



Retrouver et protéger sa rentabilité en 2024

'dans un monde commercial devenu fou!!!!'

Dijon

Le 10 avril 2024

Mais tout va bien, pas de nuages à l'horizon!!!



- 26% des français sont partis en vacances à la Toussaint, dont 86% d'entre eux ont séjourné en France
 - + 3,2% de fréquentation en 3^{ème} trimestre par rapport à 2019
 - Le T.O. est stable à Paris (77,5%) et en hausse dans les Alpes (+4% pour se situer à 53%)
 - Prix moyen 106,50€ (+20,9%)
 - Revpar +12,9%
- retour de belles **activités** pour le système écotouristique qui est, tant en matière de fréquentation que de dépenses, très dynamique.”*



Pas de nuages à l'horizon, suite



- L'Association des Maîtres Restaurateurs lundi 9 octobre 2023
- *"25% considèrent que la saison estivale était très mauvaise*
- *Le recrutement est mauvais pour 50% des sondés*
- *Le taux d'apprentissage est passé de 79% en 2022 à 50% en 2023*
- *38% se déclarent pessimistes pour leur rentabilité (11% en 2022)*
- *50% sont prêts à vendre"*
- Une série d'obstacles contre laquelle il faudrait trouver des solutions, des espaces
- **Et pour vous aujourd'hui**

La réalité du terrain !!!



- Le quotidien de la plupart vous.....
- faces à des dangers convergents

Priver de solutions étatiques,
pragmatiques et simples

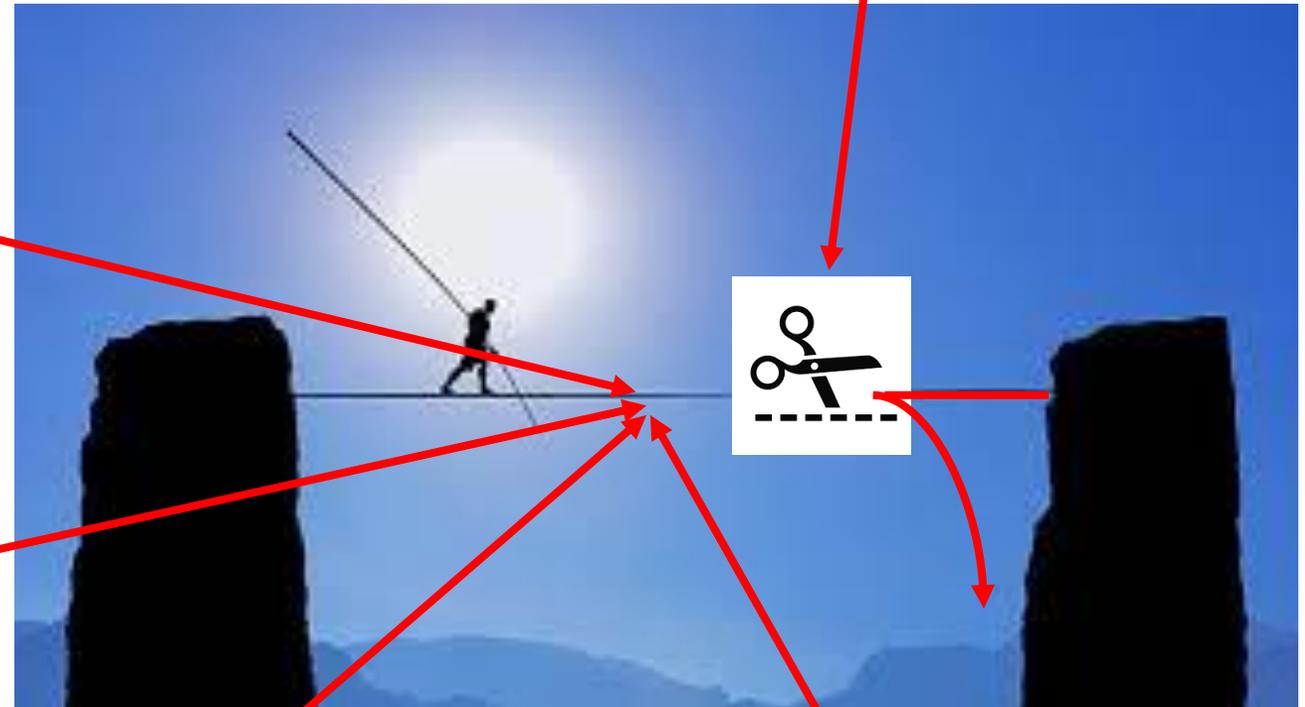
Oppresser par l'inflation des coûts des
matières premières, avec toujours
l'envie de garder la qualité

