

Commercial en vins

RNCP36305 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 5
Code(s) NSF	210w, 312t, 221w
Formacode(s)	21540, 34513
Code(s) ROME	D1402, D1301, D1502, M1707, D1407
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	25/03/2022
Date d'échéance	25/03/2024

Certificateur(s)

UNIVERSITE DU VIN · SIRET : 32424993700016

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La filière vinicole

est un secteur dynamique et porteur, bien que subissant des fluctuations économiques. La forte concurrence mondiale et nationale, les variations du marché, la nécessaire adaptabilité aux mouvances, ont des conséquences sur le métier de commercial en Vins.

Les enjeux sont prégnants pour les entreprises et notamment pour le commercial en vins. En effet, les entreprises recherchent désormais des commerciaux ayant développé des compétences stratégiques, et en mesure de mettre en place des stratégies commerciales axées sur les demandes des nouveaux marchés et des consommateurs, et de cerner les attentes du public pour mieux y répondre : nouveau positionnement prix/produits, sélection des débouchés les plus prometteurs, lisibilité de l'offre, construction et renforcement des marques AOP..

Un commercial sera en mesure d'analyser précisément les circuits de distribution et leurs attentes pour identifier de nouvelles opportunités et/ou consolider la clientèle existante en France et à l'export et en capacité d'élaborer une argumentation solide adaptée à différentes cibles, à la fois sur des critères objectifs, tangibles du produit, mais aussi sur des valeurs plus intangibles (identité du vigneron, valeurs de marques ...).

L'enjeu pour les entreprises est de se positionner ou de rester positionné sur les marchés mondiaux en adaptant les produits aux consommateurs et de dégager les marges nécessaires pour assurer leur pérennité et leur développement.

ACTIVITÉS VISÉES

Le commercial en vins est chargé de la commercialisation et de la promotion de vins. Il constitue un portefeuille de produits, prospecte, conseille et fidélise une clientèle de professionnels nationale et/ou internationale et développe son portefeuille de clients. Son activité couvre toutes les étapes de la démarche commerciale allant de la prospection à la gestion administrative, en passant par la sélection, la présentation des vins, la négociation des prix et de la quantité, et enfin la contractualisation.

Le commercial en vins est donc un vendeur qui négocie des contrats avec ses clients et ses fournisseurs, mais aussi un technicien qui sait expliquer les caractéristiques et la composition de ses vins (cépages, techniques de vinification, régions, appellations...). Il est un habile négociateur et expert des produits qu'il commercialise, il possède un excellent sens relationnel et une capacité d'écoute développée. Il sait également s'adapter aux évolutions des réglementations : protection de l'environnement, sécurité alimentaire, certification, traçabilité..., critères qui peuvent entrer dans une argumentation auprès d'un client.

Les missions/activités principales du commercial en vins :

- Construction d'un plan d'actions commerciales permettant la constitution et la gestion d'un portefeuille produits, la prospection et la gestion d'un portefeuille clients.
- Maintien des relations commerciales avec des échanges réguliers avec les clients et la mise en place d'outils d'aide à la revente le cas échéant (conseils merchandising, création de carte des vins...).
- Prise en compte de la concurrence.
- Participation et organisation de salons professionnels, dégustations et présentations des produits en France et à l'export.
- Veille réglementaire.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les principales compétences visées par la certification sont :

Elaborer une stratégie commerciale en France et à l'international à partir d'une gamme de vin

