

WINE – WAITER AND WINE : A MARKETING CONNECTION

Towards the current trend of the sommellerie

By Pierre METTELIN

Wine and spirits Professor / CAFA Formations / France

I . INTRODUCTION

The traditional and public image of the wine – waiter is his outstanding knowledges about wines, especially in relation to dishes. And In fact, his responsibilities are wide ; he wields a marketing influence on wines, spirits and soft drinks.

II. The Wine – Waiter Profession : Into A Permanent Evolution

1. Short review

Occupation which exists from the first centuries after Christ AD 14th century are the word « wine – waiter » is consecrated in France, 1970 : the craft is going to die out. And Since this date : revival

2. Increasing numbers

In many countries, there are more and more wine – waiters. And their activity modernizes.

3. Modification of the wine – waiter profile

Trainings, competitions and trade fairs play a remarkable part. And Wine – waiters are opened beyond workplace.

III. The Wine – Waiter : His Final Purpose

1. Satisfying customers

Providing them pleasure, emotion and a portion of dream

2. Protecting the interests of his employer

Contributing towards the firm profitability

IV. The Wine – Waiter Profession : A Diversified Job

1. Upstream the table – Miscellaneous tasks

- a) Prospecting suppliers : A continuous duty
- b) Preparing samples : Fetching or receiving drinks
- c) Selecting products : A lot of criteria the wine – waiter must master in order to do the best choices.
- d) Running the cellar : Planning and restocking the aging – cellar. And conceiving the needs on a day – to – day basis.
- e) Merchandising beverages : Deciding the consumption of some products, nothing more.
- f) Making the wine – list : The best occupational show – case of the wine – waiter.

2. In touch with customers

- a) Advising guests
Tricky approach : Proposing without imposing, but directing the order.
- b) Serving wine and others drinks
Obeying severe rules : Ways of service, Precedence

V. The Wine – Waiter : Required Capacities

1. Passion for wine

- Without this fascinating interest, no wine – waiter

2. Sense of human contact

- With customers as producers

3. So many requirements

- Intellectual, moral and organoleptic qualities

4. An exemplary behaviour

- Availability, discretion, unpretentiousness, respect : a few aspects of his attitudes

VI. The Wine - Waiter : Marketing Factor Of Wine

He has an economic part, on top of his technical contribution.

1. His connection with production.
 - Impact on : The sources of supplying, The constitution and the range of products.
2. His trade part
 - By efficient sales techniques.
3. His incidence for the establishment turnover
 - His ratio of performance has repercussions on the financial health of the restaurant
4. His influence apart from the restaurant
 - With : professional advice, lectures, testimony of his great background, management of wine tastings, screening of wines.

VII. CONCLUSION

The wine - waiter profession : noble art, advanced technique and return on investment.

VIII. ABSTRACT

The sommellerie is an ancient job, which has always advanced with the passings centuries. It has become more and more specialized. So, the wine waiter must have a suitable training, sound world knowledges, a keen sense of wine tasting and the liking of human contact.

All these skills lead him to put his know - how to good use in the surest way : restaurant. There he undergoes a fruitful experience. The view of a man with many facets is true : taking part in purchases, cellar management, wine-list formulation, advising customer, accommodation between wines and food essentially.

However, his duties have risen. He is running through business size, upstream of sales and with clients. Expert in this matter, he is able to take an effect on the store, marketing product, sales, and finally the sales figure of the institution in which he assumes a key position.

WINE - WAITER AND WINE : A MARKETING CONNECTION

Towards the current trend of the sommellerie

소믈리에와 와인 간의 관계 마케팅 전략

- 최근 소믈리에의 경향 중심으로 -

By Pierre METTELIN

Wine and spirits Professor / CAFA Formations / France

이 현 중(경희대학교 호텔관광학과 박사과정)

I. 서론

전통적이고 일반적인 소믈리에의 이미지는 와인은 물론 특히 음식에 대한 뛰어난 정보와 지식을 가지고 있는 사람이다. 사실 소믈리에 직무는 매우 광범위하여 와인, 스피리트 그리고 음료 마케팅에 많은 영향을 미치고 있다.

