



Edition 09-2022

Actualisée et enrichie



SOMMAIRE

GERER&MANAGER MON RESTO

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Partie 1 : La Restauration

1-1 Il y aura pour l'histoire et pour la restauration un avant et un après 202

- 1-1-1 La restauration à service à table
- 1-1-2 L'assiette, le client et le personnel reviennent au centre (au cœur) de toutes les attentions
- 1-1-3 La province, allégorie du vivre mieux redevient tendance
- 1-1-4 Le modèle social, le travail lui-même est en rupture
- 1-1-5 Les 3 x 3 règles d'or
- 1-1-6 Les 3 formes de restaurant nés en 2020
- 1-1-7 Hybridité ou la complexité comme solution
- 1-1-8 L'avènement du digital et du consommateur omnicanal
- 1-1-9 La restauration commence à prendre conscience de la nécessité de s'engager dans la « *green attitude* » :
- 1-1-10 Le télétravail et la visio-conférence mais aussi le e.learning
- 1-1-11 L'exigence du « mieux manger »
- 1-1-12 L'impact du local et de la transparence

1-2 Les 3 familles de restaurateurs 1-3 Comme d'habitude il y a toujours des restaurateurs qui traversent les crises avec succès. Qui sont-ils ?

1-4 Les 16 grandes raisons qui ont fragilisé le secteur depuis longtemps

1-5 Que sera la restauration de la prochaine décennie ? Y aura-t-il une nouvelle normalité?

- 1-5-1 Faut-il rester ouvert 7/7
- 1-5-2 Eloge de la lenteur ou le retour à la perte de temps utile à son bonheur
- 1-5-3 La pénibilité et les contraintes
- 1-5-4 Emergence de 4 nouveaux axes pour bâtir des concepts différents
- 1-5-5 Les 4 grands traceurs du futur :
- 1-5-6 Artisan Restaurateur ET Agro Restaurateur
- 1-5-7 Qui va gagner entre resto traditionnelle et resto rapide ?

1-5-8 La société hyper connectée et son impact sur la création de restauration **Erreur ! Signet non défini.**

1-5-9 L'impact du « mieux manger » et de la « demande d'expérience » dans la matrice des métiers

1-5-10 Le Made in France est-il possible en restauration

1-5-11 Bien manger et bien faire à manger coûte-t-il plus cher

1-5-12 Clean Label et transparence alimentaire

1-5-13 Pour un contrat social plus équilibré

1-5-14 La nécessité absolue de moderniser l'industrie de la restauration et de l'adapter à son époque

1-5-15 Faut-il vraiment changer son business model ou l'adapter ?

Partie 2 : Être restaurateur

2-1 L'amour du goût et du contact humain

2-2 Un resto nommé désir

2-3 Producteur de plaisir

2-4 Un métier sans barrière à l'entrée qui demande des compétence

2-5 Formations obligatoires

2-6 Les sens, le carburant du succès

2-7 Prendre soin en 9 évidences

2-8 Se faire accompagner

2-9 Savoir prévenir les risques

2-10 Savoir s'informer pour rester dans le coup

2-11 Force 15 ou les 15 commandements des gagnants

PARTIE 3 : La conduite de l'entreprise

3-1 Préalable

3-2 Ma Raison D'Etre

3-3 Pour une nouvelle entreprise

3-3-1 Les 4B© « Carré Gagnant »

3-3-2 Le partage de l'ASP : Avoir, Savoir, Pouvoir

3-4 La démarche qualité Erreur ! Signet non défini.

3-5 Les 2 cultures de croissance « l'Union Sacrée »

3-6 Les 4 axes de la double expérience

3-7 La marque employeur

3-8 Pilotage « gestion & qualité »

3-9 Qui fait quoi – Organiser le travail

3-10 Les obligations de l'entreprise

3-11 L'organisation administrative

3-12 Les devoirs d'hygiène et sécurité

3-13 Maintenance

3-14 La formation

3-16 Digital et restauration

3-17 Restauration et livraison, vente à emporter et click&collect

3-18 Double communication et restauration

3-19 Soigner son image E. Réputation

3-20 Environnement et restauration

3-21 La RSE

3-22 Relation avec votre cabinet comptable

3-24 Les 21 erreurs à éviter pour ne pas vivre « *cauchemar au resto* »

