
- Les personnes travaillant ou souhaitant travailler et entreprendre dans les filières de la production et distribution de vins, ainsi que l'hôtellerie et la restauration.
- Toute personne exerçant un métier qui nécessite une connaissance des vins : sociétés d'animation, cavistes, sommeliers, agences d'événement, métiers du tourisme et de la communication... Plus largement ceux amenés à parler de vins dans leur fonction.
- Etudiants

CONDITIONS D'ADMISSIONS :

- Pas de pré-requis obligatoire mais participer à une séance d'initiation à la dégustation serait nécessaire pour les débutants.
- Avoir une bonne connaissance des vins en général.
- Etre âgé d'au moins 18 ans.

OUTILS PÉDAGOGIQUES :

- Guide pédagogique contenant les objectifs, les points essentiels, des cartes et outils de dégustation.
- Centre de formation au cœur des vignobles, ce qui offre la possibilité « d'aller sur le terrain ».

EXAMEN FINAL :

Questionnaire et investissement sur la journée.

FORMATION GRANDE SURFACE



FORMATION GD : VENDRE LE VIN EN GRANDE ET MOYENNE SURFACE

OBJECTIFS :

- A l'issue de cette formation de 4 jours (28 heures), les stagiaires doivent être capables d'intervenir en magasin et agir en tant que conseillers vins. Cette filière est dynamique et le travail y est régulier (Foire aux vins de printemps, d'automne, animations avant les fêtes de fin d'année, et missions toute l'année, rosés, vins du Rhône...).
- Maîtriser les techniques de ventes spécifiques au vin.
- Savoir être autonome sur un plateau d'animation/vente
- Être un atout pour les marques, une véritable force de vente sur le terrain

TARIF : 850€HT/pers

DATES : Nous contacter.

LIEU : TerraRhona, Fief de Gambert - Tain l'Hermitage. Possibilité de se déplacer si un groupe est préalablement constitué sur des dates que celles retenues dans nos locaux.

PROGRAMME :

Marketing et méthodologie

- Tenir un point de vente en GMS / les animations en GD
- Les outils de la commercialisation / tenir une argumentation commerciale
- Maîtriser un discours visant la vente d'un vin en tenant compte de ses spécificités
- Agir et inter agir avec le client en rayon vin

Vignobles et terroirs

- Tour de France des régions viticoles
- Les spécificités des terroirs
- Les effervescents

Oenologie et dégustation

- Vinifications et dégustation / Décrire les vins
- Les bases de l'accord mets & vins

VOLUME HORAIRE : 4 journées de 7 heures, soit 28 heures de formation.

CONDITIONS D'ADMISSIONS : Etre âgé d'au moins 18 ans.

PUBLIC CONCERNÉ :

Toute personne qui travaille ou qui désire travailler dans le secteur de l'animation/vente en grande surface.

OUTILS PÉDAGOGIQUES :

- Guide pédagogique indiquant les objectifs et les notions essentielles.
- Centre de formation au cœur des vignobles? ce qui offre la possibilité « d'aller sur le terrain ».

EXAMEN FINAL :

- Questionnaire, investissement sur le stage
- Mise en situation sur le terrain

FORMATIONS ANGLAIS VITICOLE



FORMATION A1 : ANGLAIS VITICOLE, DE LA PRODUCTION À LA VENTE

OBJECTIFS :

- Rendre le stagiaire capable de répondre aux compétences suivantes :
- Accueillir et présenter une histoire, une région viticole, un domaine viticole.
- Expliquer la viticulture en général et les modes de conduite du vignoble.
- Décrire les vinifications, ses étapes et le travail du vin.
- Mener une dégustation commentée et pouvoir interagir avec le public.
- Se situer en tant qu'acteur du marché du vin (relations clients étrangers, export).
- Mener une argumentation commerciale.

TARIF :

975.52€ HT/personne (groupe de 6 personnes minimum)

LIEU :

TerraRhona, Fief de Gamberth - Tain l'Hermitage. Possibilité de se déplacer dans vos locaux pour un groupe constitué sur des dates autres que celles programmées.

