

Durée

14 heures (2 jours) – Présentiel

Public cible

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.

Prérequis

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

Développer la vente à emporter avec un service de qualité

14h



Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation, les participants seront capables de:

- 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 (plateformes, logiciels, prestataires de livraison). Développer la visibilité digitale de l'offre (site, réseaux, outils de commande).



Méthodes pédagogiques

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.

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

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

Moyens pédagogiques

- Formation en présentiel interactive. Salle équipée (vidéoprojecteur, paperboard, matériel de calcul et supports visuels).
- Utilisation d'outils concrets : exemples de packaging, plateformes de livraison, tableaux de suivi Excel.
- Exercices de simulation et jeux de rôle. Études de cas issus du secteur HCR.



Présentiel



Outils et supports pédagogiques

- Support complet (PPT + livret stagiaire).
- Fiches outils « Checklist création de carte à emporter », « Grille de calcul coût matière et marge », « Modèle de plan d'organisation logistique », « Tableau comparatif plateformes de livraison ».
- Cas pratiques et exemples concrets d'offres performantes.

Documentation remise aux stagiaires

- Livret participant
- Modèles de fiches techniques, fiches partenaires et tableaux de suivi.
- Fiches pratiques « Les 10 réflexes pour réussir la vente à emporter ».
- Plan d'action individuel à compléter.
- Certificat de réalisation

Développer la vente à emporter avec un service de qualité



Programme et contenu

SÉQUENCE 0 (30 MINUTES) – INTRODUCTION

- **Objectifs** : Présenter les objectifs et créer une dynamique d'échanges.
- **Modalités** : Icebreaker « Et si je commandais chez moi ? ».

Message clé : « La vente à emporter est un nouveau canal, pas un plan B. »



SÉQUENCE 1 (1H45) – COMPRENDRE LES ENJEUX DE LA VENTE À EMPORTER

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

Modalités : Apports illustrés + étude de cas (exemples d'établissements).

« L'emporté est une expérience complète, pas seulement un produit. »



SÉQUENCE 2 (2H30) – CRÉER UNE CARTE DE VENTE À EMPORTER RENTABLE

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

Modalités Atelier collectif : construction d'une mini-carte selon critères de faisabilité et marge.

Message clé : « Simplicité, régularité et cohérence sont les clés de la réussite. »



Outils et supports pédagogiques

- Support complet (PPT + livret stagiaire).
- Fiches outils « Checklist création de carte à emporter », « Grille de calcul coût matière et marge », « Modèle de plan d'organisation logistique », « Tableau comparatif plateformes de livraison ».
- Cas pratiques et exemples concrets d'offres performantes.

Documentation remise aux stagiaires

- Livret participant
- Modèles de fiches techniques, fiches partenaires et tableaux de suivi.
- Fiches pratiques « Les 10 réflexes pour réussir la vente à emporter ».
- Plan d'action individuel à compléter.
- Certificat de réalisation

Développer la vente à emporter avec un service de qualité



Programme et contenu

SÉQUENCE 3 (2H15) – FIXER LES BONS PRIX ET MAÎTRISER SES MARGES

- **Objectifs** : 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.
- **Modalités** : Apport structuré sur les méthodes de calcul + cas pratique chiffré.

Message clé : « Les bons prix garantissent la pérennité de l'offre. »



SÉQUENCE 4 (2H15) – ORGANISER LE SERVICE ET LA LOGISTIQUE

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

Modalités : Jeu de rôle « heure de rush » + échanges sur les bonnes pratiques logistiques.

« Une bonne organisation garantit la qualité et la rapidité. »



SÉQUENCE 5 (2H) – GARANTIR LA QUALITÉ ET L'EXPÉRIENCE CLIENT

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

Modalités : Atelier sensoriel sur emballages / test de présentation.

Message clé : « L'expérience client commence à la commande et finit au déballage. »



Outils et supports pédagogiques

- Support complet (PPT + livret stagiaire).
- Fiches outils « Checklist création de carte à emporter », « Grille de calcul coût matière et marge », « Modèle de plan d'organisation logistique », « Tableau comparatif plateformes de livraison ».
- Cas pratiques et exemples concrets d'offres performantes.

Documentation remise aux stagiaires

- Livret participant
- Modèles de fiches techniques, fiches partenaires et tableaux de suivi.
- Fiches pratiques « Les 10 réflexes pour réussir la vente à emporter ».
- Plan d'action individuel à compléter.
- Certificat de réalisation

Développer la vente à emporter avec un service de qualité



Programme et contenu

SÉQUENCE 6 (2H) – CHOISIR ET PILOTER SES PARTENAIRES DIGITAUX

- **Objectifs** : Identifier les acteurs clés du marché (plateformes, outils internes). Négocier et évaluer les partenaires. Développer la visibilité digitale de l'offre.
- **Modalités** : Comparatif guidé + atelier « fiche partenaire idéale » (critères et check-list).

Message clé : « Bien choisir ses partenaires, c'est protéger sa marge et son image. »



SÉQUENCE 7 (45 MINUTES) – CONCLUSION ET PLAN D'ACTION INDIVIDUEL

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

Modalités : Quiz final + plan d'action individuel + feedback collectif.

Message clé: « La réussite de la vente à emporter repose sur la constance et l'organisation. »

