

# FORMATION

## Optimiser vos ventes en Restauration Rapide

Manuel du Formateur

Version  
Mars 2018



by Elior

**elior**  
*L'appétit du mieux*







Optimiser  
vos ventes  
en Restauration Rapide.

## RESUMÉ



Construction du manuel :

En noir, scénario pédagogique  
**en gras, information clé**  
en marron, note destiné à l'animateur





Durée : 45 minutes



Bonjour à toutes et à tous, et bienvenue à cette formation intitulée : Réussir son service. Cette formation se concentre sur une spécificité liée à votre activité. A votre avis laquelle ? La Restauration Rapide. Notre objectif est qu'à la fin de cette journée de formation nous soyons capable de **décrire les contours de la restauration rapide, et d'appliquer les pratiques permettant d'offrir un service de qualité à nos convives et ainsi optimiser nos ventes.**

Avez-vous des questions par rapport à notre objectif ? **Le formateur écoute et répond aux différentes questions sans jamais anticiper les réponses liés aux programmes de la formation.** Nous sommes ensemble jusqu'à 17h00. (Le formateur vérifie si certains participants auraient des contraintes particulières liés à cet horaire.)

Nous aurons bien sûr des pauses de 15 minutes. Une ce matin, et une cet après-midi. Et une heure pour manger. **Le formateur valide avec les participants l'horaire de repas. Il précise également l'emplacement des commodités et du lieu pour fumer.**

Avant d'aller plus loin je vous propose de partager et de valider ensemble des principes de fonctionnement, des règles du jeu, pour que cette journée soit efficace et pour que nous puissions atteindre notre objectif.

**Au Paper-Board, le formateur DESSINE des règles de vie suivant les apports des participants.** Il s'assure que les règles suivantes soient définies : **Ponctualité, Écoute et partage, poser des questions, confidentialité, et portable en mode vibreur.**

Est-ce que tout le monde est d'accord avec ces règles de vies ? **Le formateur valide avec les participants.**

Je me permets de rajouter une règle de vie. Est ce que cela convient à tout le monde si je vous tutoie ? (**réponse attendue : OUI**) Dans ce cas là je vous demanderai de me tutoyer également. Je récupère donc la TU BOX et la rajoute à nos règles de vie. **Le formateur tient discrètement la carte plastifiée "TU BOX" il mime de l'arracher du tableau de la vidéo projection, TOUT EN APUYANT sur sa télécommande pour avancer à la diapositive suivante.** Cela donne l'impression aux participants que le formateur à comme par magie subtilisé la boîte du diaporama. Il la colle sur le paper board des attentes.

Maintenant que nous avons ensemble fixé nos règles de vies, je vous propose que nous nous présentions. A tour de rôle j'aimerais que vous vous présentiez à l'ensemble du groupe. Dans les informations qui nous interesse, votre prénom, quel est votre site, combien de couverts réaliser vous, ou dans la cadre d'une "cafet" combien de café servez vous, combien de collaborateurs travaillebt avec vous, et enfin quel est votre enseigne de restauration rapide préféré, ou votre type de nourriture de restauration rapide préféré (par exemple pizza, kebab, sushis etc...)

**Le formateur effectue un tour de table et écoute les présentations des participants. Ils n'hésitent pas à poser des questions si la présentation ne rentre pas assez dans les détails. Le formateur se présente à son tour.**

Présentation

Merci à tous, maintenant que nous nous connaissons, je vous propose de découvrir notre programme pour cette journée de formation.

**La revue de presse : Définir les contours de la restauration rapide.**

L'objectif de cette première séquence sera pour vous de mieux comprendre l'histoire de la restauration rapide, quelles en sont les caractéristiques, et de mieux décrire votre restaurant en utilisant les codes de la restauration rapide.

**Concept de la Restauration Rapide chez Elior,**

Nous irons tous ensemble manger au Bonsens, un des concepts de Restauration Rapide proposé par Elior, mais au fur et à mesure de la journée nous évoquerons les autres concepts que notre entreprise propose à ses clients.

**Le merchandising**

Une fois que nous aurons partagés ensemble les attendus autour d'une site de restauration rapide, nous pourrons nous intéresser à comment nous pouvons susciter l'envie du client. C'est la notion de merchandising.

