

# BAR & RESTAURANT MANAGER – START UP

Per chi vuole aprire un nuovo locale

## MISSION

Fornire una road map logica delle procedure strategiche: i passaggi per aprire un'attività nel settore Ho.re.ca che abbia possibilità di raggiungere il successo. Progetto Imprenditoriale: Descrizione della propria idea imprenditoriale seguendo l'ordine logico di costruzione procedure /autorizzazioni burocratiche di Legge: corsi obbligatori per coordinare i lavori, attivare nei tempi e nei modi le attività, limitare i ritardi, non incorrere in multe e divieti di apertura.

Destinatari	Aspiranti imprenditori Talenti che vogliono far carriera come Bar Manager o F&B Manager
Requisiti	Buona abilità utilizzo Excel - Word
Modalità	Corso Frontale oppure Online
Durata	16 ore in 2 giorni Orari: 9 -13 / 14 -18
Prezzi	On line €1.300 +IVA Frontali €2.100 + IVA max 2 persone
Servizi Inclusi	2 ore online di personal coaching con il docente su qualsiasi tema

Materiali didattici	n° 5 Dispense
Riconoscimenti	Attestato di Partecipazione
Scarica il pdf con il programma	

## Programma

### Fase 1 - Ideare

- Idea imprenditoriale
  - Come/perché è nata l'Idea: dove, gli spunti, la spinta, l'ispirazione
  - Come trasformare un'idea in una meta
- Progetto imprenditoriale: Road map dei capitoli che creeranno il primo documento progettuale
  - Vision: Quale è la visione del progetto e cosa vuole essere
  - Mission: Quale è la Mission del progetto e come consegue la Vision, i mezzi
  - Brand identity & comunicazione
    - Brand Identity
    - I Marchi identificativi
    - Comunicazione
      - Online
        - Sito web
        - Social network (Facebook, Instagram)
        - Piano editoriale della comunicazione e campagne
      - Offline
        - Pianificazione delle attività di comunicazione
        - Comunicazione esterna: insegne brand, cartelli
      - Public Relation
        - Calendario delle attività per i clienti

- Target analisi di mercato su esigenze di consumo
  - Profilo dei clienti e bisogni/esigenze da soddisfare
  - Bacino di utenza nel raggio di azione (segmentato per Unit di riferimento):
    - Popolazione presente segmentata per tipologia e quantità
    - Età, Ceto sociale
- Potere di spesa del cliente

## Fase 2 – Progettare

- Business unit: segmentazione delle unità produttive che porteranno business all'impresa
- Mix merceologico: servizi offerti food, beverage, commercio prodotti (conto terzi, a marchio)
- Core-business: quali prodotti creano il maggior flusso economico di vendita
- Scenario di mercato: best competitor (1^ livello)
  - Analisi sui best competitor nel bacino di utenza
  - Fattori Chiave: Punti di forza e Punti di debolezza
- Location (es.: posizionamento, caratteristiche del locale, viabilità, accessibilità, parcheggi, etc.)
- Menu/prodotti in vendita: varietà, prezzi applicati, qualità, servizi attivati (es: Delivery, Take away, etc.)
- Personale/Risorse Umane (es.: preparazione professionale, accoglienza)
- Organizzazione tecnica (es.: ambiente, comodità, comfort, efficienza dei reparti, etc.)

## Fase 3 – Strategia

- I fattori chiave differenzianti: location, prodotti, servizi
  - Liv.1: Differenzianti/Distintivi
  - Liv.2: Sopra la media
  - Liv.3: Requisiti minimi
  - Liv.4: Sotto la media

## Fase 4 - Organizzare

- Slow point & peak point: I flussi di frequenza delle Business Unit
- Layout del locale, riorganizzazione dei reparti
  - Orienting delle strutture
  - Crowd Control (gestione dei flussi)
  - Dimensionamento aree:
    - Work Area & Consolle di lavoro
    - Aree Business di 1<sup>^</sup>, 2<sup>^</sup>, 3<sup>^</sup> Livello (organizzazione degli spazi destinati ai clienti)
    - Aree di servizio (sosta, wc, etc.)
  - Visual merchandising - l'esposizione, le vetrine di vendita
  - I supporti alla vendita
    - Comunicazione interna, Corridoio della comunicazione, Coni ottici: brand e prodotti in vendita
    - Visual merchandising nelle Aree Business e Work area
    - Visual merchandising nelle Aree di sosta
    - Comunicazione esterna: insegne brand, vetrine, cartelli
- Gestione del magazzino (Management Storehouse)
  - Il magazzino norme fiscali e sanitarie
  - La gestione logistica ed economica
  - Divisione fra Food e Non Food
  - Lunga conservazione, bassa conservazione, prodotti deperibili
  - Il sistema di governo
  - Punto di riordino (rottura di stock)
  - Fasi del servizio acquisto e controlli: qualità, quantità e specificità
- Forniture - ricerca e selezione
  - Materie prime
  - Prodotti di consumo (non food & beverage)
  - Servizi digitali (informatica, casse, sistemi digitali, etc.)
  - Servizi Consulenze
  - Rapporti commerciali: criteri