II. 소믈리에의 지속적인 발전

1. 소믈리에의 역사

소믈리에라는 직업은 서기 1세기부터 존재하였으며, 14세기에는 프랑스에서 소믈리에라는 용어가 신성하게 생각하였으며, 1970년경에는 전문 소믈리에들이 이직을 하였으나 최근에 다시 각광을 받으면서 소믈리에들이 직업에 대한 자긍심과 만족도를 가지게 되었다.

2. 소믈리에들의 증가 추세

많은 국가에서 매년 소믈리에를 육성하여 배출하고 되고 있으며, 그들의 활동이 체계화되고 현대화되었다.

3. 소믈리에의 변화

교육 훈련, 치열한 경쟁 그리고 무역 전시장에서 뛰어난 역할을 담당하고 있으며, 소믈리에들은 일하는 장소에 구애받지 않고 업무를 수행 할 수 있다.

III. 소믈리에의 궁극적인 목적

1. 고객 만족

식당을 찾아오는 고객들에게 즐거움, 감동 그리고 이상을 제공해야 한다.

2. 이윤 창출

외식 기업의 목표인 이윤을 창출하여 회사 발전에 이바지하도록 해야 한다.

IV. 전문적인 소믈리에의 다양한 업무

1. 상류 사회로 진입하는 테이블

다방면에 걸친 임무를 수행하여 외식 기업의 이윤창출을 위해 노력해야 하며, a) 예상 공급자들과 구매 관련 임무를 지속적으로 수행하고, b) 와인이나 각종 음료를 구입하기 위해 샘플을 받으며, c) 품질이 좋은 상품 선정을 위해 소믈리에들이 다양한 기준으로 최고의 와인 상품을 선택하며, d) 효율적인 셀러 운영을 위해 셀러의 크기와 용량에 따라 구매 계획, 저장, 그리고 병 숙성과정을 갖게 하며, 매일 판매할 와인의 필요한 수량을 산출해야 하며, e) 음료의 상품화와 음료 상품의 소비량을 결정하며, f) 식당에서 판매할 와인 리스트를 제작하며, 소믈리에의 경우 가장 좋은 상품 소개 수단이 된다.

2. 고객과의 접점의 서비스 관계

식당에서의 소믈리에의 고객 접점에서 음식에 잘 어울리는 와인을 추천하고 판매를 하여야 한다.

a) 고객에게 추천하기 위해서는 고객과의 친절하고 친밀한 접근을 하여야 하는데 강요하지 않는 추천 방법을 통해 정확한 주문을 받아야 한다.

b) 와인과 그 외 음료 서비스를 위해서는 서비스하는 방법과 스킬을 가져야 하며, 서비스하는 절차를 습득해야 한다.

V. 소믈리에에게 요구되는 역량

1. 와인에 대한 열정

소믈리에의 와인에 대한 관심과 흥미를 갖고 와인에 대한 매력과 열정이 필요하다.

2. 인간관계

고객을 위한 와인의 판매로 고객을 생각하는 서비스 정신이 필요하다.

3 많은 요구 사항

풍부한 전문 지식, 지성미, 도덕성 그리고 고 품격을 유지해야 한다.

4. 모범적인 행동

소믈리에에는 유효성, 분별력, 겸손 그리고 고객을 존경하는 태도와 예절을 갖추어야 한다.

V. 소믈리에와 와인 마케팅

소믈리에에는 와인에 대해서는 최고의 기술로 경제적인 이득을 외식기업에 제공해야 한다.

1. 상품과의 관계

소믈리에가 좋은 와인을 구입하고 고객들에게 제공하기 위해서 마케팅에 미치는 영향을 살펴보면 와인 공급 업차의 정보 입수가 중요하며, 식당을 이용하는 고객들에게 판매해야 할 상품의 구성과 범위를 정하여야 한다.

2 판매 업무

소믈리에에는 고객들에게 효율적인 판매 기술을 발휘하여 와인 매출액을 높여야 한다.

3 테이블 회전율 수립

소믈리에에는 매출과 이윤을 극대화하기 위해서 고객이 식당을 이용할 때 테이블 회전율을 높여야 제무에 좋은 영향을 미치게 된다.