**Les attitudes propices à la vente**

En enfin pour finir, nous parlerons des attitudes, c'est à dire des bons reflexes à adopter envers nos convives, afin de les fidéliser et de s'assurer de leur satisfaction.

Avez vous des questions concernant notre programme ? **Le formateur écoute et répond aux éventuelles questions.** Alors je vous propose de rentrer dnas le vif du sujet en essayant de décrire précisément ce qu'attendent les convives quand ils consomment de la restauration Rapide.



## La revue de Presse

Objectif : Décrire les contours et les principes de la Restauration Rapide.

Je commencerai par une question : Qui parmi vous n'a jamais été client dans une enseigne de restauration Rapide ?

Nous sommes tous client régulier ou avons au moins une fois été client dans un restaurant proposant de la restauration rapide. Vous avez donc déjà une idée plus ou moins précise de ce qu'est la restauration rapide. Quels en sont ses codes, qui en sont les clients et pourquoi y vont ils, quels sont les tarifs etc...

Sur vos sites respectifs vous proposez tous de la restauration rapide. Que ce soit juste des cafés, ou d'une offre de restauration complète. Afin que nous définissions ensemble précisément les contours de la restauration rapide et ainsi soyons capable de mieux répondre aux attentes de nos convives en deuxième partie de journée, je vous propose de vous répartir en trois équipes.

Toutes les équipes auront la responsabilité de réaliser une affiche. Chacune des affiches devra répondre à une ou plusieurs questions.

La première équipe, je vous demande de réaliser une affiche qui répond à la question suivante : **Qui sont les clients de la restauration Rapide ? Et pourquoi ces clients choisissent ils la restauration rapide.** Pour vous aider vous pouvez vous appuyer sur vos connaissances, votre quotidien, mais également sur le livret participant (le formateur indique aux participants les deux pages du livret participants contenant des informations qui permettent de répondre aux questions posées). Il donne aux participants une feuille de paper board et du matériel pour remplir l'affiche (feutres, stabilo, magazines, ciseaux etc ...)

La deuxième équipe, votre affiche devra répondre à la question suivante : **Quelles sont les recettes qui expliquent le succès de la restauration Rapide. Quels types d'ambiances / de services / de prix / de produits...** ? Pour vous aider vous pouvez vous appuyer sur vos connaissances, votre quotidien, mais également sur le livret participant (le formateur indique aux participants les deux pages du livret participants contenant des informations qui permettent de répondre aux questions posées). Il donne aux participants une feuille de paper board et du matériel pour remplir l'affiche (feutres, stabilo, magazines, ciseaux etc ...)

La dernière équipe, votre affiche devra répondre à la question suivante : **Quelles sont les qualités et les compétences nécessaires pour travailler dans la restauration rapide ?** Pour vous aider vous pouvez vous appuyer sur vos connaissances, votre quotidien, mais également sur le livret participant (le formateur indique aux participants les deux pages du livret participants contenant des informations qui permettent de répondre aux questions posées). Il donne aux participants une feuille de paper board et du matériel pour remplir l'affiche (feutres, stabilo, magazines, ciseaux etc ...)

Et pour cet exercice, je vous laisse 25 minutes. N'hésitez pas à solliciter mon aide si besoin.





Bien merci pour votre créativité et votre implication. Le premier groupe vous deviez répondre à la question : Qui sont les clients et pourquoi se dirigent ils vers la restauration rapide ? En gros la restauration rapide : Pourquoi ? pour qui ?

Le formateur demande à un membre du groupe de faire la restitution de leur travail. Le formateur n'hésite pas à poser des questions qui permettent de faire ressurgir le contenu qui suit.



C'est au milieu des années 1980 que la restauration rapide a commencé à sérieusement s'implanter en France. D'abord synonyme de malbouffe pendant des années, elle a dû s'adapter aux évolutions de la société et se diversifier pour répondre aux demandes et envies d'une clientèle toujours plus large.

Aujourd'hui la restauration rapide, est utilisée par tout les publics, jeunes, et anciens, ouvriers, étudiants, ou cadre dirigeant, elle répond à un besoin de rapidité, de convivialité, et de simplicité, s'éloignant du cadre rigide de la restauration traditionnelle.

Aujourd'hui le marché s'est tellement adapté qu'une restauration rapide premium s'est également imposé propant par exemple des burger de qualité, ou des grands classique de la cuisine traditionnelle revisitée.