- Manutenzioni (Ordinarie – Straordinarie)

## **Fase 5 – Crescere: gestire sé stessi e gli altri**

- Time management
  - Dev-T (Cicli Aperti fattori Endogeni/Esogeni)
  - Organizzazione del Tempo /Banca del Tempo
  - 4 Quadranti (gestione delle scale dei Valori e del tempo)
  - Foglio dei cicli

# **ABSTRACT /CENNI DI ARGOMENTI MANAGERIALI**

## **Fase 6 – Pianificare**

- Piano economico finanziario:
  - Centri di Ricavi
  - Centri di Costo
  - Costi Nascosti

## **Fase 7 – Vendere**

- Menu Engineering
- I range costi e profitti da applicare
- Drink/food cost & profit
- KPI (Key Performance Indicator)

## **Fase 8 – Risorse umane**

- Organizzazione e gestione risorse umane
- Scopri il tuo team
- Toni emozionali
- Stili di leadership

## Moduli aggiuntivi dedicati alle Start Up

- Gestione Imprenditoriale
  - Tipologie di imprese (Individuali e Collettive): caratteristiche e responsabilità
  - Struttura giuridica di gestione: tipo di società di gestione (Srl, Snc, Sas, etc.) entità percentuali fra i soci
  - Profilo dei Soci: competenze, esperienze, formazione, attitudini, incarichi attivi di gestione, specifica
  - Numero soci previsti (prestatori d'opera e/o di capitali) disponibilità operativa di ogni Socio a prestare opera
- Asset Imprenditoriale
  - Prima verifica di massima su copertura finanziaria, fonti di approvvigionamento (Soci, finanziarie, banche, enti, soci di capitale, etc.)
  - Rapporti con gli istituti di credito
- Vademecum formalità amministrative
  - Tipi di esercizi Autorizzazioni A-B-D
  - Contratti di affitto, agibilità, destinazione d'uso, etc.
  - Pratiche comunali, licenze e permessi
  - Pratiche ASL
  - Costituzione della Società di Gestione
  - Contratti Utenze (Acqua, Gas, Energia Elettrica, Telefoni)
  - Assicurazione RCT - Furti, etc
  - Iscrizione Associazioni di categoria (CCIAA, Fipe, Cna, etc)
  - Contratti con Tv Satellitare
  - Contratti con SIAE
  - Concessioni speciali (Tabacchi, Lotterie, etc.)
- Location
  - Città, quartiere dove si intende aprire il locale
  - Tipo di immobile, posizionamento, caratteristiche
- Format & concept del locale

- Tipologia: diurno, diurno lungo, serale, stagionale, annuale bBar caffetteria, bar serale, ristorante, trattoria, pizzeria, bistrot, etc.)
- Stile/mood del locale, design, arredi (orientamento dello stile: classico, green, vintage, etc.)
- Nome del locale: genesi del nome, a cosa è collegato/significato
- Layout del locale, organizzazione dei reparti
  - Orienting delle strutture
  - Dimensionamento aree:
    - Work Area & Consolle di lavoro (Main Bar, Cucina, Laboratori, Banchi di servizio ed espositivi)
    - Aree Business di 1^, 2^,3^ Livello (Organizzazione degli spazi destinati ai clienti)
    - Aree di servizio (sosta, wc, etc.)
    - Reparti di retroguardia (stoccaggio merci/magazzini prodotti alimentari e di consumo, reparti tecnologici)
  - Calcolo capacità produttiva/ricettiva in fase Peak Point delle diverse aree e nelle diverse Business Unit
- Cronoprogramma delle azioni pre-apertura
  - Risorse Umane
  - Fornitori
  - Organizzazione tecnica dei reparti
  - Comunicazione
  - Apertura
- Vademecum apertura dallo stress test all'apertura
  - Comunicazione
    - Campagna di lancio
    - Inviti
    - PR
  - Operatività
    - Stoccaggio merci
    - Posizionamento merci ai reparti
    - Set Up del locale

- Stress Test
  - Prove Tecniche (verifiche di funzionalità tecnica)
  - Prove Servizio (verifiche di efficienza e coordinamento delle risorse umane)
    - 1^ Opzione:
      - Serata pre-inaugurale con clienti selezionati e a numero controllato (efficienza tecnica e di servizio)
      - Debrief della serata
      - Fermo riorganizzativo
      - Riapertura serata inaugurale ufficiale
    - 2^ Opzione:
      - Periodo apertura pre-inaugurale senza comunicazione ufficiale
      - Debrief del periodo di stress test pre-apertura
      - Apertura e inaugurazione ufficiale