

Développer la vente à emporter avec un service de qualité

Objectifs

- Identifier les opportunités et contraintes liées à la vente à emporter dans le secteur HCR.
- Définir une offre adaptée à leur clientèle et à leurs capacités opérationnelles.
- Créer une carte courte, lisible et rentable en optimisant le coût matière et la faisabilité.
- Élaborer une stratégie tarifaire cohérente avec le marché et le positionnement de l'établissement.
- Concevoir une organisation fluide entre la cuisine, le service et la livraison.
- Mettre en place un process qualité pour garantir la satisfaction client à distance.
- Sélectionner et évaluer les bons partenaires.
- Développer la visibilité digitale de l'offre.

Bénéfices

- Enrichir sa boîte à outils de bonnes pratiques
- S'adapter aux évolutions de son métier
- Gagner en performance

INFORMATIONS PRATIQUES

Durée :

2 jours - 14 heures

Formats :

Présentiel ou distanciel

Effectif minimum :

2 personnes

Types :

Inter ou intra entreprises

Pré-requis :

Être en activité dans un établissement hôtelier ou de restauration. Connaître l'offre actuelle de son établissement.

Public concerné :

Chefs d'entreprise, gérants, responsables restauration, chefs de cuisine, managers de salle, assistants marketing ou toute personne impliquée dans la mise en place ou la gestion d'une activité de vente à emporter.

Modalités d'évaluations :

- Avant : recueil des besoins, questionnaire auto positionnement & quiz d'évaluation des connaissances
- Pendant : Évaluations formatives, mises en pratique, quiz interactifs
- Après : questionnaire auto-positionnement & quiz d'évaluation des connaissances & questionnaire satisfaction

Tous nos formateurs sont recrutés via un processus qualité précis.



UN ANCRAGE DES COMPÉTENCES

Sur le long terme.

AVANT

Un questionnaire "état des lieux" pour bien comprendre les besoins et ajuster les contenus.

PENDANT

Des mises en situation et la réalisation d'un plan d'actions.

APRÈS

Un quizz sur les connaissances et les compétences acquises.

TOUJOURS

Un petit livret sur les bonnes pratiques remis à chaque participant.

Programme

COMPRENDRE LES ENJEUX DE LA VENTE À EMPORTER

Identifier les enjeux économiques, logistiques et marketing de la vente à emporter.
Comprendre les nouvelles attentes clients (rapidité, sécurité, durabilité).

CRÉER UNE CARTE DE VENTE À EMPORTER RENTABLE

Sélectionner les plats adaptés à la vente hors site.
Prendre en compte les contraintes de transport, température, packaging.
Créer une carte courte et cohérente.

FIXER LES BONS PRIX ET MAÎTRISER SES MARGES

Calculer les coûts de revient spécifiques à la vente à emporter.
Déterminer un prix psychologique et rentable.
Anticiper les commissions des plateformes et frais annexes.

ORGANISER LE SERVICE ET LA LOGISTIQUE

Adapter l'organisation interne et la coordination d'équipe.
Fluidifier les flux de préparation et livraison.
Définir les outils de commande et de suivi.

GARANTIR LA QUALITÉ ET L'EXPÉRIENCE CLIENT

Maintenir la qualité gustative et visuelle du produit livré.
Choisir les bons emballages (matière, coût, durabilité).
Gérer le feedback client après commande.

CHOISIR ET PILOTER SES PARTENAIRES DIGITAUX

Identifier les acteurs clés du marché (plateformes, outils internes).
Négocier et évaluer les partenaires.
Développer la visibilité digitale de l'offre.

CONCLUSION ET PLAN D' ACTION INDIVIDUEL

Formaliser les actions à mettre en place dans son établissement.
Évaluer les acquis et renforcer la motivation.

Méthodologie

Inductive : partir des pratiques existantes et des contraintes de terrain pour construire la réflexion.

Active : ateliers de conception de carte, simulation logistique, test packaging, calculs de marges.

Expositif : apports structurés et visuels sur les tendances, outils et ratios économiques.

Coopérative : échanges entre pairs, partage d'expériences, co-construction de solutions.

Réflexive : auto-évaluation et plan d'action personnel.