Balloter par la pénurie d'employés
compétents où le coût salarial explose,
mais où l'envie de satisfaire ses clients
est toujours là

Miner par toutes les autres charges de
fonctionnement, avec l'incertitude de
ne pas voir la fin des hausses

User par les tsunormis

Mais qui dit problèmes, dit
SOLUTIONS !!!!!!!



Quelles solutions : Les 3 acteurs ??

- L'Etat



Qui vous a aidé pendant le Covid et qui devrait favoriser le travail dans l'avenir!!!!

- L'U.M.I.H.

Le lien entre vous-même et l'Etat, dont la force ne peut venir que du nombre important d'adhérents



- Vous les exploitants

- En première ligne faces aux problèmes quotidiens



Les 2 solutions sur le terrain

- Être rempli

Le marketing



- Être rentable

La gestion



En combinant ces deux éléments interdépendants.



L'un AVEC l'autre, surtout pas l'un SANS l'autre

La rentabilité par le marketing

(la gestion n'est rien s'il n'y a pas de clients, le premier ingrédient)



La première réalité de l'entreprise, la réalité la plus cruelle
Les éléments d'exploitation qui vous coûtent le plus depuis toujours??

* Les chaises vides



Qui ne sont pas toujours vides par hasard, rarement remplis par chance.

*Si votre client potentiel ou historique est chez le concurrent, ce n'est pas la faute
du concurrent,
c'est même possible que cela soit grâce lui, ou à cause, de VOUS*

- LA conjoncture' ne devrait pas être la préoccupation, car vous ne pouvez pas l'influencer mais.....



-VOTRE PROPRE CONJONCTURE' devrait être votre obsession!



- Car **CHAQUE** client, **CHAQUE €** de C.A. vont baisser proportionnellement :
 - Le % coût salarial
 - Le % des charges fixes de fonctionnement



- Mais comment favoriser sa propre conjoncture ??



Comment rapidement influencer sur votre conjoncture



- **Être courageux** : Un audit n'est pas un jugement
- **Être volontaire** : Posséder la volonté de vous améliorer vous-même
- **Être déterminé** : Avoir l'envie d'améliorer votre produit tous les jours
- **Être dynamique** : Provoquer le remplissage de votre établissement
- Être capable de provoquer et profiter d'une vraie fidélité infectieuse



La fidélité

- La fidélité ne vient pas d'une carte !!!!!
- Elle vient de la performance (qui s'ennuie, fuit!!!!!!)
- Si le client vient chez vous uniquement parce qu'il possède une carte de fidélité, vous avez un problème dans votre produit
- Si le client vient chez vous malgré le fait que vous n'acceptez pas sa carte de fidélité, vous proposez certainement un produit de qualité
- Si le client vient, et pour votre qualité, et vous acceptez sa carte, c'est un bonus réciproque
- Et le bonus se chiffre à combien ??





Quand si peu, peut faire autant 2 couverts de plus par service :

- Ticket moyen : 25€ TTC.
- Marge brute à 70% :
- Nombre de service : 500
- Gain en marge brute : 15,9 k€

Des montants qui
pourraient sauver VOTRE
entreprise

Mais comment faire??

