

CATALOGUE FORMATION 2020

1. Formation en Commerce :
Les incontournables du commerce en Boulangerie Pâtisserie
2. Formation en Commerce :
Réussir à améliorer l'expérience client en Boulangerie Pâtisserie
3. Formation en Management :
Les fondamentaux du management en Boulangerie Pâtisserie
4. Formation en Commerce Digital :
Intégrer le commerce digital en Boulangerie Pâtisserie
5. Formation Matières Premières :
Bien valoriser ses Matières Premières en Boulangerie Pâtisserie

Point Important

Formation Artisan Conseil, créé par Estelle LEVY est un organisme de formation Datadocké depuis décembre 2018,

Le coût financier de ces formations peut donc être pris en charge dans le cadre du plan légal de Formation des entreprises.

Une procédure de Certification Qualiopi est en cours pour répondre aux exigences de la réforme de la formation.

FORMATION EN COMMERCE

LES INCONTOURNABLES DU COMMERCE EN BOULANGERIE PATISSERIE

Formation Intra-entreprise **2020**
N° Formation : FORMCOMBP1

Estelle LEVY

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Permettre au(x) participant(s) de disposer des compétences pour :

- trouver les bons leviers commerciaux pour améliorer les ventes dans votre boulangerie
- réussir à faire vivre sa boutique tout au long de la journée
- apprendre les bonnes techniques de vente, adaptées à la Boulangerie / Pâtisserie

COMPETENCES DU FORMATEUR

CV ci-joint

- 7 ans propriétaire d'un Bistro Boulangerie
- 5 ans Maître d'apprentissage de Bac Pro Vente en Boulangerie
- 15 ans cadre commerciale dans l'agro-alimentaire fournisseur de la grande distribution
- Ecole Supérieure de Commerce ISG

PUBLIC

Chef d'entreprise, artisan, conjoint ou salarié, manager de magasin ou équipe de vente d'un commerce de produits alimentaires

CONDITIONS D'ADMISSION

- Avoir au moins 18 ans
- Etre salarié de l'entreprise

DUREE

2 jours (2x7heures)

CONTENU ET DEROULEMENT

- Validation des fondamentaux

- Respect des règles d'hygiène
- Les indispensables de la présentation
- Maintien de la chaîne du froid
- Connaissance des produits

- Apprendre les clefs du commerce de Proximité

- Savoir identifier et définir la clientèle cible de sa boulangerie pâtisserie
- Tirer avantage de ses forces (emplacement, fréquentation...)
- Observer son environnement et son point de vente pour mieux le comprendre (zone chaude de vente, orientation des flux, adapter son offre produit en fonction du moment de la journée...)

- Apprendre à travailler sur les 4 P pour les commerces alimentaires et initier au parcours client

- Le Bon PRODUIT

Adapté à votre clientèle; dont vous maîtrisez la fabrication (choix des Matières Premières, savoir-faire, stock, conservation...), dans les tendances de marché et que vous aimez

- Au Bon PRIX

Celui qui vous génère de la marge et qui est acceptable par le client.

Prix psychologiques, et comment bien fixer son prix de vente

- A la Bonne PLACE

Bien installé dans le magasin (merchandising), dans sa zone de consommation. Où les clients iront spontanément le trouver et qui respecte les règles d'hygiène

- Avec la Bonne PROMOTION

Soit des offres de lancement (dégustation), soit des promotions, soit tout simplement un bon argumentaire de vente (connaissance produit spécifique)

- Maîtriser les 5 phases de la vente en commerce alimentaire

Les 20 premières secondes sont cruciales.