VOLUME HORAIRE : 8 modules de 3 heures.

CONDITIONS D'ADMISSIONS :

- Savoir lire, écrire, avoir une maîtrise de l'anglais.
- Etre âgé d'au moins 18 ans.

PUBLIC CONCERNÉ : Tout public (amateur ou professionnel) souhaitant se spécialiser.

OUTILS PÉDAGOGIQUES :

- Guide pédagogique contenant les objectifs, les points essentiels, des cartes et outils de dégustation.
- Centre de formation au cœur des vignobles, ce qui offre la possibilité « d'aller sur le terrain ».

COMPÉTENCES VISÉES :

La formation Anglais viticole, de la production à la vente, vise à rendre le stagiaire capable, à l'issue de la formation, de pouvoir présenter en anglais un terroir avec le vocabulaire adéquat. En expliquant cette notion, le stagiaire doit pouvoir parler de traditions, de techniques culturelles, de méthodes de vinifications, comment tout cela s'exprime dans le vin lors d'une dégustation. Le stagiaire devra également pouvoir faire des comparaisons, des rapprochements avec les vins produits dans les pays de ses interlocuteurs et avoir ainsi une certaine connaissance des cultures du vin à travers le monde. Il devra également maîtriser les termes techniques liés au marché international et pouvoir ainsi traiter toute demande venant de l'étranger.

EXAMEN FINAL :

- Questionnaire, investissement sur le stage
- Mise en situation sur le terrain

FORMATION A2 : WSET 2

Le Wine & Spirit Education Trust (WSET), créé en 1969 à Londres, est le plus important institut de formation en vin et spiritueux au niveau international. Il propose des connaissances globales de la filière, du niveau débutant au niveau le plus élevé de la filière. La WSET fonctionne en s'appuyant sur un réseau de 600 centres approuvés dans plus de 60 pays, appelés Approved Programme Providers (APP) – Centres Agréés d'Enseignement. Les niveaux proposés par notre antenne incluent les niveaux 2 et 3.

OBJECTIFS :

Un module destiné aux débutants et à ceux qui ont un niveau moyen de connaissances du monde du vin. C'est un cours destiné à ceux qui veulent comprendre l'essentiel du monde du vin. Ce module explore les principaux cépages et leur région de production. Vous apprendrez à connaître le style des vins produits à partir des principaux cépages et les principales classifications des vins et leur termes associés. Une vision basique des principaux spiritueux et liqueurs sera également proposée. Une fois l'examen réussi, vous recevrez un certificat de la WSET et un pin de l'école. Vous pourrez également utiliser le logo WSET certified.

TARIF : 567.50€ HT/personne (mallette et inscription à l'examen inclus)

LIEU : TerraRhona, Fief de Gambert - Tain l'Hermitage. Possibilité de se déplacer dans vos locaux pour un groupe constitué sur des dates autres que celles programmées.

DATES : Nous contacter.

PROGRAMME :

- Vinifications.
- Les facteurs qui influencent le style des vins.
- Les principaux cépages blancs et rouges ainsi que leurs caractéristiques.
- Les principales régions de production de vin où ces cépages sont cultivés.
- Les méthodes de production des vins mutés, mousseux et doux.
- Les termes techniques qui se trouvent sur les étiquettes.
- Les principes d'accords mets – vins.
- Les principales catégories de spiritueux et liqueurs et leur méthode de production.
- Comment décrire un vin en utilisant la méthode WSET (Systematic Approach to Tasting – SAT de niveau 2).
- Dégustation de 40 vins du monde

PUBLIC CONCERNÉ :

- Formation ouverte à tout public.
- Amateurs de vin ayant une bonne connaissance des vins en général, maîtrisant les techniques de dégustation, souhaitant se perfectionner et valider des acquis en anglais.
- Les personnes travaillant ou souhaitant travailler et entreprendre dans les filières de la production et distribution de vins ainsi que l'hôtellerie et la restauration.
- Toute personne exerçant un métier qui nécessite une connaissance des vins : sociétés d'animation, cavistes, sommeliers, agences d'événement, métiers du tourisme et de la communication... Plus largement ceux amenés à parler en anglais de vins dans leur fonction.
- Etudiants

VOLUME HORAIRE : 3 journées de 7 heures (soit 21 heures)

CONDITIONS D'ADMISSIONS : Etre âgé d'au moins 18 ans.

