

FICHE PROGRAMME — FORMATION 1 JOURNÉE

Piloter et mesurer la performance commerciale d'un domaine viticole

Analyse de données & outils d'aide à la décision pour la filière vitivinicole

Public visé	Professionnels en charge de la commercialisation des vins d'une exploitation : responsables et directeurs commerciaux, vignerons-vendeurs, équipes commerciales, alternants de la filière.
Durée	1 journée (6 heures).
Fil rouge	Étude de cas : Château des Trois Combes (domaine fictif).
Objectif général	Donner aux commerciaux les repères conceptuels et les outils pour définir, mesurer et piloter la performance commerciale, en la resituant dans une performance globale du domaine.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant est capable de :

- comprendre la performance comme un concept multi-facettes (économique et financière, commerciale, sociale et organisationnelle, agronomique et environnementale) ;
- identifier les données et les indicateurs pertinents pour mesurer la performance commerciale ;
- distinguer où se crée et où se détruit la valeur, par cuvée et par circuit de commercialisation ;
- concevoir les grandes lignes d'un outil de mesure adapté à son domaine ;
- formuler des décisions d'action : prix, gamme, priorisation des circuits, pilotage de l'équipe commerciale.

Déroulé de la journée

S1	Warm up / brise-glace	• « C'est quoi la performance d'un domaine ? » Recueil du mot spontané de chaque participant et mise en tension des représentations. • Quiz d'ouverture (nuage de mots / vote) pour capter les intuitions.
S2	Partie académique : la performance et ses multiples facettes	• Performance économique et financière : rentabilité, trois fonctions (exploitation, investissement, financement), indicateurs (EBE, EBITDA). • Performance de production et de commercialisation : coût de revient, prix de vente couvrant les charges, création et destruction de valeur par produit et par circuit ; indicateurs (marge, taux de rotation des stocks, vélocité des ventes, part de marché par circuit, ROI d'une campagne marketing). • Performance sociale et organisationnelle : climat social, compétences, turnover, satisfaction, formation. • Performance agronomique et environnementale : intrants, certifications, empreinte carbone, biodiversité des sols. • Synthèse : la performance globale comme niveau de durabilité (Zahm et al.) ; tension entre performance/optimisation et robustesse/adaptabilité. • Réalité de l'outillage : peu de consensus sur les indicateurs ; le volet commercial est surtout outillé via les CRM. Quiz de validation des acquis (QCM) en fin de séquence.

S3	Atelier / cas pratique : Château des Trois Combes	• Cas fil rouge : domaine du Languedoc dirigé par une nouvelle directrice d'exploitation. 10 salariés dont 4 commerciaux, 250 000 équivalents bouteilles, 8 cuvées (AOC, premium, IGP, BIB). • Temps 1 — Réflexion individuelle puis en groupe : quelles données, quels indicateurs, quel outillage, pour quelles décisions ? • Temps 2 — Mise en commun : chaque groupe restitue sa vision et sa synthèse. • Temps 3 — L'approche Vinotracker : présentation d'une méthode outillée de mesure de la performance commerciale. • Temps 4 — Concevoir votre outil : données sources fiables, jeu d'indicateurs restreint, maille d'analyse (cuvée, circuit, commercial), esquisse du tableau de bord et de sa restitution, pré-requis et compétences. • Temps 5 — Discussion / perspectives : bénéfices d'une démarche outillée et applicabilité dans l'entreprise du participant.
S4	Discussion et conclusion	• Prospective : « Quel pilier de la performance sera le plus critique pour un domaine vitivinicole en 2030 ? » Indicateurs clés à ajouter.
S5	« Ne partez pas ! » : évaluation à chaud	• Retour des participants sur la séance et sur ce qu'ils en ont retenu. • Quiz de clôture : évaluation de la satisfaction et des acquis.

Méthodes et modalités

Alternance d'apports théoriques, de réflexion individuelle, de travail de groupe et de restitution collective. Pédagogie active (post-it, infographies) appuyée sur une étude de cas réaliste. Trois temps de quiz rythment la journée : ouverture, validation des acquis et clôture.

Fil conducteur

De la théorie (qu'est-ce que la performance ?) à la pratique (comment la mesurer concrètement sur un domaine ?), pour aboutir à la conception d'une démarche outillée et transposable au poste du participant.

Modalités d'évaluation

Par questionnaire en fin de formation.

TARIF ET FINANCEMENT

175 € HT sur une base de 8 participants (prise en charge via Opco).

1 500 € HT en intra-entreprise (10 participants maximum).

BULLETIN D'INSCRIPTION

Piloter et mesurer la performance commerciale d'un domaine viticole

Modalités et délais d'accès

Inscription par mail (voir contacts), close 7 jours avant le démarrage de la formation. Un mail spécifique viendra préciser l'ensemble des documents à remplir ou à fournir et la procédure à suivre.

Formulaire d'inscription

Nom

Prénom

Téléphone

Mail

Structure

Statut (cochez et précisez l'Opco correspondant) :

- ☐ Salarié(e) — Opco : Ocapiat
☐ Exploitant(e) — Opco : Vivéa

TARIF

175 € HT sur une base de 8 participants (prise en charge via Opco).

1 500 € HT en intra-entreprise (10 participants maximum).

Vous pouvez également remplir ce bulletin **directement en ligne** sur vinotracker.fr/formation-performance-commerciale — votre demande nous parvient immédiatement.

Contact inscription : Pierre Auguste — 06 68 92 75 28 — pierre.auguste@vinotracker.fr

Accessibilité aux personnes handicapées

Vinotracker accueille les personnes handicapées en formation sans discrimination et garantit l'égalité des droits et des chances de ces personnes pour accéder à la formation et pour leur permettre de valider leur parcours :

- par l'accessibilité des lieux d'accueil des formations (règles des ERP) ;
- par l'étude de la faisabilité d'un suivi des formations adapté au handicap. Pour cela, merci de contacter Vinotracker en amont de l'inscription.

INFORMATIONS SUR LE PRESTATAIRE

Vinotracker est partenaire de Vins&Ventes, certifié Qualiopi.

SAS Vins&Ventes | 74 rue Georges Bonnac – 33000 Bordeaux

06 15 07 26 67 | vinsetventes@gmail.com | <https://vinsetventes.fr>

Organisme de formation enregistré sous le n° 753 310 867 33 auprès du Préfet de région Nouvelle-Aquitaine.

SAS – R.C.S. Bordeaux | SIRET 831 664 248 00034 | Code APE 7022Z | N° TVA intracommunautaire FR 78 831664248

Vins&Ventes a été certifié Qualiopi au titre de la catégorie « actions de formation » – N° 2112_CN_02294 - V.2.