

**Gestion d'un Hôtel / d'un Restaurant - Perfectionnement**

Objectifs : <ul style="list-style-type: none">• Définir les principaux termes utilisés dans le domaine de la gestion. Identifier les informations fournies dans les documents comptables. Définir les équilibres fondamentaux nécessaires à la gestion de l'Hôtel et du Restaurant. Apprécier l'impact d'une décision sur la situation financière des centres de profit. Mettre en place des tableaux de gestion personnalisés.• Identifier et décrire les aspects légaux reliés aux activités hôtelières. Analyser la législation régissant la production de l'industrie de l'alimentation et en dégager les implications pour l'hôtellerie et la restauration. Décrire le contexte des relations de travail et les lois et règlements y afférant.• Savoir analyser les atouts et les faiblesses d'un établissement hôtelier. Décider des actions commerciales à entreprendre.	<u>Personnes concernées :</u> Toute personne souhaitant créer ou reprendre une entreprise hôtelière. Pré requis : Notions de gestion.
PROGRAMME	PEDAGOGIE
<p>✚ Gestion financière (2 Journées)</p> <p>✓ Présentation des documents financiers</p> <ul style="list-style-type: none">✚ Importance des différents documents : les documents financiers obligatoires, les reportings✚ Les principaux postes du bilan : l'actif et le passif✚ Les différents postes du compte de résultat : les charges et les produits <p>○ Analyse de la structure financière et de l'activité</p> <ul style="list-style-type: none">✚ L'équilibre fondamental du bilan : le fonds de roulement, le besoin en fonds de roulement et la trésorerie✚ L'analyse du compte de résultat : les soldes intermédiaires de gestion et le cash-flow✚ Les principaux ratios <p>○ La gestion budgétaire</p> <ul style="list-style-type: none">✚ Les notions de base<ul style="list-style-type: none">❖ les charges fixes et les charges variables❖ les coûts complets❖ le calcul d'un coût de revient✚ La démarche budgétaire<ul style="list-style-type: none">❖ les différents budgets : ventes, production, achats, personnel, investissements❖ les centres de profit, les centres de coûts <p>✚ Droit et environnement hôtelier (1 Journée)</p> <p>○ Environnement hôtelier</p> <ul style="list-style-type: none">✚ Le parc hôtelier au niveau national et international✚ Les autres formes d'hébergement et leur classification <p>○ La réglementation hôtelière</p> <ul style="list-style-type: none">✚ Lois relatives à l'activité hôtelière <p>○ Législation du travail</p> <ul style="list-style-type: none">✚ Théorie générale des contrats✚ Le contrat individuel de travail✚ Les relations de travail✚ Aspect constitutionnel des relations de travail✚ Le salarié au sein du code de travail	<p>Le Formateur Spécialiste de la Gestion hôtelière, de la gestion financière, du droit hôtelier et de la gestion commerciale.</p> <p>Moyens et pédagogie La démarche consiste à réaliser des apports techniques pour une meilleure compréhension des enjeux de la fonction. Des travaux individuels seront demandés pour une adaptation des contenus de la formation aux réalités des participants. Application de la démarche et des concepts à des études de cas concrets. Apports théoriques et analyse de documents internes. Mises en situation.</p> <p>Intra entreprise Lieu de Formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Tarif inter par personne</p> <p>5 jours</p> <p>2 490 €</p> <p>Réf : HR109</p>

- + L'accréditation
- + La négociation collective
- + La grève et le lock-out
- + La convention collective
- + Les griefs
- + Étude et analyse des lois diverses se référant au secteur du travail

Gestion commerciale et marketing (2 Journées)

○ Analyse de l'existant

■ Le produit que j'envisage de reprendre

- + Atouts de l'établissement : situation géographique, personnel, chiffre d'affaires, qualité de la clientèle, bâtiment correct, possibilités d'extension, piscine, jardin.....
- + Faiblesses de l'établissement : situation géographique, personnel à former, chiffre d'affaires en baisse, bâtiment vétuste, pas de possibilités d'extension, pas de piscine, pas de jardin, beaucoup de travaux à envisager,...

Peut-il fonctionner dans de bonnes conditions tout de suite ?