OUTILS PÉDAGOGIQUES : mallette fournie avec cours, cartes et fiches de dégustation.

EXAMEN FINAL : QCM de 50 questions en anglais.

FORMATION A3 : WSET 3

Le Wine & Spirit Education Trust (WSET), créé en 1969 à Londres, est le plus important institut de formation en vin et spiritueux au niveau international. Il propose des connaissances globales de la filière, du niveau débutant au niveau le plus élevé de la filière. La WSET fonctionne en s'appuyant sur un réseau de 600 centres approuvés dans plus de 60 pays, appelés Approved Programme Providers (APP) – Centres Agréés d'Enseignement. Les niveaux proposés par notre antenne incluent les niveaux 2 et 3.

OBJECTIFS :

Un cours de perfectionnement destiné aux professionnels travaillant dans la filière vin et aux amateurs enthousiastes. Pour ceux qui souhaitent approfondir leurs connaissances du monde du vin, cette formation offre une compréhension détaillée de viticulture et d'œnologie. Après le cours, vous serez capable d'évaluer en détail un vin et d'expliquer avec confiance son style et son niveau de qualité. Une fois l'examen réussi, vous recevrez un certificat de la WSET et un pin de l'école. Vous pourrez également utiliser le logo WSET certified.

TARIF : 916.67€ HT/personne (mallette et inscription à l'examen inclus)

LIEU : TerraRhona, Fief de Gambert - Tain l'Hermitage. Possibilité de se déplacer dans vos locaux pour un groupe constitué sur des dates autres que celles programmées.

DATES : Nous contacter.

PROGRAMME :

- MODULE THÉORIQUE**
- Les éléments principaux de la production de vin : situation géographique, culture de la vigne, œnologie, élevage et mise en bouteille.
 - Comment les éléments influent sur la production du vin :
 - Vins tranquilles du monde.
 - Vins mousseux du monde.
 - Vins mutés du monde.
 - Comment utiliser votre savoir pour expliquer le style et la qualité d'un vin.

- MODULE PRATIQUE**
- Comment déguster des vins, décrire leurs caractéristiques et évaluer leur qualité en utilisant la méthode WSET (Systematic Approach to Tasting – SAT de niveau 3).
 - Dégustation de 80 vins.

PUBLIC CONCERNÉ :

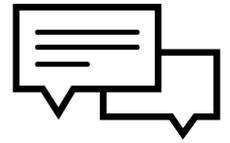
- Formation ouverte à tout public.
- Amateurs de vin ayant une bonne connaissance des vins en général, maîtrisant les techniques de dégustation, souhaitant se perfectionner et valider des acquis en anglais.
- Les personnes travaillant ou souhaitant travailler et entreprendre dans les filières de la production et distribution de vins ainsi que l'hôtellerie et la restauration.
- Toute personne exerçant un métier qui nécessite une connaissance des vins : sociétés d'animation, cavistes, sommeliers, agences d'événement, métiers du tourisme et de la communication... Plus largement ceux amenés à parler en anglais de vins dans leur fonction.
- Etudiants

VOLUME HORAIRE : 5 journées de 7 heures (soit 35 heures)

CONDITIONS D'ADMISSIONS : Etre âgé d'au moins 18 ans. Il est recommandé d'avoir eu le WSET niveau 2.

OUTILS PÉDAGOGIQUES : mallette fournie avec cours, cartes et fiches de dégustation.

