

Biérologue - zythologue

 Durée de formation : 1 an

 Niveau de sortie des études : Bac + 2

CERTIFICATION ASSOCIÉE

Bierologie-zythologie

Descriptif

Le zythologue est un connaisseur de la bière et de sa dégustation ; comme un sommelier, il est capable de déguster, sélectionner, conseiller, vendre de la bière. Et comme un nologue, il maîtrise les étapes chimique et biochimique des processus de fabrication. Il connaît les différents types de bières, est capable d'expliquer les aspects liés à la production, aux techniques de fermentation, etc. pour conseiller ses clients. Il intervient dans le processus final de la fabrication : le brassage. Il intervient également 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/promotion pour piloter la vente de ses produits.

Aussi appelé technico-commercial en bière, le zythologue ou bierologue peut exercer pour différentes structures telles que des brasseurs ou producteurs de bières, des cavistes spécialisés en bières, des bars à bières, des groupements d'intérêt commercial, des groupements de producteurs ou encore des restaurants.

Objectifs

- 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 bières.
- À partir d'informations sur les caractéristiques des bières (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 potentiels de commercialisation de bières afin de négocier avec des fournisseurs.
- Déterminer des profils types de produits adaptés à des marchés en illustrant des critères-clés permettant de garantir des ventes.
- À partir d'un catalogue de produits, déterminer les caractéristiques de chaque bière.
- Composer des rayonnages de points de vente en fonction de complémentarité de bières, d'intérêts de produits, du positionnement souhaité d'une boutique.
- 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 bières à vendre en priorité.

- Accueillir, animer et conseiller des produits aux clients et prospects pour faciliter des ventes.
- Maîtriser la langue anglaise et le vocabulaire brassicole pour répondre aux sollicitations de clients étrangers.
- Afin d'argumenter l'intérêt d'achat, mettre en avant les qualités et l'intérêt des bières pour des clients potentiels.
- À partir d'actions de communication, organiser des portes ouvertes pour faire découvrir et déguster des bières.
- Déterminer une sélection de bières correspondantes aux profils des clients auprès des établissements fournisseurs.
- Rechercher des producteurs et des négociants pour différents styles de bières.
- Identifier des tarifs d'achat de types de bouteilles.
- 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 recherchées.
- En se basant sur le marché et le pouvoir d'achat des clients, déterminer des prix d'achat et de ventes des bières 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.
- À partir d'informations recueillies 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 bières.
- Intégrer l'utilisation de technologies de l'information et de communication (courriels, newsletters, 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.

Débouchés

Secteurs d'activités : Compagnies de production de bières, brasseries, sociétés de négoce en bières, caves spécialisées particulières, points de vente physiques (cavistes, rayons liquides en grande distribution), points de vente virtuels (commerce en ligne), restaurants & bars à bières...

Type d'emplois accessibles :

- Zythologue, biérologue
- Brasseur, directeur de brasserie
- Technico-commercial en bière
- Responsable achat ou vente en bières
- Commercial conseil en bières

- Caviste specialise en bieres
- Responsable rayon bieres
- Agent commercial multcartes bieres

OÙ SE FORMER ?

Bouches-du-Rhône (13)	Rythme & durée	Lieu
IFCO	Apprentissage ; 1 an	Aubagne
Ille-et-Vilaine (35)	Rythme & durée	Lieu
LES 3 B	Apprentissage ; 1 an	Vitré