Deux mots clés



Qualité* : **La réponse la plus exacte possible à la demande** =

Votre obligation : De proposer ce qui souhaite le client et non pas l'inverse

La qualité se résume à une bouteille d'eau en plastique

Luxe* : **Le choix**

Votre challenge : enlever le choix du client en 'l'obligeant' à venir chez-vous, à travers votre qualité permanente et incitante



Le détail fait monter la qualité



Le niveau ne dépassera jamais le point faible le plus bas

Le remplissage



- Par l'accueil (A bras ouvert)
- Par le produit (Soyez différent et bons)
- Par les prix (Vos prix devraient provoquer le remplissage et non payer financer le vide)
- Par le packaging (Soignez le confort global)
- Par l'évolution (Evitez l'infidélité)
- Par des promotions (Les couverts + et les chambres + provoqués en périodes calmes)
- Par la visibilité électronique (Eye level is buy level) (Emplacement, emplacement, emplacement)



Une gestion plus rigoureuse

MARGE OU CREVE



L'inflation des coûts matières

Les coûts salariaux qui augmentent

Les autres frais qui s'échappent
inexorablement



- **Des solutions structurelles**
 - Ingénierie (fiches techniques)
 - Benchmarking / sourcing
- **Des solutions opérationnelles**
 - Mieux contrôler les livraisons des marchandises
 - Soigner le stockage (DLC / températures)
 - Respecter la transformation prévue (Portions / doses)
 - Eviter des erreurs de facturation (oublis)
 - Décourager le vol

Une augmentation des prix :

Trop souvent : simpliste et dangereux

A envisager que quand les autres solutions sont initiées et leur efficacité confirmée, sinon, une fuite en avant.

(attention de ne pas devenir trop cher, car votre C.A. ne servirait que de financer le vide)

Les coûts salariaux qui s'envolent



- **Des solutions structurelles**
 - Outillage
 - Procédures de fonctionnement
 - Formation du personnel
 - Un man management pour garder les salariés
 - Des systèmes de primes étendus (attention aux critères)
- **Des solutions opérationnelles**
 - Optimisation des heures / jours d'ouverture
 - Optimisation des heures de présence
 - Un remplissage accru
 - **Une augmentation des prix de vente**



*Aujourd'hui vous payez la rareté, au lieu de rémunérer les compétences.
Demain vous risquerez non seulement la rareté de candidats, mais également une disparition terminale des compétences*

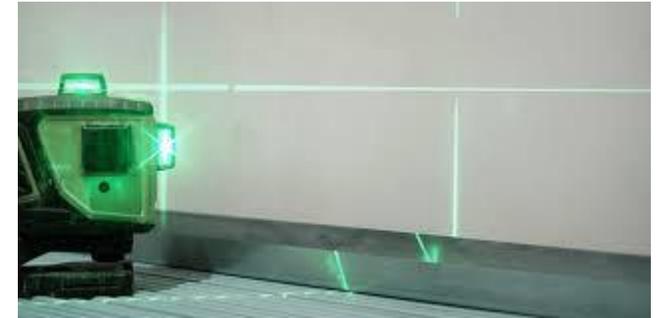
Les autres frais qui augmentent



- Toutes les autres charges
 - De l'électricité jusqu'aux abonnements en passant pas les honoraires
- Des solutions structurelles
 - Des procédures de fonctionnement
 - Des périodes d'ouverture optimisées
 - Une approche budgétaire
- Des solutions opérationnelles
 - Un remplissage accru
 - Une guerre constante contre le gaspillage avec formation / information pour le personnel
- Une augmentation des prix de vente

Pour l'ensemble des coûts

- Un suivi motivé, adapté et maintenu de la performance
 - Un guidage laser par tableau de bord
 - Coûts
 - Marges
 - Dérives
- Des ajustements permanents
 - L'ajustement n'est pas un aveu d'échec
 - L'ajustement est un travail d'un chef d'entreprise (*Un patron tolère et subit, un chef d'entreprise décide et assume*)



