

CONCEVOIR UNE OFFRE DE VENTE A EMPORTER PERFORMANTE

Durée	14 heures, soit 2 jours	Tarif	INTER : 840 € HT /pers INTRA : 3600 €HT /groupe
Public visé	Toute personne amenée à concevoir, organiser ou gérer une activité de vente à emporter au sein d'un établissement de restauration	Pré-requis	Maîtrise de la langue française Avoir suivi les formations GBPH, Fiches techniques et Communication digitale, ou équivalent Connaissance de l'environnement d'un logiciel tableur
Lieu Modalité	<input type="checkbox"/> ASFOREST <input type="checkbox"/> en entreprise <input checked="" type="checkbox"/> présentiel	Dates	Voir catalogue

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, vous serez apte à concevoir une offre de vente à emporter (VAE) cohérente, rentable et alignée sur les besoins de votre clientèle et élaborer une carte adaptée, rentable et conforme aux exigences d'hygiène et de durabilité.

Vous serez capable d'organiser et piloter efficacement une activité de vente à emporter intégrée à votre production et à votre service, structurer la production, la logistique et les circuits de livraison pour garantir la qualité du service, choisir et gérer les bons outils numériques et partenaires commerciaux pour développer l'activité, et mettre en place une communication cohérente et fidéliser la clientèle à travers une expérience fluide et qualitative.

CONTENU DU PROGRAMME

Test de positionnement : évaluation des connaissances et compétences en amont de la formation.

1- Concevoir une offre de vente à emporter attractive et rentable (3h30 – 2 séquences)

- Identifier les besoins et attentes de la clientèle selon le type d'établissement et la zone de chalandise
- Choisir les produits adaptés à la Vente à emporter (VAE) : tenue, coût, attractivité, saisonnalité
- Déterminer les prix de vente et les marges en fonction des coûts de revient et des objectifs commerciaux
- Intégrer les contraintes réglementaires, d'hygiène et d'écoresponsabilité dans la conception de l'offre

2- Organiser la production et la logistique du service (3h30 – 2 séquences)

- Adapter l'organisation du travail pour intégrer la VAE sans perturber le service sur place
- Choisir les emballages et conditionnements en conciliant praticité, image de marque et durabilité
- Mettre en place un circuit fluide de préparation, stockage et remise des commandes
- Garantir la qualité sensorielle et visuelle du produit jusqu'à la remise au client

3- Sélectionner et piloter ses canaux de vente et partenaires (3h30 – 2 séquences)

- Identifier les différents canaux de commercialisation : click & collect, livraison interne, plateformes externes
- Évaluer les conditions, coûts et commissions des solutions partenaires
- Sélectionner les outils numériques adaptés (gestion des commandes, paiement, suivi)
- Piloter les performances et rentabiliser la distribution multicanale

4- Promouvoir et fidéliser la clientèle de la vente à emporter (3h30 – 2 séquences)

- Définir une stratégie de communication cohérente entre supports physiques et digitaux
- Valoriser les produits phares, les offres saisonnières et les nouveautés
- Assurer un accueil client fluide, un service attentionné et une gestion efficace des retours
- Mettre en place des actions de fidélisation et suivre les indicateurs de performance de l'activité

Evaluation finale : évaluation de l'acquisition de l'ensemble des connaissances et compétences du parcours.