: E

- Etablir la stratégie commerciale France et export de l'entreprise en tenant compte du potentiel du marché, de la faisabilité d'accès au marché et des contraintes de mise en place.
 - Elaborer la stratégie tarifaire adaptée aux différents circuits pour obtenir un portefeuille de produits rentable.
 - Constituer une gamme de produits adaptée à la demande du client, en tenant compte de la stratégie de l'entreprise, d'un cahier des charges donné et des tendances du marché.
 - Élaborer et déployer un plan d'action commercial en France et à l'international
 - Mettre en place une démarche de prospection en identifiant et en qualifiant les cibles prioritaires pour prioriser et planifier ses tâches.
 - Concevoir des actions de promotion et de valorisation des vins en s'appuyant sur des actions existantes ou en créant des actions nouvelles, pour animer la gamme de façon efficace et dynamiser les ventes tout au long de l'année.
 - Organiser les visites de prospection ou de suivi en clientèle, en prenant en compte des besoins potentiels et en optimisant la rentabilité pour faire connaître l'entreprise, entretenir la relation client et répondre aux objectifs commerciaux.
 - Réaliser un suivi des actions commerciales en mesurant les écarts entre les attendus et les résultats pour proposer des ajustements ou axes d'amélioration en vue de rester agile sur le marché.
 - Aménager un point de vente en soignant la présentation et la disposition pour favoriser l'acte d'achat.
- Mener une négociation en vue de la vente de vins
- Préparer son rendez-vous en consolidant les données nécessaires de la connaissance client pour s'assurer d'une efficacité optimale du contact client.
 - Questionner le client pour comprendre ses besoins et appréhender son profil, ses attentes et adopter une démarche d'accompagnement dans la vente adaptée.
 - Mener un entretien de vente en basant l'argumentation sur les caractéristiques, les spécificités et la qualité des vins, orientés vers le bénéfice client pour apporter une réponse personnalisée à sa problématique.
 - Conclure la vente en réalisant la formalisation et la contractualisation de l'accord pour sécuriser l'acte d'achat.

Blocs de compétences

RNCP36305BC01 — Elaborer une stratégie commerciale en France et à l'international à partir d'une gamme de vins

LISTE DE COMPÉTENCES

Etablir la stratégie commerciale France et export de l'entreprise en tenant compte du potentiel du marché, de la faisabilité d'accès au marché et des contraintes de mise en place.

Elaborer la stratégie tarifaire adaptée aux différents circuits pour obtenir un portefeuille de produits rentable.

Constituer une gamme de produits adaptée à la demande du client, en tenant compte de la stratégie de l'entreprise, d'un cahier des charges donné et des tendances du marché.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet professionnel : Il s'agit d'une présentation orale et individuelle, suivie d'un entretien individuel complémentaire avec le jury.

Le candidat présente à l'aide d'un support écrit présenté au jury au moment de l'évaluation, son projet professionnel :

- présentation personnelle

- présentation du projet
- présentation de la structure de gamme, et tarif (type de produits, nombre de références, positionnement tarifaire)
- présentation de la sélection des clients
- présentation des objectifs chiffrés
- présentation de la gamme de produits sélectionnés.

Etude de cas

Epreuve orale et en groupe : sur la base du sujet remis au candidat sur une problématique export, celui-ci explicite et justifie ses recommandations pour un développement dans le pays considéré : acteurs, circuit, gamme, tarification, en tenant compte du marché, des contraintes et de la concurrence.

Mise en situation de dégustation

: Le candidat réalise la dégustation à l'aveugle de différents types de vins et en détermine la qualité, typicité (région), évolution, etc. Il rédige un commentaire synthétique sur les caractéristiques organoleptiques des vins. Pour 2 vins, il établira un commentaire synthétique commercial

Analyse de la fiche technique d'un vin Epreuve orale et individuelle : à partir d'une fiche technique vitivinicole remise au candidat, celui-ci explicite les caractéristiques du vin.

RNCP36305BC02 — Élaborer et déployer un plan d'action commercial en France et à l'international

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en place une démarche de prospection en identifiant et en qualifiant les cibles prioritaires pour prioriser et planifier ses tâches

Concevoir des actions de promotion et de valorisation des vins en s'appuyant sur des actions existantes ou en créant des actions nouvelles, pour animer la gamme de façon efficace et dynamiser les ventes tout au long de l'année

Organiser les visites de prospection ou de suivi en clientèle, en prenant en compte des besoins potentiels et en optimisant la rentabilité pour faire connaître l'entreprise, entretenir la relation client et répondre aux objectifs commerciaux.

Réaliser un suivi des actions commerciales en mesurant les écarts entre les attendus et les résultats pour proposer des ajustements ou axes d'amélioration en vue de rester agile sur le marché.