Aujourd'hui nos convives peuvent plus ou moins régulièrement quitté leur self, pour se diriger vers la restauration rapide, pour enchaîner sur d'autres activités (shopping, réunion, prendre l'air...).

Il était donc important pour nous (Elior) de s'adapter à ce besoin de rapidité et de fluidité de nos convives. De plus, en ouvrant un point de Restauration Rapide à coté de nos self classiques, les chiffres démontrent, que nous ne perdons qu'une partie infime des convives au self, mais par contre nous attirons de nouveaux convives qui ne venaient pas au self habituellement. Cela ne présente donc que des avantages. Avantages pour nous, et pour nos convives/clients.

En tout cas merci pour votre affiche. Avant de passer à l'affiche suivante j'aimerais vous poser une question... **Qu'est ce que la malbouffe ?** Si nous devions donner une définition à ce terme qu'elle serait elle. Les 3 groupes je vous laisse 3-4 minutes pour travailler sur une phrase simple qui définirait la malbouffe.



La malbouffe a longtemps été associée à la restauration rapide nous le disions. La malbouffe peut revêtir deux significations.

La première, des aliments trop gras trop salé et trop sucré associé ensemble dans le même repas. A quel type de repas, de prestations je fais référence en disant ceci ?

Réponse attendue : Nuggets de poulet, hamburger et sauce, frites, soda etc...

Aujourd'hui la malbouffe peut avoir une deuxième définition : **Nourriture de qualité médiocre, produite industriellement.**

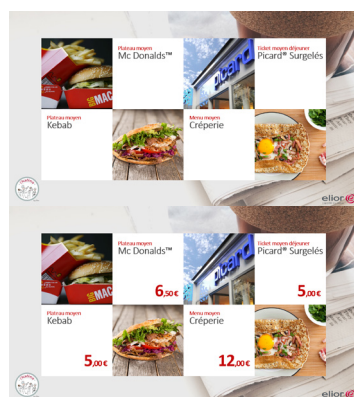
Est ce que cette définition s'applique à votre site ? Le formateur écoute les réponses des participants.

Le marché de la restauration rapide s'est encore une fois, adapté à cette demande de produit sain, et frais, en proposant des produit de qualité, ou bio, ou vegan et ce en tentant de rester dans une gamme de prix réduit.

D'ailleurs en parlant de prix, comment se situe les tarifs des prestations que vous proposez par rapport à ce que nos convives peuvent trouver dans la restauration rapide "commerciale" ?

Pour répondre à cette question nous allons tenter de compléter les informations suivantes. A votre avis, combien coûte un repas moyen au :

Mac Donalds™ - 6,50 Euros  
Picard Surgelés - 5,00 Euros  
Kebab - 5,00 Euros  
Crêperie - 12,00 Euros



**Le troisième groupe, vous deviez répondre à la question quels sont les qualités requises chez un employé de la restauration rapide. On vous écoute.**

**Le formateur demande à un membre du groupe de faire la restitution de leur travail. Le formateur n'hésite pas à poser des questions qui permettent de faire ressurgir le contenu qui suit.**

Travailler en Restauration Rapide présente des différences avec la restauration collective traditionnelle. Nous ne sommes plus affecté à un secteur défini mais sommes amenés à être polyvalent. Cela demande un fort esprit d'équipe. Il faut être réactif et bien maîtriser son environnement pour à la fois gérer les commandes, les produits, les convives et la salle. Cela demande de faire appel autant à des compétences d'accueil, que des compétences logistiques ou même de cuisinier parfois. Il faut également bien maîtriser les règles d'hygiène associée à notre Plan de Maîtrise Sanitaire (PMS) températures des vitrines, durée des refroidissements etc...

**Merci pour votre restitution. Le deuxième groupe vous deviez répondre à Quelles sont les recettes qui expliquent le succès de la restauration Rapide. Quels types d'ambiances / de services / de prix / de produits... ? Nous vous écoutons.**

**Le formateur demande à un membre du groupe de faire la restitution de leur travail. Le formateur n'hésite pas à poser des questions qui permettent de faire ressurgir le contenu qui suit.**

La restauration rapide, s'appuie sur des concepts forts, ou une identité marquée pour attirer les convives et perdurer.