L'accueil est fondamental et les équipes de vente doivent respecter les règles d'hygiène et sécurité alimentaire

- Introduction : Bien accueillir dans une boutique bien achalandée
- Découverte des besoins : Identifier et écouter les besoins du client
- Présentation et argumentation : Règles d'hygiène et argumenter pour valoriser votre savoir-faire (Fait maison avec des ingrédients sélectionnés,...)
- Revente ou vente additionnelle : Proposer des produits complémentaires, et proposer vos nouveautés ou produits du jour (les clefs du succès)
- Conclusion, Vérification et encaissement. Reformuler pour éviter les malentendus

METHODES PEDAGOGIQUES

Echanger avec les participants / stagiaires :

- Faire exprimer au stagiaire sa vision et sa connaissance du commerce alimentaire dans son entreprise via un questionnaire.

- Demander au stagiaire d'identifier les points clés dans son entreprise (produit phare en boulangerie, pâtisserie, viennoiserie, traiteur), les zones chaudes (en fonction des heures de la journée) via un quizz avant et après la formation.

- Se mettre en situation avec les équipes pour prouver l'efficacité de la méthode (montrer l'exemple)

- Mise en application individualisée des techniques de vente adaptées aux personnalités des stagiaires.

- Présentation et remise d'une fiche synthétique avec :

les principaux reflexes commerciaux à connaître pour faire progresser son entreprise (les 4P) et le rappel des différentes phases de la vente en commerce Alimentaire

- Accompagnement et Post-formation : 2 à 4 semaines après la formation, nouvelle prise de contact avec les stagiaires pour connaître les impacts de la formation dans leur quotidien et pour l'entreprise.

FORMATION EN COMMERCE

REUSSIR A AMELIORER L'EXPERIENCE CLIENT EN BOULANGERIE PATISSERIE

Formation Intra-entreprise **2020**
N° Formation : FORMCOMBP1

Estelle LEVY

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Permettre au(x) participant(s) de disposer des compétences pour :

- s'adapter aux nouvelles tendances de consommation en Boulangerie / Pâtisserie
- construire un parcours client adapté à leur boulangerie (démarche merchandising)
- réussir à définir un discours client qui correspond à leur Boulangerie / Pâtisserie

COMPETENCES DU FORMATEUR

CV ci-joint

- 7 ans propriétaire d'un Bistro Boulangerie
- 5 ans Maître d'apprentissage de Bac Pro Vente en Boulangerie
- 15 ans cadre commerciale dans l'agro-alimentaire fournisseur de la grande distribution
- Ecole Supérieure de Commerce ISG

PUBLIC

Chef d'entreprise, artisan, conjoint ou salarié, manager de magasin ou équipe de vente d'un commerce de produits alimentaires

CONDITIONS D'ADMISSION

- Avoir au moins 18 ans
- Etre salarié de l'entreprise

DUREE

2 jours (2x7heures)

CONTENU ET DEROULEMENT

- Les nouvelles tendances de consommation

- Végétarien, Végan, Flexitarien
- Local, bio, circuits courts
- Les influences religieuses : hallal, casher, cêreme...

- Initiation au Parcours client

- Bien gérer son image digitale : Réseaux sociaux, site internet
- Penser aux messages visibles depuis l'extérieur du magasin
- Observer son environnement et son point de vente pour améliorer le parcours client (orientation des flux, zone chaude de vente, adapter son offre produit en fonction du moment de la journée...)

- Maîtriser les 5 phases de la vente en commerce alimentaire

Les 20 premières secondes sont cruciales

L'accueil est fondamental et les équipes de vente doivent respecter les règles d'hygiène et sécurité alimentaire

- Introduction : Bien accueillir dans une boutique bien achalandée
- Découverte des besoins : Identifier et écouter les besoins du client
- Présentation et argumentation : Règles d'hygiène et argumenter pour valoriser votre savoir-faire (Fait maison avec des ingrédients sélectionnés,...)
- Revente ou vente additionnelle : Proposer des produits complémentaires, et proposer vos nouveautés ou produits du jour (les clefs du succès)
- Conclusion, Vérification et encaissement. Reformuler pour éviter les malentendus

- Apprendre à devenir vendeur conseil et non serveur

- Bien connaître les produits de sa boulangerie (farines, procédé de fabrication, accords mets / pains)
- Maîtriser le Story Telling de la boulangerie
- Gestion de l'espace : Aller à la rencontre des clients, sortir de derrière les comptoirs pour changer la relation client.