Conclusions



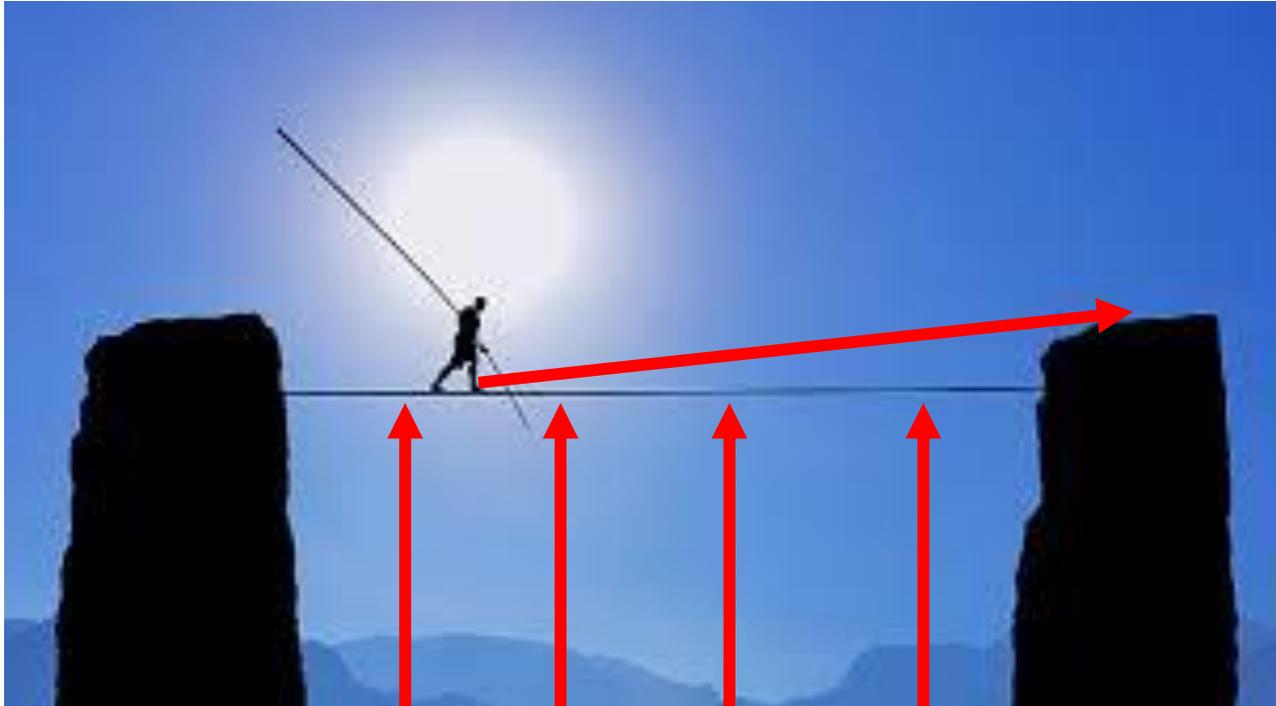
- La création de la marge, quoique peut-être difficile, est vitale
 - L'amélioration de la marge existante est possible
 - La pérennisation de la marge essentielle dictera le devenir de votre entreprise

 - La marge est un cocktail de trois 'ingrédients' interdépendants
 - Le marketing
 - La gestion
 - Le bon sens
- A vous de les shaker
- VOUS devez créer VOTRE conjoncture par VOTRE dynamisme, VOS compétences, VOTRE capacité visionnaire.

Conclusions



- L'U.M.I.H. est là pour aider les 'funambules'



L'U.M.I.H., peut vous orienter, ensuite c'est à vous de créer votre conjoncture

2024 devrait être une opportunité pour vous et non pas un problème

N'ayez pas peur car la peur est une réaction.....
.....pendant que

.....Le **COURAGE** est une décision!!