L'identité d'un restaurant rapide s'appuie sur :

- Une identité culinaire : italien, mexicain, japonais, vegan, végétarien, traditionnel etc etc
- Un concept fort : Espace cosy, musical, wifi, sur mesure...
- Des lieux personnalisés et dupliqués si franchise. Décoration identique des Mac Donalds, Starbucks etc etc...

Prenons des exemples. Vous connaissez la chaîne **Starbucks™ Cofee**. Qu'est ce qui vous vient en tête en terme de locaux, de produits, et de concept ?

**Réponse attendue : Des cafés de qualité dans un lieux cosy avec wifi illimité, et des serveurs qui nous appellent par nos prénoms.**

**C'est exactement l'image que l'enseigne souhaite véhiculée : Chaque jour, nous allons travailler avec deux objectifs en tête : partager un café de qualité avec nos amis et participer à rendre le monde un peu meilleur. C'était vrai lorsque le premier Starbucks ouvrit ses portes en 1971 et c'est tout aussi vrai aujourd'hui !**

Prenons un autre exemple avec les restaurants **Burger King®**. Que cela vous évoque t il ?

**Burger gourmand avec viande ou poulet grillés à la flamme. EN AMÉRIQUE, LE BARBECUE JOUIT D'UNE LONGUE TRADITION.**

**La viande 100% pur bœuf et la grillade sur flamme nue font partie de cette tradition à laquelle nous sommes restés fidèles. Depuis 60 ans, tous les burgers sont préparés fraîchement à la main avec les meilleurs ingrédients préparés. Leur goût exceptionnel est le fruit de tant de passion et d'expérience.**

Un dernier exemple pour la route avec le concept **boco®**. Vous ne le connaissez probablement pas. alors au vue de l'image projeté à votre avis quel est le concept ?

**Le formateur aide les participants et écoute leur réponses.**

**boco est une chaîne montée par les frères Ferniot. Leur idées : proposer des recettes réalisés par des chefs étoilés, et les proposer en restauration rapide en les servant dans des boco pour donner le coté simple authentique et familial.**

**"Le rêve ?Celui de deux gamins,Vincent et Simon, les frères Ferniot.Élevés par notre père dans le goût du bien manger, nous avons une obsession aujourd'hui : partager notre idée du bon et du sain avec le plus grand nombre. Avec l'aide des plus grands chefs et chefs pâtisiers, nous avons créé une restauration rapide savoureuse et respectueuse de notre environnement.**

**Nous croyons vraiment que l'on peut se régaler chaque jour sans se ruiner et en se faisant du bien.**

**Merci d'y croire avec nous."**



Est ce que la notion d'identité du restaurant vous parle plus maintenant ? Seriez vous capable de décrire l'identité et le concept de votre restaurant ? C'est ce que nous allons essayer de faire !

Je vais vous laisser 5 minutes, pour trouver des phrases très simple qui répondent aux trois questions suivantes :

- Quel est le concept de votre restaurant ?
- Quel type de cuisine proposez-vous ?
- Par quel type de personnel les convives seront-ils servis ?

Le formateur laisse 5 minutes aux participants pour répondre à ces questions et fait un tour de table pour écouter la restitution.

Super ! Merci à tous ! Maintenant que nous sommes capables de décrire les différents aspects qui composent un site de restauration rapide, je vous propose que nous allions manger.

Nous allons au Bonsens, qui est un concept de restauration rapide Elior. A l'issue du repas, nous visiterons les autres concept présent dans cette tour.

Le formateur se dirige avec les participants au restaurant Bonsens. Il s'assure que les participants aient tous une place assise dans le restaurant.





Merci d'être de retour ! J'espère que vous avez bien mangé et que vous avez apprécié le Bonsens !

Ce matin, nous avons, ensemble, défini les contours de la restauration rapide. Rappelez-moi :

- Qu'est ce que les convives recherchent dans la restauration rapide ?
- Êtes vous d'accord si je vous dis que la restauration rapide, c'est de la malbouffe ?
- Quelles qualités faut il pour travailler sur un site de restauration rapide ?
- Quelles sont les particularités d'un restaurant rapide ?

Il s'agit d'une activité de réactivation. le formateur peut utiliser un jeu si il le souhaite pour réactiver à sa guise le contenu de la matinée de formation.

A midi nous avons donc déjeuner au Bonsens, mais je ne vous ai pas décrits ou expliqué quel en était le concept ! C'est ce que je vais vous demander de retrouver.