4 레스토랑 이외에 미치는 영향

직업에 대한 전문가로서 조언, 와인 강의, 와인 이론 공부와 다양한 경험, 와인 테스트 방법 등에 영향을 미치고 있다.

VI. 결론

소믈리에에는 세련된 기술로 식당에 투자한 투자비를 회수해 주는 고급 직업으로서 외식기업에서 인기를 얻을 것이며, 자긍심도 갖게 될 것이다.

VII. 요약

소믈리에에는 고대부터 존재한 직업이지만, 현재도 지속적으로 발전하고 있다. 따라서 점점 직업이 세분화되어 가고 있어 소믈리에에는 적절한 교육 훈련을 받고, 건전한 세계적인 문화 역사 등의 지식, 여리한 와인 테스트 감각 그리고 인간관계를 원만하게 하는 자질을 갖추고 있어야 한다. 모든 기술

은 소믈리에가 레스토랑에서 가장 정확하고 표준화된 서비스 방법으로 노하우를 쌓을 경우에 효과적인 경험을 하게 된다. 사람들이 보는 다양한 관점은 모두 옳은 것으로서 와인 구매 업무, 셀러 관리, 와이 리스트 제작 방법, 고객 관리, 음식과 어울리는 와인의 추천 등을 원활하게 수행해야 한다.

그러나 이러한 직무들은 이미 알고 있는 사항들이며, 소믈리에에는 영업의 규모, 와인 판매량을 늘이면서 철저한 고객 관리를 해야 한다.

이러한 사항에 있어서 전문가는 영업장, 상품 마케팅, 판매량과 영업회계 업무를 담당하고 최종적으로 소믈리에가 담당하고 있는 식당의 와인 판매량에 대해 책임을 져야 한다.

**WINE AND WINE :
A MARKETING CONNECTION**

**the most trend of
sommelier**

By Pierre METTELIN

Wine and spirits teacher / CAFA Formations / France

CON:

...ic image of the
...ing knowledges
...ation to dishes.

>In fact, his responsibilities are wide ; he
wields a marketing influence on wines,
spirits and soft drinks.

**profession :
evolution**

... from the first

- 14 th century : the word « wine -
waiter » is consecrated in France
- 1970 : the craft is going to die out
- Since this date : revival

... are more and more

3) Modulation of the wine - waiter profile

- Trainings, competitions and trade fairs play a
remarkable part
- Wine - waiters are opened beyond workplace

Final Purpose

... motion and a

2) Protecting the interests of his employer

- Contributing towards the firm profitability

Profession : A

a) Prospecting suppliers

- A continuous duty

b) Preparing samples

- Fetching or receiving drinks

... waiter must
... best choices
... the aging - cellar
... a day - to - day

a) Manufacturing beverages
Deciding the consumption of *some* products,
nothing more

f) Making the wine - list
The best occupational show - case of the
wine - waiter

... imposing
... standard

b) Serving wine and others drinks

- Obeying severe rules :
 - . ways of service
 - . precedence

Walter : Required

... for wine
... initiating interest, no wine -
... water

2) Sense of human contact
•With customers as producers

3) So many requirements
•Intellectual, moral and organoleptic qualities

4) An exemplary behaviour
•Availability, discretion, unpretentiousness,
respect : a few aspects of his attitudes

Walter : Marketing

... economic part, on top of his
... reputation

1) His connection with production
•Impact on :

- . the sources of supplying
- . the constitution and the range of
products

2) His trade part
•By efficient sales techniques

Walter : the establishment

... has repercussions
... the restaurant

... from the
... management

- With : professional advice, lectures,
testimony of his great background,
management of wine tastings, screening of
wines

Walter : the profession

CONCLUSION:
... profession : noble art,
... and return on
... investment.

FACT

...ent job, which has always
...centuries.

...more specialized. So, the
wine waiter must have a suitable training, sound
world knowledges, a keen sense of wine tasting and
the liking of human contact.

All these skills lead him to put his know - how to
good use in the surest way : restaurant. There he
undergoes a fruitful experience.

...many facets is true : taking
...management, wine - list
...customer, accomodation
...essentially.

...have risen. He is running
through business and stream of sales and with
clients.

Expert in this matter, he is able to take an effect on
the store, marketing product, sales, and finally the
sales figure of the institution in which he assumes a
key position.