Aménager un point de vente en soignant la présentation et la disposition pour favoriser l'acte d'achat.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet Business plan Il s'agit d'une épreuve orale et individuelle, suivie d'un entretien individuel complémentaire avec le jury. A partir d'une étude de cas remise au candidat ou sur la base de son projet professionnel, le candidat explique et argumente ses choix en s'appuyant sur un support écrit :

- plan d'action commercial : fichier client, actions commerciales à mettre en œuvre, objectifs opérationnels, indicateurs de suivi des objectifs de vente, événements, etc.
- exemple de tournée commerciale sur une région ou un circuit de distribution donné
- objectifs commerciaux chiffrés, déclinaison par client et modalités de suivi des résultats.
- méthodologie de suivi de la relation client
- actions de fidélisation

Etude de cas Epreuve orale et en groupe. Sur la base d'un sujet remis au groupe de candidats, celui-ci réalise le diagnostic de merchandising d'un rayon vins réel et propose des axes d'amélioration. Il explique et argumente ses choix en s'appuyant sur un support écrit :

- Problématique de l'étude de cas
- Détail de l'arbre de segmentation du linéaire vin
- Diagnostic SWOT du point de vente et du linéaire
- Recommandations
-

RNCP36305BC03 — Mener une négociation en vue de la vente de vins

LISTE DE COMPÉTENCES

Préparer son rendez-vous en consolidant les données nécessaires de la connaissance client pour s'assurer d'une efficacité optimale du contact client

Questionner le client pour comprendre ses besoins et appréhender son profil, ses attentes et adopter une démarche d'accompagnement dans la vente adaptée.

Mener un entretien de vente en basant l'argumentation sur les caractéristiques, les spécificités et la qualité des vins, orientés vers le

bénéfice client pour apporter une réponse personnalisée à sa problématique

Conclure la vente en réalisant la formalisation et la contractualisation de l'accord pour sécuriser l'acte d'achat

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée

Il s'agit d'un jeu de rôle reconstituant une situation professionnelle au cours de laquelle le candidat réalise la vente de vins spécifiques à un domaine. Cette épreuve sera suivie d'un débriefing avec le jury.

Un des membres du jury joue le rôle du client. Il lui sera remis le scénario du jeu de rôle, dans lequel plusieurs objections sont proposées.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Commercial en vins peut travailler pour différents types de structures :

- Domaine viticole/exploitations viticoles
- Cave coopérative vinicole
- Grossiste/négociant
- Grande distribution
- Commerce spécialisé : caviste, épicerie fine
- Grand groupe de vins et spiritueux
- Indépendant comme agent commercial

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Commercial en vins - Commercial conseil en vins - Agent commercial en vins

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Néant

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 786 €
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R4X92 — Cadres du management des magasins · tension 1/5 (Très faible)

Projets de recrutement (BMO 2026)	45 955
Jugés difficiles à recruter	37 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux R3X80 — Maîtrise des magasins R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique R4X91 — Technico-commerciaux R4X92 — Cadres du management des magasins

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Le titre de Commercial en vins s'adresse aux personnes titulaires d'un diplôme de niveau 4 ou pouvant justifier d'une expérience de 2 années minimum dans le domaine commercial.

Pour se présenter à la certification à l'issue de la formation, le candidat doit justifier de la réalisation du stage d'application pratique en milieu professionnel d'une durée de 105 heures.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

4 membres avec une parité employeur /salarié :

- Un président du jury (directeur de l'Université du vin ou son représentant)
- Un formateur
- Deux professionnels

Base légale

Date de décision	25/03/2022
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	25/03/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	11	0	70 %	—
2019	9	0	50 %	42 %
2018	16	0	52 %	47 %

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.universite-du-vin.com/certificat-commercial-en-vins-niveau-5/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36305/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	13
Parcours menés à terme	9

Taux d'achèvement	69 %
Période	11/2022 – 03/2024

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	13
Montant total engagé	70 228 €
Coût moyen par dossier	5 402 €
Durée moyenne	507 h
Période	08/2022 – 11/2023
France compétences	40 %
Reste à charge titulaire	31 %
France Travail	24 %
Entreprise	5 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.