J'ai disposé 3 Paper Boards tout autour de la salle, et nous allons reconstituer nos 3 groupes. chaque groupe, placez vous devant une feuille de paper board.

Le premier groupe je vais vous demander de lister sur votre feuille **quelle était l'offre ? (Quels sont les différents produits qui sont proposés ? Quelle est l'identité culinaire ?)**

Le deuxième, **Qu'avez-vous pensé du lieu ? Du mobilier ? De l'ambiance. Qu'avez-vous ressenti ?**

et enfin le troisième : **A quel moment avez-vous interagi avec le personnel ? Que vous a-t-on dit ? Qu'avez-vous ressenti ?**

Je vous laisse 3 minutes !

Il s'agit en fait d'une activité Carroussel. au bout de trois minutes les formateurs font alterner les groupes qui complètent les paper board. Les groupes reviennent ensuite face au premier paper board, et restituent le contenu à l'ensemble des participants.

L'objectif est de décrire le concept de restauration rapide Bonsens.

Le formateur affiche ensuite le descriptif marketing du Bonsens :

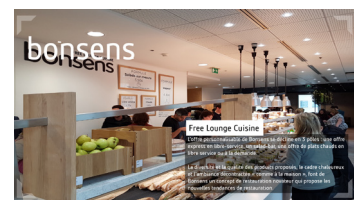
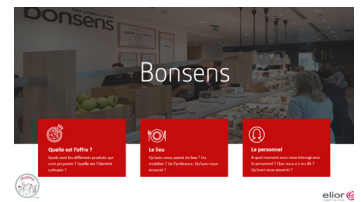
**Bonsens : Free Lounge Cuisine !**

L'offre personnalisable de Bonsens se décline en 3 pôles : une offre express en libre-service, un salad-bar, une offre de plats chauds en libre service ou à la demande.

La diversité et la qualité des produits proposés, le cadre chaleureux et l'ambiance décontractée « comme à la maison », font de Bonsens un concept de restauration novateur qui propose les nouvelles tendances de restauration.

Merci à tous ! Une question pour vous. Qu'avez vous pensé de la présentation des produits ? De leur disposition ?

Tout est fait pour donner l'envie au convive. Pour l'appâter. C'est ce qu'on appelle le merchandising !



## SÉQUENCE 2

### Le Merchandising

Durée : 75 minutes

Objectif : Appliquer les principes du merchandising afin de mettre en valeur sa prestation.



#### DÉFINITIONS

##### Merchandising

Ensemble des techniques assurant la meilleure diffusion commerciale des produits, grâce à une adaptation de ceux-ci, prenant en compte les désirs des acheteurs et différents éléments de stratégie commerciale.



**Facing**  
Possibilité permettant d'influencer la visibilité du produit dans un point de vente et son potentiel d'achat.



**Zoning**  
Quelques règles pour définir un parcours client adapté.

##### Merchandising : Zoning



edior®

Pour mieux comprendre ce qu'est le merchandising et vous familiariser avec son vocabulaire un peu technique, je vous propose de visionner un film.

Je vous demande d'être attentif et de noter tous les termes, « le jargon » faisant référence à cette notion.

A la fin du visionnage, le formateur note au tableau les termes cités par les stagiaires

- Facing (placement des produits dans les rayons)
- Zoning (implantation sur le lieu de vente)
- Mise en valeur des produits par l'éclairage,
- Mise en avant des producteurs locaux (TERRAIN EMOTIONNEL – CŒUR)
- PLV (publicité sur le lieu de vente) totem, présentoir de comptoir
- Démarche catégorielle

En page 16 je vous propose de faire l'exercice qui consiste à relier les termes du merchandising à leur définition. Pour cela vous avez 10 minutes.

Le corrigé est réalisé à l'oral.

Correction de l'exercice :

**Merchandising** : Ensemble des techniques assurant la meilleure diffusion commerciale des produits, grâce à une adaptation de ceux-ci, prenant en compte les désirs des acheteurs et différents éléments de stratégie commerciale.

**Facing** : Procédé permettant d'influencer la visibilité du produit dans un point de vente et son potentiel d'achat

**Zoning** : Quelques règles pour définir un parcours client adapté

**Point de vente** : Lieu de commercialisation de biens et/ou de services. L'abréviation usuelle est « PDV ».

**Implantation** : Il s'agit des choix et actions d'allocation d'espaces et des choix d'emplacements opérés dans un rayon pour chaque produit, famille de produits ou marque.