METHODES PEDAGOGIQUES

Echanger avec les participants / stagiaires :

- Faire exprimer au stagiaire sa vision et sa connaissance du commerce alimentaire dans son entreprise via un questionnaire.
- Demander au stagiaire d'identifier les points clés dans son entreprise (produit phare en boulangerie, pâtisserie, viennoiserie, traiteur), les zones chaudes (en fonction des heures de la journée) via un quizz avant et après la formation.
- Se mettre en situation avec les équipes pour prouver l'efficacité de la méthode (montrer l'exemple)
- Mise en application individualisée des techniques de vente adaptées aux personnalités des stagiaires.

- Présentation et remise d'une fiche synthétique avec :

Les tendances de consommations, les axes de développement et le rappel des différentes phases de la vente en commerce Alimentaire

- Accompagnement et Post-formation : 2 à 4 semaines après la formation, nouvelle prise de contact avec les stagiaires pour connaître les impacts de la formation dans leur quotidien et pour l'entreprise.

FORMATION EN MANAGEMENT

LES FONDAMENTAUX DU MANAGEMENT EN BOULANGERIE PÂTISSERIE

Formation Intra-entreprise 2020

Estelle LEVY

N° Formation : FORMMANABP1

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Permettre au(x) participant(s) de disposer des compétences pour :

- Connaître les enjeux du management en boulangerie pâtisserie
- Trouver les bons leviers pour manager les équipes de vente et/ou de production en boulangerie pâtisserie
- Savoir planifier et déléguer pour faire progresser son équipe
- Réussir à se motiver soi-même pour entraîner son équipe

COMPETENCES DU FORMATEUR

CV ci-joint

- 7 ans propriétaire d'un Bistro Boulangerie
- 5 ans Maître d'apprentissage de Bac Pro Vente en Boulangerie
- 15 ans cadre commerciale dans l'agro-alimentaire fournisseur de la grande distribution
- Ecole Supérieure de Commerce ISG

PUBLIC

Chef d'entreprise, artisan, conjoint ou salarié, manager de magasin et manager adjoint ou vendeur ou responsable de production d'un commerce de produits alimentaires

CONDITIONS D'ADMISSION

- Avoir au moins 18 ans
- Etre salarié de l'entreprise

DUREE

2 jours (2x7heures)

CONTENU ET DEROULEMENT

- L'objectif du manager : Motiver les équipes pour qu'elles avancent en suivant le cap stratégique de l'entreprise

- Savoir recruter ses collaborateurs : quel profil pour quel poste en boulangerie pâtisserie ?
- Savoir organiser les plannings pour gagner en efficacité : anticiper les pics d'activité (service du déjeuner, rush du pain le soir)
- Réussir à déléguer et entraîner
- Etre Légitime pour être écouté

- Les Moyens dont il dispose

- Définir des indicateurs de pilotage : panier moyen, Chiffre d’Affaires, taux de casse, assiduité
- L’organisation : trouver une organisation qui vous convienne, en fonction de vos compétences : qui fait quoi et quand ?
- Motiver les équipes : Entraîner tout en tenant compte des profils de vos équipes
- Savoir former ses collaborateurs : connaissance de l’univers de la boulangerie pâtisserie, maîtrise des techniques de vente en boulangerie pâtisserie
- Savoir sanctionner pour gagner en légitimité

- Réussir à s’auto-motiver et à communiquer

- Apprendre à se connaître soi-même.
- Trouver ses propres motivations (son entreprise, ses clients, ses produits de boulangerie pâtisserie) pour garder une attitude positive
- Gérer sa communication :
 - savoir quand et comment faire passer ses messages positifs ou négatifs
 - faire passer un objectif : nouveau produit, volume saisonnier

METHODES PEDAGOGIQUES

Echanger avec les participants / stagiaires :

- Faire exprimer au stagiaire sa vision et sa connaissance du management en boulangerie pâtisserie via un questionnaire.