■ Les chiffres-clés de l'établissement

- + Bilan de CA sur les 5 dernières années : en déclin, en stagnation, en évolution ?
- + Si restaurant, quel est le ticket-moyen ? les produits les plus consommés ?
- + Le prix moyen de la chambre ? le taux d'occupation ?
- + Quels sont les pics de fréquentation, la saisonnalité ?
- + Bilan de la clientèle ? qui est-elle, d'où vient-elle ? ...
- + Y a-t-il un fichier commercial ? bien tenu ?
- + Concurrence : comment l'établissement se situe-t-il par rapport aux concurrents, par rapport à la fréquentation touristique de la ville, de la station ?

L'établissement a-t-il le vent en poupe ?

■ Les éléments qualitatifs

- + Que dit le livre d'or ? y a-t-il eu enquête de satisfaction ?
- + Comment la clientèle connaît-elle l'établissement ?
- + L'hôtel a-t-il bonne réputation ?
- + Y a-t-il un bon chef de cuisine ? est-il réputé ?
- + L'ancien propriétaire –le vendeur- avait-il de bonnes relations avec le club hôtelier, les institutionnels (Office de tourisme, CCI, Mairie) ?
- + Que disent les guides ? les fournisseurs ?

Bonne ou mauvaise réputation ?

○ Diagnostic et Stratégie

■ Le diagnostic du bilan précédent et les questions à se poser

- + Quelles sont les cibles de clientèle que je souhaite développer ? où ?
- + Les clients actuels sont-ils satisfaits ? comment améliorer mes prestations ?
- + Dois-je créer de nouveaux produits ? (excursions, sauna, animations..)
- + Mes prix sont-ils assez (trop) élevés ?
- + Dois-je changer ma carte de restaurant ?
- + Mon (futur) personnel est-il à la hauteur ? dois-je le former ?
- + Puis-je améliorer la fréquentation de façon plus régulière ?

Mon produit est-il à la hauteur de mes ambitions ?

■ Les réflexions stratégiques

Suis-je vraiment fait pour ce métier ?

Est-ce que j'en ai mesuré les contraintes ?

- + Indépendance, réseau volontaire, franchise ?
 - ❖ définition de chacun des termes
 - ❖ avantages et inconvénients de chacun

- ❖ actions à mener
- + Anticiper la gestion au quotidien
 - ❖ relation avec les fournisseurs (ceux de mon prédécesseur, d'autres ?)
 - ❖ management du personnel, recrutement (des fiches de postes ont-elles été créées ?)
 - ❖ est-ce que je connais la réglementation, les contrôles techniques obligatoires ?
 - ❖ vais-je faire appel à des solutions externalisées pour l'entretien du linge ?
 - ❖ en cas de travaux, comment optimiser l'exploitation malgré tout ?
- + Approche et définition du marketing
 - ❖ construire une « offre » (l'hôtel/restaurant et ses produits)
 - ❖ compte tenu de la demande clients (attentes, comportements) et de l'offre (concurrence)
 - ❖ des moyens dont on dispose (budget, travaux)
 - ❖ dans un cadre politique donné (conjoncture)

○ **L'action commerciale**

■ **Le mix marketing**

- + définir mon produit : amélioration, transformation..., produit standard, luxe..
- + politique tarifaire, promotions, calendriers haute et basse saison
- + les canaux de « distribution » à envisager : vente directe, Internet, action commerciale de proximité, éloignée

■ **Le plan d'action commerciale**

- + Les outils de vente : Internet, brochure, book technique
- + Les arguments à exploiter
- + Le fichier clients : segmenter sa clientèle
- + Se donner des objectifs précis (chiffrés, datés)
- + Rv commercial
- + Négociation avec TO et autocaristes (allottements, délais de rétrocession)
- + Management des « ouvertures de disponibilité » sur l'Internet

■ **Le calendrier et l'organisation commerciale**

- + Les événements locaux à exploiter
- + Les délais de commercialisation
- + Votre propre calendrier à bâtir
- + Déterminer des zones de prospection et de chalandise

■ **La communication commerciale**

- + Achats d'espace publicitaire
- + Promotion, sponsoring, partenariats
- + Etre dans les guides

■ **Actions complémentaires**

- + Exposer dans des salons
- + Participer à des « workshops »
- + Etre membre de clubs professionnels
- + Relations publiques et presse : construire un bon relationnel avec divers prescripteurs (réseaux, OTSI, CCI)

■ **Le suivi commercial**

- + Mesure des résultats obtenus
- + Fidélisation de la clientèle
- + Stratégie et prospective