**Signalétique** : Ensemble des moyens utilisés pour orienter et guider le consommateur.

**Mercuriale** : Liste des produits disponibles ainsi que leur prix

Il n'est bien sûr pas important en soit de retenir tous les termes, ou de maîtriser toutes les différentes techniques du merchandising. Mais comprendre la logique de certaines d'entre elles en d'en appliquer les bonnes pratiques, peuvent nous permettre de faciliter la prise de décision de nos clients, de mettre nos produits en valeurs, et ainsi d'optimiser nos ventes.

Dans vos métiers respectifs, sur quelle technique/définition avez vous une influence directe ?

Le formateur écoute les réponses. réponses attendues : , Facing, Implantation, Zoning et peut être signalétique.

Tout a fait et nous allons ensemble découvrir ces différents aspects partager ensemble sur vos pratiques et voir ensemble les principes de base à respecter.

Tout d'abord, le merchandising est parti et nous sommes tous influencé par lui. La grande distribution est devenue experte du merchandising. Dans un supermarché, rien n'est laissé au hasard. Prenons l'exemple d'un super ou hypermarché que nous fréquentons tous. Voici ici un modèle classique d'implantation. En entrant par l'entrée principale généralement nous tombons sur un espace de produits en promotion. Tous les clients passent par là, et vont être attirés par des signalétiques bien visibles. C'est ce qu'on appelle une zone chaude, une zone où tous les clients sont susceptible de "consommer".

Sur un côté du magasin, vous trouvez tous les rayons spécifiques, tel que le bricolage, l'électroménager, la vaisselle etc etc... Ce sont des zones froides. Où seuls les clients qui ont besoin spécifiques se rendent dans ces rayons.

Au centre du magasin et sur toute la longueur se trouve l'allée centrale. Zone évidemment très chaude puisque c'est dans cette allée que les clients les plus organisés font un aller, mais beaucoup, des aller retours. Cette allée centrale propose de la signalétique à chaque rayon pour orienter les clients. Comme il s'agit d'une zone chaude. Que place t-on tout le long de l'allée centrale ? Des promotions appelés "tête de gondole".

Au fond du magasin ou sur les côtés, on retrouve des rayons très spécifique, tel que la boucherie, le pain etc etc... Tout comme les rayons boissons, alcool qui se trouvent bien souvent à l'extrémité du magasin. Ces rayons attirent les clients jusqu'au bout du magasin. ils sont donc ainsi obligés de passer devant toutes les zones chaudes (les têtes de gondoles).

Il reste une zone "chaude" incontournable dans ces magasins. Un endroit où tous les clients passent... Lequel ? Réponse attendue : Les caisses.

Sur nos sites de restauration rapide, nous pouvons appliquer les mêmes principes, même si le contexte et l'offre est différente. Ainsi nous savons que certains produits attirent les clients tel que les boissons. Placer les boissons au bout du restaurant ou derrière les vendeurs, oblige le convive à parcourir toute l'offre en amont.

Ensuite, ce qui est important en merchandising, c'est le facing et l'implantation des produits.

Aujourd'hui sur vos sites. Qui parmi vous est libre dans la mise en place des produits.

(Le formateur écoute les réponses des participants). Comment faites vous ? (Le formateur écoute les réponses des participants).

Pour répondre à la question, il y a t'il des règles, des principes de base à respecter, je commencerai par une question. Quel est le produit affiché sur cette image. (Le formateur affiche la slide où une canette noire est visible, il écoute les réponses des participants. Réponse attendue : Coca Cola Zéro).

Vous voyez. Sans même que aucune indication ne soit présente, vous avez identifié le produit immédiatement.

Faisons un autre test. Quel produit est suggéré maintenant. Le formateur affiche la slide où seul le volcan de la marque Volvic est visible. Si les participants n'identifient pas le produit, il avance le diaporama pour lancer une animation qui fait apparaître la bouteille. Réponse attendue : Volvic citron. Encore une fois vous avez facilement identifié ce produit. Sans pourtant en être un consommateur régulier. Que devons nous conclure de cet exercice ?