- Demander au stagiaire d’identifier des points clés de son activité de manager et sa vision du son métier via un quizz avant et après la formation.

- Mise en application individualisée des techniques de recrutement et management en boulangerie pâtisserie adaptées aux personnalités des stagiaires.

- Présentation et remise d’une fiche synthétique avec :

Les bases du recrutement et l’organisation d’une journée type en Boulangerie Pâtisserie ainsi que le rappel des différentes phases de la vente en commerce Alimentaire

- Accompagnement et Post-formation : 2 à 4 semaines après la formation, nouvelle prise de contact avec les stagiaires pour connaître les impacts de la formation dans leur quotidien et pour l’entreprise.

FORMATION EN COMMERCE DIGITAL

INTEGRER LE COMMERCE DIGITAL EN BOULANGERIE PÂTISSERIE

Formation Intra-entreprise 2020

Estelle LEVY

N° Formation : FORMDIGIBP1

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Permettre au(x) participant(s) de disposer des compétences pour :

- Comprendre les enjeux du commerce digital
- Connaître les différents types de services offerts par le commerce digital
 - pour se faire connaître
 - pour vendre ses services
- Savoir adapter son organisation à ses nouveaux services digitaux

COMPETENCES DU FORMATEUR

CV ci-joint

- 7 ans propriétaire d'un Bistro Boulangerie qui avait franchi le pas du commerce digital
- 5 ans Maître d'apprentissage de Bac Pro Vente en Boulangerie
- 15 ans cadre commerciale dans l'agro-alimentaire fournisseur de la grande distribution
- Ecole Supérieure de Commerce ISG

PUBLIC

Chef d'entreprise, artisan, conjoint ou salarié, manager de magasin et manager adjoint ou vendeur ou responsable de production d'un commerce de produits alimentaires

CONDITIONS D'ADMISSION

- Avoir au moins 18 ans
- Etre salarié de l'entreprise

DUREE

2 jours (2x7heures)

CONTENU ET DEROULEMENT

- Définir le commerce digital

En faire un atout en terme d'image et de ventes complémentaires

- Former les stagiaires aux différents types de services offerts par le commerce digital

- La communication digitale pour se faire connaître (Facebook, Instagram...)
- Le Click and Collect pour réduire les files d'attentes : principe et exemples
- La livraison de repas pour gagner des clients : principe et exemples
- La sous-traitance d'activité de traiteur ; snacking, pour des start up : principe et exemples.

- Les avantages et inconvénients du commerce digital

- Bien définir ses prix de ventes en tenant compte des frais
- Augmenter son chiffre d'affaire
- Ne pas se mettre en situation de dépendance économique

- Apprendre à adapter son organisation à ces nouveaux clients digitaux

- Apprendre à bien gérer sa vitrine virtuelle.
- Organiser en interne la fabrication et la distribution des commandes
- Apprendre à gérer ses priorités entre les clients physiques et les clients virtuels

METHODES PEDAGOGIQUES

Echanger avec les participants / stagiaires :

- Faire exprimer au stagiaire sa vision et sa connaissance générale du commerce digital en boulangerie pâtisserie via un questionnaire.
- Demander au stagiaire d'identifier des situations concrètes liées au commerce digital via un quizz avant et après la formation.
- Mise en application adaptée aux personnalités des stagiaires pour définir l'organisation et les techniques à appliquer pour réussir l'intégration du commerce digital en boulangerie pâtisserie

- Présentation et remise d'une fiche synthétique avec :

Les différents types de commerce digital et les techniques à appliquer pour réussir l'intégration du commerce digital en boulangerie pâtisserie.

- Accompagnement et Post-formation : 2 à 4 semaines après la formation, nouvelle prise de contact avec les stagiaires pour connaître les impacts de la formation dans leur quotidien et pour l'entreprise.