PARTIE 4 : La Remontada

4-1 Préalable

4-2 Définition

4-3 Les facteurs principaux de difficultés

PARTIE 5 : La passion du client

5-1 La culture Client

5-1-1 La relation client

5-1-2 Les attentes du client

5-1-3 Les 4 principes de la fidélisation

5-1-4 L'expérience client (les 7 piliers, les 12 contacts et les 4 axes)

5-1-5 La qualité, c'est quoi

5-1-6 Que pensent mes clients, les 3 outils de mesure et d'analyse

5-1-7 Le fichier client

5-1-8 La carte de fidélité

5-1-9 Savoir analyser la data

5-1-10 Reconnaître un nouveau client

5-1-11 La réservation

5-1-12 Innover et (Re) dynamiser

5-2 Le marché « Ne perdons pas de vue que le client a le choix »

5-2-1 Etat des lieux en quelques chiffres *

5-2-2 Les 12 moteurs qui boostent l'évolution de la demande

5-2-3 Globalement le marché était et sera toujours guidé par 12 attentes majeures

5-2-4 La restauration se développe sur des circuits différents en créant de nouvelles concurrences

5-2-5 Qui est le « Consom'Acteur » d'aujourd'hui, quelques contradictions identifiées

5-2-6 Les 8 moments de consommation

5-2-7 Les 4 critères de choix d'un restaurant par le consommateur

5-2-8 Les 38 tendances actuelles et futures que personne ne peut ignorer

5-2-9 Dark kitchen : Stop ou encore !

5-3 Le mix marketing

5-3-1 Définition – les essentiels à savoir

5-3-2 Savoir se positionner : un enjeu majeur

5-3-3 Un concept c'est quoi ? Une idée ne fait pas un concept !

5-3-4 Quelle est la durée de vie d'un concept

5-3-5 Mon resto est une marque

5-3-6 Différencier emplacement et local

5-4 Et maintenant vendre

5-4-1 Les 8 moments de consommation

5-4-2 Fixer ses prix – avez-vous les bons prix ?

5-4-3 Concevoir la carte

5-4-4 Ventes additionnelles, cross selling, up selling

- 5-4-5 Savoir communiquer
- 5-4-6 Comment augmenter le C.A. en 7 actes

5-5 Vous avez dit « irritants » le client gentil

Partie 6 : La passion du résultat

6-1 Je compte donc je suis !

6-2 Gérer c'est prévoir, prévoir c'est gérer

- 6.2.1 La gestion n'est pas la comptabilité !
- 6.2.2 Les Objectifs de toute bonne gestion
- 6.2.3 Les liens entre le marketing, le management et le contrôle de gestion
- 6.2.4 Le contrôle de gestion

6-3 Digital et gestion

6-4 Les 6 actes essentiels de gestion

6-5 La TVA en restauration

6-6 Gestion financière

- 6-6-1 Les ratios clés – les 7 lois de la rentabilité
- 6-6-2 Le mix financier
- 6-6-3 Business plan, de quoi parle-t-on ?
- 6-6-4 Définir ses investissements et son plan de financement
- 6-6-5 Le compte de résultat
- 6-6-6 Le calcul du seuil de rentabilité
- 6-6-7 Le bilan comptable
- 6-6-8 Fonds de roulement et besoin en fonds de roulement
- 6-6-9 La trésorerie
- 6-6-10 Comprendre la notion de débit et crédit en comptabilité

6-7 Gestion opérationnelle

- 6-7-1 Les ratios clés à retenir - Les normes à respecter
- 6-7-2 Le budget annuel : L'acte fondateur du manager
- 6-7-3 Le budget détaillé – Comment le monter
- 6-7-4 Informatique et gestion
- 6-7-5 VISIORENTA : ma méthode de pilotage pour gérer efficace, simple, rapide et en toute sérénité

6-7-6 Gestion des ventes

6-7-7 Gestion des Achats alimentaires

6-7-8 : Gestion des stocks alimentaires

6-7-9 Les Offerts en bar et restauration (source GNI et Journal de l'hôtellerie)