Le formateur écoute les réponses et essaie de faire ressortir le contenu suivant.

Les produits industriels, sont généralement extrêmement bien connus de nos convives, et donc facilement identifiés. Pour les boissons, ils font généralement parti de plateau classique du convive. Il saura les trouver, peu importe où nous les plaçons. Nous n'avons aucun intérêt à les placer à nos meilleures places, bien au contraire. Nous les plaçons aux extrémité du point de vente. En bas ou tout en haut des vitrines. Avez vous des questions à ce sujet ?

Bien ! Tenez vous prêt ! Je vais vous demander, de bien observer sur la prochaine image la salade qui sera affichée. Je vais vous laisser 10 secondes pour que vous me notiez un maximum d'ingrédients qui la compose. Êtes vous prêt ?

Le formateur affiche la slide... et au bout de 10 secondes, ou quand tous les participants sont en train d'écrire, lance l'animation qui transforme la salade en salade de fruit.

Comme vous l'avez constaté, cela demande de la concentration, pour analyser ce genre de produits. Quelle est la recette. Ce produit peut il me faire envie ?

C'est pour cela que pour tous les produits que nous rélaçons, nous faisons en sorte de les palcer au meilleurs emplacement pour réussir à convaincre les convives. ils sont donc placés en centre de vitrine.



Maintenant que vous connaissez quelques règles de facing et de zoning, je vous propose de mettre en application ces notions en réalisant une vitrine.

Le formateur dessine une vitrine au paper board ou sur un tableau. Il donne les étiquettes produits aux participants ainsi que de la "patafix". Il s'assure que les participants arrivent bien à respecter les quelques règles vue précédemment.

Merci pour la réalisations de vos vitrines.

Et si le convive, malgré tous nos efforts en terme de merchandising hésite, qu'est ce qui pourra l'aider à se décider ?

Réponse attendue : nous, les vendeurs...





Le Merchandising

Durée : 75 minutes

Objectif : Développer les attitudes propices à la vente.



Nous allons donc aborder ce sujet qui est le plus important de la journée. Vous allez à nouveau travailler en 2 sous-groupes. J'aimerais que chaque sous-groupe me dise, quel est selon lui le vendeur de restauration rapide idéal ? Celui qui quand il vous sert vous satisfait entièrement par son service ! Je vous laisse 5 minutes pour me dresser son "portrait".

Le formateur laisse 5 minutes aux sous-groupes. Il revient vers eux et note au Paper Board les qualités citées. Il leur demande surtout le pourquoi, telle ou telle qualité est importante à leur yeux. Qu'est ce qu'elle apporte comme avantage en terme de vente.

Le vendeur idéal est, comme vous l'avez donc cité, souriant bien entendu. C'est la base de l'accueil client. Notre interaction avec le client sera rapide et n'oubliez jamais que vous n'aurez généralement pas de deuxième occasion pour faire une bonne impression contrairement à un serveur dans la restauration traditionnelle. Travailler dans la restauration rapide, nécessite une excellente connaissance de ses produits. Cela vous permettra de conseiller les convives rapidement, et ainsi garantir la fluidité du service. Nous avons tous en mémoire au moins une fois où dans un restaurant comme Mc Donalds après 10 minutes d'une attente interminable (où les menus sont affichés face à nous), le client juste devant vous, arrive enfin au comptoir, et répond au serveur... : " Ha non je n'ai pas choisi" !

D'ailleurs en parlant de fluidité, vous connaissez probablement l'adage qui dit, il ne faut pas confondre vitesse et précipitation ! C'est exactement ce qu'il faut appliquer dans nos métiers. C'est en ayant une excellente maîtrise de vos produits, de vos process et de votre offre que vous serez efficace dans votre métier. Si vous commencez à vous dire "Mince, je dois aller vite, il y a beaucoup de monde..." c'est que vous commencez à vous laisser déborder par le stress et vous risquez de négliger certaines étapes pourtant vitales pour le convive, notamment l'accueil ou la présentation, ou encore l'hygiène pendant le service.

Justement en cas de "rush", ne cédez jamais à la panique. Prenez cependant le temps de bien croiser un maximum de regard. Notamment les regards des convives qui vous observent travailler pendant leur attente. Ce regard, bienveillant, permet de les accueillir et leur montrer que vous mettez tout en oeuvre pour écourter leur attente.