EXAMEN FINAL : Questionnaire de 50 questions à choix multiple et questions théoriques (module 1). Commentaire écrit de 2 vins à l'aveugle, un blanc, un rouge (module 2).



FORMATIONS MARKETING



FORMATION 1 : DESIGN D'UNE STRATÉGIE IDENTITAIRE ET DÉFINITION D'UNE STRATÉGIE DE MARQUE

OBJECTIFS :

- Doter chaque participant des outils nécessaires à la construction d'une stratégie identitaire intégrée dans la stratégie générale de l'entreprise.
- Doter chaque participant des outils nécessaires à la construction d'une marque forte.
- Acquérir les techniques de base pour le développement d'une stratégie de marque de long terme.

TARIF : 350€ HT/personne et par jour (groupe de 6 personnes minimum)

LIEU : TerraRhona, Fief de Gambert - Tain l'Hermitage. Possibilité de se déplacer si un groupe est préalablement constitué sur des dates que celles retenues dans nos locaux.

PROGRAMME :

DATES : Nous contacter.

Stratégie identitaire.

Définition des concepts de mission, vision et valeurs ;

Analyse critique d'exemples dans le secteur vin et dans d'autres secteurs ;

Les techniques de construction des énoncés identitaires ;

Les étapes de l'implantation et les modalités de communication ;

Exemples de construction des énoncés identitaires : procédures et résultats ;

Stratégie de marque.

Définition de la marque : son rôle et son importance ;

Les étapes de la construction d'une marque ;

Exemples analysés en cours, tant dans la filière vin qu'en dehors ;

Les techniques de construction des différentes composantes de la marque;

Les étapes de l'implantation et définition des critères de choix des axes de communication ;

Techniques de construction d'une stratégie de marque sur le long terme.

- En cas de 2ème journée, chaque participant préparera, sur la base de ce qui aura été vu en cours, une proposition d'attributs de sa propre marque qui seront commentés et analysés le jour 2. Une information sur chaque domaine aura été transmise préalablement par les participants à l'animateur du cours pour qu'il ait une connaissance de la spécificité de chacun.

VOLUME HORAIRE :

- 1 journée de 7 heures.
- Une deuxième journée possible sur inscription où chacun expose son cas et reçoit les premières pistes à explorer pour construire sa propre stratégie identitaire ; cette deuxième journée requiert une préparation spécifique de la part de chaque participant, basée sur des documents remis à l'avance et à remplir par le participant.

CONDITIONS D'ADMISSIONS :

Être en activité ou à la recherche d'activité dans le domaine du commerce et marketing des vins et spiritueux.

Etre âgé d'au moins 18 ans.

PUBLIC CONCERNÉ :

Responsables d'exploitation, responsables export et commerciaux, responsables communication et marketing.

OUTILS PÉDAGOGIQUES :

Guide pédagogique indiquant les objectifs et les notions essentielles.

EXAMEN FINAL :

Débriefing sur les acquisitions en fin de journée

Possibilité de programmer une deuxième journée dédiée aux cas concrets de chacun des participants.

FORMATION 2 : ENJEUX DE LA FILIÈRE VIN AU NIVEAU INTERNATIONAL

OBJECTIFS :

- Doter les participants d'une vision large de la filière et ses enjeux au niveau international
- Connaître l'impact des enjeux pour l'exploitant d'un domaine viticole
- Donner les outils basiques pour affronter les enjeux décrit

TARIF : 350€ HT/personne et par jour (groupe de 5 personnes minimum)

LIEU : TerraRhona, Fief de Gambert - Tain l'Hermitage. Possibilité de se déplacer si un groupe est préalablement constitué sur des dates que celles retenues dans nos locaux.

DATES : Nous contacter.

PROGRAMME :

Description du cadre global de la filière en utilisant l'outil PESTEL (politique, économique, social / sociétal, technologique, environnemental, légal)

Analyse de la mondialisation et de son impact sur la concurrence au niveau international: description d'exemples et impact pour l'exploitation: concurrence dans le pays de production et sur les marchés internationaux.