TOURISME / HOTELS / RESTAURANTS / CAFES / TRAITEURS / RETAIL

SEQUENÇAGE

- **Séquence 1 (1h30) Enjeux et conception de l'offre** [présentiel] : Cette séquence débute sur une immersion dans le monde de la vente à emporter, avec le formateur qui revient sur le test de positionnement et expose les enjeux d'une offre rentable et alignée sur la clientèle cible. Les participants identifient les tendances de consommation (qualité, rapidité, durabilité) et analysent leur potentiel marché. Le formateur illustre l'importance du positionnement produit-prix et guide les échanges autour de la cohérence entre offre, identité de l'établissement et attentes client. Des exemples concrets (snacking haut de gamme, bistronomie, street-food) sont analysés collectivement. Le formateur évalue l'acquisition des connaissances par un questionnement direct.
- **Séquence 2 (2h) Élaboration de la carte et calcul des marges** [présentiel] : Cette séquence s'appuie sur des études de cas et des exercices d'application. Les participants sélectionnent des plats de leur carte et réalisent les calculs de coût matière, prix de vente et marge via des modèles de fiches techniques. Le formateur présente les critères de choix : tenue du produit, attractivité, valeur perçue et rentabilité. L'accent est mis sur l'équilibre entre qualité, prix et faisabilité technique. Les participants formulent une première ébauche de carte de vente à emporter et comparent les impacts économiques. Des modèles de fiches de calcul et de coût de revient sont remis. Le formateur évalue l'acquisition des compétences à travers les productions des participants.
- **Séquence 3 (1h30) Organisation de la production et des flux** [présentiel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments du précédent module et une séance de questions/réponses. Le formateur présente les principes d'une production fluide intégrant la vente à emporter sans perturber le service sur place. Les participants identifient les ajustements nécessaires en matière de planning, zones de préparation, coordination entre cuisine et service. À partir de plans d'organisation type, les participants élaborent un schéma de flux adapté à leur établissement. Le formateur met l'accent sur la marche en avant, la sécurité alimentaire et la rapidité de traitement. Les productions des participants permettent au formateur d'évaluer l'acquisition des compétences.
- **Séquence 4 (2h) Emballages, qualité et durabilité** [présentiel] : Cette séquence s'appuie sur des démonstrations et comparaisons d'emballages. Le formateur présente les différents types de contenants selon les produits (chaud, froid, humide, fragile) et leurs critères : conservation, présentation, impact environnemental, coût. Les participants analysent la praticité et la durabilité de plusieurs emballages et identifient les fournisseurs adaptés à leur positionnement. L'accent est mis sur la cohérence entre expérience client et démarche écoresponsable. Des fiches outils (fournisseurs, grilles de choix, comparatifs...) sont remis. Une restitution collective et un questionnement interactif permettent d'évaluer l'acquisition des compétences.
- **Séquence 5 (1h30) Canaux de vente et solutions numériques** [présentiel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments du précédent module et une séance de questions/réponses. Le formateur réalise un tour d'horizon des modes de vente actuels : click & collect, livraison interne, partenariats externes. Il présente les avantages et limites de chaque modèle selon la taille et la stratégie de l'établissement. Les participants analysent leurs capacités internes (moyens humains, logistiques, techniques) et définissent le canal le plus pertinent. À partir d'exemples concrets, ils construisent un parcours client digital simple et fluide. Des fiches comparatives de solutions numériques et des check-lists de mise en place sont remises. L'analyse commentée des canaux de vente choisis par les participants permettent au formateur d'évaluer leur progression.
- **Séquence 6 (2h) Sélection et gestion des partenaires** [présentiel] : Cette séquence s'appuie sur des cas réels de partenariats avec des plateformes et prestataires. Le formateur guide les participants dans l'analyse des conditions commerciales : taux de commission, délais, image de marque, support client. Les participants comparent plusieurs offres (Uber Eats, Deliveroo, sans plateforme...) et élaborent une grille de choix rationnelle. L'accent est mis sur la négociation équilibrée et la maîtrise de la rentabilité. Des modèles de fiches partenaires et de suivi de performance sont transmis. Le formateur évalue l'acquisition des compétences avec les productions des participants.
- **Séquence 7 (1h30) Communication et expérience client** [présentiel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments du précédent module et une séance de questions/réponses. Le formateur anime un échange collectif sur les leviers de différenciation et introduit les principes d'une communication cohérente et multicanale : affichage, réseaux sociaux, plateformes partenaires, bouche-à-oreille. Les participants conçoivent un support de communication (post, flyer, message client) en cohérence avec leur identité visuelle et leur offre. Des jeux de rôle permettent de s'exercer à la gestion du contact client lors du retrait de commande. Des fiches outils (bonnes pratiques, synthèse...) sont remises. Une restitution collective et les feedbacks du formateur permettent aux participants d'évaluer leur progression et l'acquisition des compétences.
- **Séquence 8 (2h) Suivi d'activité et fidélisation client** [présentiel] : Le formateur présente les indicateurs de suivi : panier moyen, fréquence d'achat, taux de satisfaction, rentabilité. Les participants construisent un

tableau de bord de suivi mensuel et définissent des actions correctives. Un cas fil rouge permet d'intégrer l'ensemble des apprentissages : de la conception de l'offre à la fidélisation client. Le formateur guide la formalisation d'un plan d'action individuel pour la mise en œuvre. Une évaluation finale permet d'évaluer les éléments de la séquence et l'acquisition des compétences du parcours.

En présentiel, des temps de pause réguliers sont aménagés entre les séquences et en fonction des activités pédagogiques. Ces temps de récupération favorisent l'assimilation des connaissances, le maintien de la concentration, la convivialité entre participants et la qualité globale des apprentissages.

METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES MOBILISES

- **Méthodes pédagogiques variées** : alternance d'approches expositive, interrogative et active favorisant l'engagement, la créativité et la mémorisation. Les participants expérimentent des modalités adaptées à différents styles d'apprentissage : apports théoriques, travaux de groupe, études de cas, jeux de rôle, ateliers pratiques, discussions dirigées, apprentissage par projet, démonstrations, brainstorming, feedback et évaluations formatives.
- **Supports et ressources pédagogiques** : mise à disposition de ressources diversifiées pour créer un environnement d'apprentissage riche et stimulant : présentations, tableaux blancs, affiches, graphiques, fiches de travail, études de cas, supports imprimés et numériques, vidéos, quiz interactifs, sondages, applications web, plateformes d'apprentissage et équipements techniques adaptés (ordinateur, vidéoprojecteur, logiciels dédiés).
Les séquences pratiques sont réalisées avec le matériel professionnel adapté aux exercices pédagogiques.
- **Accompagnement et assistance pédagogiques** : animation de l'ensemble des séquences par un formateur référent garantissant le suivi du groupe et l'adaptation aux besoins individuels. L'accompagnement comprend l'accueil et la mise en confiance, l'encadrement des activités, la gestion des dynamiques de groupe, les feedbacks réguliers et le suivi post-formation favorisant la transposition des acquis en situation de travail.

MODALITES TECHNIQUES ET D'ACCES

- **Modalités d'accès et d'accompagnement** : Les participants peuvent s'inscrire auprès de nos équipes dans la limite des places disponibles, jusqu'à la veille de la session. L'employeur veille à respecter les éventuels délais imposés par un financeur tiers. L'assistance technique et administrative est assurée par nos équipes avant, pendant et après la formation : conventions, convocations, règlement intérieur, accueil, suivi administratif et financier, délivrance des attestations, traitement des réclamations... Nos équipes sont joignables du lundi au vendredi de 9h à 18h au 01 42 96 09 27 ou par mail asforest@asforest.com. En cas d'indisponibilité, une réponse est apportée sous 48h ouvrés.
- **Lieux et moyens techniques mis à disposition** : Les espaces de formation ASFOREST, équipés d'écrans, tableaux, ordinateurs, accès Internet et outils numériques, offrent des conditions optimales d'apprentissage et d'échanges.
 - Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de notre politique accessibilité, nous invitons tout participant à nous informer en amont de toute situation de handicap ou besoin d'adaptation afin de prévoir les aménagements nécessaires, en lien avec notre référent handicap.
 - En cas de formation organisée hors du centre (en entreprise), ASFOREST s'assure en amont que les conditions matérielles et techniques sont adaptées au bon déroulement de la session. Cette vérification est réalisée en lien avec le lieu d'accueil, qui met à disposition les moyens nécessaires à la réalisation des activités prévues.

MODALITES D'EVALUATION ET SUIVI DE L'ACTION

Evaluations pédagogiques : Partie intégrante du parcours de formation, leurs coûts sont inclus dans le tarif global.

- **Positionnement** : évaluation initiale pour identifier le niveau de maîtrise du stagiaire, ses besoins et ses attentes afin d'adapter le parcours et, le cas échéant, de proposer un accompagnement individualisé.
- **Continue** : évaluations formatives pour vérifier la compréhension, l'assimilation et la mise en œuvre progressive des compétences. Ces temps d'échanges et de feedback favorisent l'ancrage des apprentissages.
- **Finale** : évaluation sommative pour mesurer l'atteinte des objectifs pédagogiques et valider les compétences acquises. Elle peut également servir à définir, le cas échéant, un plan de consolidation post-formation.

Suivi post-formation :

- À l'issue du parcours, chaque stagiaire reçoit une attestation de fin de formation précisant la durée, les objectifs visés et leur niveau d'atteinte évalué en fin de formation. Un certificat de réalisation est transmis au financeur et à l'employeur, en justification de la réalisation effective de l'action. Un relevé de présence peut être remis sur demande, à titre d'information complémentaire sur l'assiduité des participants.
- Une enquête de satisfaction est réalisée auprès des participants (à chaud à la fin de la formation, puis à froid trois mois après) ainsi qu'auprès des employeurs. Ces retours permettent d'évaluer la satisfaction, la transférabilité des acquis en situation de travail et la contribution de la formation à la montée en compétences.

mise à jour : 15/06/2026