6-7-10 Le coût matière

6-7-11 Menu-Analytic

6-7-12 Analyse du ticket moyen client par la pratique de la tranche de prix

6-7-13 : Gestion des autres achats

6-7-14 Gestion des frais de personnel

6-7-15 Administratif du personnel

6-7-16 Gestion de la trésorerie

6-8 Clôture mensuelle « FIN DE MOIS »

6-9 Comment réussir et optimiser sa gestion. Astuces et bonnes idées

6-10 Ne jetez pas votre bénéfice à la poubelle

6-11 Débusquez et éliminez les 35 raisons possibles d'un coût matière élevé

PARTIE 7 : La passion de l'équipe

7-1 Préambule, rappels et convictions sur la culture équipe

7-2 Le contexte du marché du travail, offre et demande

7-2-1 Au début des années 1980, il y a 40 ans déjà

7-2-2 Ok boomer

7-2-3 Les 9 constats

7-2-4 La restauration et ses avantages

7-2-5 La Restauration : Des clients, des métiers, des équipes et des enjeux

7-2-6 Pendant Covid-19 les salariés ont sifflé la fin du match

7-2-7 Qu'en est-il réellement de l'image de la profession

7-2-8 La pénurie de salariés n'existe pas, il est plus juste de dire qu'il y a pénurie de bons emplois

7-2-9 Les 22 causes principales de la rupture entre employeurs (l'offre) et employés (la demande)

7-2-10 Vous reprendrez bien un peu de civisme

7-3 Avènement des 3 activités de l'Homo Sapiens

7-3-1 La notion de travail

7-3-2 Trois activités équilibrent maintenant l'individu

7-3-3 Le travail vu par un philosophe

7-3-4 L'illusion du bonheur au travail

7-4 Marketing client et marketing salariés, même démarche

7-4-1 Définition

7-4-2 Qui sont mes salariés

7-4-3 Les 5 catégories de salariés

7-4-4 Les attentes des salariés.es Erreur ! Signet non défini.

7-5 Savez-vous parler à l'oreille de vos salariés (comment obtenir et garder une bonne équipe)

7-5-1 Introduction aux bonnes pratiques

7-5-2 Les 3 règles

7-5-3 Les 12 solutions du temps long / Repenser la profession Erreur ! Signet non défini.

7-5-4 Les 7 solutions du temps court / Agir sans attendre

1. Créer sa marque employeur
2. Communiquer la marque employeur
3. Appliquer la pyramide de fidélisation
4. Appliquer les 6 fondamentaux du bien-être
5. Appliquer l'ASP
6. Les 15 leviers du management opérationnel
7. Patrons et managers formez-vous !

7-6 L'art de diriger et manager

7-6-1 La hiérarchie des besoins humains, ou pyramide de Maslow

7-6-2 SONCAS ou les recettes de la motivation

7-6-3 Comprendre l'action de Diriger en 3 exigences et 12 actes

7-6-4 Les entreprises ont besoin d'un chef !

7-6-5 Communiquer entre individus

7-6-6 Quel est votre style de management

- 7-6-7 Le jeu de la comparaison
- 7-6-8 Dix erreurs (pièges) à éviter
- 7-6-9 La technique du Manager Minute
- 7-6-10 Le choix des mots pour éviter bien de maux, petite démo !
- 7-6-11 les 3 manières de dire non à son employé
- 7-6-12 Savoir gérer un conflit client
- 7-6-13 Savoir gérer un conflit entre 2 salariés
- 7-6-14 Les 49 softs skills les plus importants

Epilogue

- 1- Si j'étais (encore) restaurateur**
- 2- Le grand menu de la réussite en 15 services**
- 3- Le pouvoir de la 4ieme clé**

Annexes

- 1- Les 64 obligations, réglementations et formalités**
- 2- Administratif et classement**
- 3- Fiche technique - Un exemple**
- 4- Les 49 softs skills ou compétences comportementales les plus importants**

Merci de votre consultation, meilleurs encouragements dans la gestion et le développement de votre entreprise.

Si vous pensez que je peux vous être utile à l'Optimisation de votre restaurant....

*Ce que j'ai fait et réussi pour d'autres,
je peux le faire pour (et avec) vous !
Alain Cazac*