FORMATION MATIERES PREMIERES

BIEN VALORISER SES MATIERES PREMIERES EN BOULANGERIE PATISSERIE

Formation Intra-entreprise 2020

Estelle LEVY

N° Formation : FORMMAT1BP1

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Permettre au(x) participant(s) de disposer des compétences pour :

- Construire les argumentaires pour valoriser ses produits et la sélection de ses Matières Premières : farine et autres produits (différentes qualités de fromages, produits de la mer, ingrédients de pâtisserie) et Farines (sans gluten, Allergènes)
- Adapter son offre de produits au positionnement de sa Boulangerie Pâtisserie
- Etre initié au calcul du coût de revient pour mieux gérer sa Boulangerie Pâtisserie

COMPETENCES DU FORMATEUR

CV ci-joint

- 7 ans propriétaire d'un Bistro Boulangerie
- 5 ans Maître d'apprentissage de Bac Pro Vente en Boulangerie
- 15 ans cadre commerciale dans l'agro-alimentaire fournisseur de la grande distribution
- Ecole Supérieure de Commerce ISG

PUBLIC

Chef d'entreprise, artisan, conjoint ou salarié, manager de magasin et manager adjoint ou vendeur ou responsable de production d'un commerce de produits alimentaires

CONDITIONS D'ADMISSION

- Avoir au moins 18 ans
- Etre salarié de l'entreprise

DUREE

2 jours (2x7heures)

CONTENU ET DEROULEMENT

- Les nouvelles tendances de consommation

- Végétarien, Végan, Flexitarien
- Local, bio, et circuits courts
- Les influences religieuses : hallal, casher, cêreme...

- Enseigner les arguments pour répondre aux clients sur les différentes farines

- Farine de Blé : tradition, bio, complète
- Autres farines : seigle, Kamut, orge
- Farines sans gluten : maïs, châtaigne, quinoa...

- Enseigner les critères pour choisir ses Matières Premières autres que Farine

- Lire un code emballer
- Critères de sélection de fromages et produits laitiers : AOP, Lait cru, Origine, beurre
- Critères de sélection de produits de la mer : Saumon fumé, thon, surimi, crevettes...
- Critères de sélection de fruits et légumes (en fonction des saisons)
- Critères de sélection des produits de pâtisserie : amandes, sucres, fruits secs, vanille, arômes...

- Valoriser les sélections de Matières Premières de son entreprise pour mieux vendre :

- Savoir choisir en fonction des saisons : fruits et légumes, fromages...
- Savoir valoriser les produits locaux : bilan carbone, travail local...
- Accessibilité prix et rapport qualité/prix.

- Les bases du calcul des Coûts de Revient pour piloter ses prix de vente et sa gestion des stocks :

- Composition d'un coût de revient : Matières Premières, Main d'œuvre, Coûts fixes
- Comment fixer un prix de vente
- La méthode des coefficients en Boulangerie – Pâtisserie
- Bien gérer ses stocks pour faire des économies.

METHODES PEDAGOGIQUES

Echanger avec les participants / stagiaires :

- Faire exprimer au stagiaire sa connaissance des matières premières utilisées en boulangerie pâtisserie et savoir s'il en parle à ses clients via un questionnaire.

- Demander au stagiaire d'identifier des points clés de la sélection des matières premières et des nouvelles tendances de consommation via un quizz avant et après la formation.

- Mise en application individualisée des techniques de choix des matières premières et de calcul des coûts de revient en boulangerie pâtisserie adaptées aux personnalités des stagiaires.

- Présentation et remise d'une fiche synthétique sur :

Les nouvelles tendances de consommation, différentes farines et les attentes des clients (via les 4P des Millénium) en Boulangerie Pâtisserie

- Accompagnement et Post-formation : 2 à 4 semaines après la formation, nouvelle prise de contact avec les stagiaires pour connaître les impacts de la formation dans leur quotidien et pour l'entreprise.