|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Compétence | Activité  professionnelle | Contenu | Limite des connaissances | Semaine |
| Animer une équipe | Appropriation d’une attitude et d’un comportement professionnels | Les attitudes et comportements professionnels  La préséance | Les attitudes et comportements caractéristiques du secteur professionnel  Les différentes règles de préséance les plus usuelles : femmes/hommes, V.I.P., âge, hiérarchie ou titre, … | 1 |
| Réaliser la mise en place | Organisation, réalisation et contrôle de la mise en place  Entretien des locaux et des matériels | Les locaux  L’entretien des locaux | L’identification et la situation des différents locaux et services  Les plans  Les « bonnes pratiques d’hygiène » : les protocoles de décontamination (petits matériels, planches, matières premières, poste(s) de travail)  Les points de contrôle  La protection des locaux contre les nuisibles | 2 |
| Organisation, la réalisation et le contrôle de la mise en place | Le mobilier, le matériel, le linge | L’identification des différents mobiliers, matériel et des différentes pièces de linge | 3 |
| Les autres bons  Les produits d’entretien | Les bons d’économat, de lingerie, de cave,….  L’utilisation appropriée des produits d’entretien,  L’application des protocoles de nettoyage et du guide des bonnes pratiques | 4 |
| Animer une équipe | Inscription (ou inscription du personnel sous sa responsabilité) dans un principe de formation continue tout au long de la vie | Les documents de formation | Le livret de suivi de formation, les documents de liaison | 5 |
| Recenser les besoins d’approvisionnement | Détermination des besoins en consommables et petits matériels en fonction de l’activité prévue | Les approvisionnements en restauration | Les quantités repères (pour une personne)  Les équivalences poids / pièce |
| Servir des mets et des boissons | Service des mets | Les règles de service | Les différentes techniques de services  L’adéquation des techniques de service avec le type de prestation à assurer, du mets à servir  Les règles de préséance | 6 |
| Marge de travail | | | | 7 |
| 8 |
| Servir des mets et des boissons | Service des boissons | Les règles de service | La présentation et le service des boissons : panier, seau, carafe,…  Les températures de service  Les dosages | 9 |
| Entretenir des relations professionnelles | Communication avant le service avec les personnels | Les personnels de l’entreprise | La structure des différentes équipes : brigade de restaurant et de cuisine, autres services,… | 10 |
| Communication en situation de service avec les personnels  Communication avant le service avec les personnels  Communication en situation de service avec les personnels | Les bons de commande | La maîtrise des différents moyens de prise de commande et de transmission | 11 |
| Les annonces | L’adéquation entre les annonces et les demandes faites | 12 |
| Les différents services  Les moyens de transmission manuels et informatisés | Les organigrammes  La notion de relation hiérarchique et fonctionnelle  L’adéquation entre les annonces et les demandes faites | 13 |
| Prendre en charge la clientèle | Conseil à la clientèle  Proposition d’une argumentation commerciale | Le vocabulaire professionnel  L’argumentaire de vente | La connaissance des appellations culinaires  L’utilisation d’un argumentaire commercial adapté | 14 |
| Vendre des prestations | Prise de commande | Les moyens utilisés pour prendre une commande  Le contrôle | Les différents outils : les bons de commande papier, les bons électroniques,…  La conformité de la commande avec la demande du client : mets, appoints de cuisson, temps de préparation,… | 15 |
| Mise en œuvre des techniques de vente des mets et des boissons | Les techniques de vente | La mise en confiance du client : l’attention portée au client, sa prise en charge,…  La chronologie de l’acte de vente, les différentes phases de l’accueil à la prise de congé (utilisation de fiches standards de procédure commerciale de chaînes de restauration,…) | 16 |
| Prendre en charge la clientèle | Gestion des réservations individuelles et de groupe | La relation avec les différents services de l’entreprise | L’utilisation du vocabulaire professionnel  Les méthodes de vente directe et indirecte |
| Prendre en charge la clientèle | Accueil de la clientèle  Recueil des besoins et des attentes de la clientèle | Les règles de savoir-vivre et de savoir être  Les méthodes d’accueil et de communication | La maîtrise des règles de politesse dans le langage et le comportement | 17 |
| La typologie de la clientèle  Les types de repas | L’adéquation entre la demande exprimée et la proposition faite | 18 |
| Gestion des réclamations et des objections éventuelles | Le vocabulaire professionnel  L’énumération des cas les plus courants | La définition d’une réclamation et d’une objection  Recensement des cas les plus courants et apport de mesures correctives | 19 |
| Marge de travail | | | | 20 |
| 21 |
| 22 |
| 23 |
| 24 |
| Contrôler les mouvements de stocks | Réalisation des opérations de déconditionnement  Réalisation des opérations de conditionnement | Le conditionnement, le déconditionnement | Les procédures de conditionnement et de déconditionnement  Le protocole de décongélation  Le protocole de refroidissement et de conservation  Les étiquetages et la traçabilité | 25 |
| Stockage des produits | Les opérations de stockage | Les grandes familles de produits par zones de stockage  Les températures réglementaires de stockage  Les points critiques du stockage (rangement, ergonomie, …)  La durée de vie des produits (DLC, DLUO, produits entamés, …) |
| Réception et contrôle des produits livrés (sur un plan quantitatif et qualitatif) | Les éléments de contrôle à la réception | Les critères qualitatifs et quantitatifs  Les outils de contrôle et de suivi  Les procédures de refus, le traitement des anomalies | 26 |
| Vendre des prestations | Facturation et encaissement | Les moyens de paiements  La remise de caisse | Les différents moyens de paiements : espèces, chèques, cartes bancaires, tickets restaurant, débiteurs divers,…  Les différents bordereaux |
| La main courante | La main courante manuelle et informatisée | 27 |
| Prendre en charge la clientèle | Présentation des supports de vente | Choix du support en fonction du concept de restauration :  matériaux, couleur, style d’écriture | L’identification des différents supports | 28 |
| L’adéquation du support avec le concept de restauration | 29 |
| Vendre des prestations | Mise en œuvre des techniques de vente des mets et des boissons | Les supports de vente | L’utilisation des autres supports de vente : l’ardoise, le chevalet, le set de table, la borne de commande…) | 30 |
| Prendre en charge la clientèle | Gestion des réservations individuelles et de groupe | Les procédures de prise de réservation  Les références culturelles, religieuses,… | L’identification des différents plannings à partir de documents professionnels  Les us et coutumes de la clientèle française et étrangère | 31 |
| Mesure de la satisfaction du client et la fidélisation de la clientèle  Prise de congé du client | Les moyens de fidélisation de la clientèle  Les règles de savoir-vivre et de savoir-être | Les moyens de fidélisation : cartes de fidélité, mailings, site internet, …  Les règles de politesse dans le langage et le comportement | 32 |

Remarque : 7 semaines ne sont pas programmées afin de laisser une marge de travail.