Breve description des actions et outils à utiliser pour affronter les enjeux décrits

En cas de 2ème journée, chaque participant préparera, sur la base de ce qui aura été vu en cours, une proposition d'attributs de sa propre marque qui seront commentés et analysés le jour 2. Une information sur chaque domaine aura été transmise préalablement par les participants à l'animateur du cours pour qu'il ait une connaissance de la spécificité de chacun.

VOLUME HORAIRE :

- 1 journée de 7 heures.
- Une deuxième journée possible sur inscription où chacun expose son cas et reçoit les premières pistes à explorer pour construire sa propre stratégie de marque; cette deuxième journée requiert une préparation spécifique de la part de chaque participant, basée sur des documents remis à l'avance et à remplir par le participant..

CONDITIONS D'ADMISSIONS :

Être en activité ou à la recherche d'activité dans le domaine du commerce et marketing des vins et spiritueux.
Être âgé d'au moins 18 ans.

PUBLIC CONCERNÉ :

Responsables d'exploitation, responsables export et commerciaux, responsables communication et marketing.

OUTILS PÉDAGOGIQUES :

Guide pédagogique indiquant les objectifs et les notions essentielles.

EXAMEN FINAL :

Débriefing sur les acquisitions en fin de journée

Possibilité de programmer une deuxième journée dédiée aux cas concrets de chacun des participants.

FORMATION 3 : UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

OBJECTIFS :

Donner aux participants la vision des différentes techniques de promotion d'un domaine sur les réseaux sociaux et leur impact global pour le domaine.

TARIF : 350€ HT/personne et par jour (groupe de 6 personnes minimum)

LIEU : TerraRhona, Fief de Gambert - Tain L'Hermitage. Possibilité de se déplacer si un groupe est préalablement constitué sur des dates que celles retenues dans nos locaux.

DATES : Nous contacter.

PROGRAMME :

- Analyse des différents media et leur rôle dans la filière;
 - Avantages et inconvénients de chaque media ;
 - Exemples de bonnes pratiques dans la filière vin et dans d'autres filières ;
 - Analyse critique de cas concrets ;
 - Impact escompté d'une bonne gestion des réseaux sociaux sur : le volume des ventes, leur progression, l'attraction de nouveaux clients, la construction de la marque, la réputation du domaine ;
 - Conditions pour obtenir des retombées positives sur les réseaux sociaux ;
 - Analyse de quelques sites webs : meilleures pratiques et leçons à tirer.
- En cas de 2ème journée, chaque participant préparera, sur la base de ce qui aura été vu en cours, une proposition d'attributs de sa propre marque qui seront commentés et analysés le jour 2. Une information sur chaque domaine aura été transmise préalablement par les participants à l'animateur du cours pour qu'il ait une connaissance de la spécificité de chacun.

VOLUME HORAIRE :

- 1 journée de 7 heures.
- Une deuxième journée est possible sur inscription où chacun expose son cas et reçoit les premières pistes à explorer pour construire sa propre stratégie d'utilisation des réseaux sociaux; cette deuxième journée requiert une préparation spécifique de la part de chaque participant, basée sur des documents remis à l'avance et qui devront être préalablement remplis.

CONDITIONS D'ADMISSIONS :

Être en activité ou à la recherche d'activité dans le domaine du commerce et marketing des vins et spiritueux.
Être âgé d'au moins 18 ans.

PUBLIC CONCERNÉ :

Responsables d'exploitation, responsables export et commerciaux, responsables communication et marketing.

OUTILS PÉDAGOGIQUES :

Guide pédagogique indiquant les objectifs et les notions essentielles.

EXAMEN FINAL :

- Débriefing sur les acquisitions en fin de journée
- Possibilité de programmer une deuxième journée dédiée aux cas concrets de chacun des participants.



CONTACT ET INFORMATIONS

Guillaume REYNAUD

06 18 19 74 20

terrarhona@terresdesyrah.com

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 84260273526. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État.
Inscription et financement par CB sur notre site ou par chèque.