



I Nostri Corsi

SH
Education
& Consulting

ABC - Corso Bartender Base



Durata & Orari

6 gg - 42 h
10:00-13:00/14:00-18:00

Caratteristiche

Teorico/pratico

Requisiti di accesso:

Nessuno

Riconoscimenti

Attestato di frequenza

DESCRIZIONE

Il bartender secondo la personale interpretazione di **Federico Tomasselli**.

Il corso intende fornire ai partecipanti strumenti e tecniche per interpretare e presidiare con successo il ruolo del bartender in chiave contemporanea. È fortemente indirizzato a coloro che intendono iniziare questa professione o che hanno iniziato da poco a lavorare nella Bar Industry.

www.sviluppohoreca.it

PROGRAMMA

Di seguito una parte del programma, tra aneddoti da bar e tecniche di miscelazione.

Distillati, liquori e vini speciali: il loro utilizzo nella miscelazione dei cocktail.

- **Bicchieri**
- **Unità di misurazione ML vs CL**
- **Free Pouring e l'utilizzo del Jigger**
- **Bar Equipment Pratica banco bar ad ogni lezione.**

La figura del Bartender ed i cenni storici sulla nascita della miscelazione.

- **Il ghiaccio**
- **I cocktail**
- **Bar Set Up**
- **Garnish**

Il corso "ABC - Corso Bartender Base" prevede la pratica banco bar ad ogni lezione.

Per consentire ai partecipanti di mettere in pratica quanto appreso in aula, sarà possibile svolgere brevi stage operativi durante gli eventi che si terranno nella sede di Roma di **Sviluppo Horeca**.

L'ISCRIZIONE AL CORSO COMPRENDE:

- Welcome Kit;
- Una visita guidata presso la fabbrica della Pallini Spa di Roma, storica azienda romana produttrice di spirits.

Per maggiori info:
mail:
consulting@sviluppohoreca.it
tel: +39 348 390 7113

SH
Education
& Consulting

SWF - Smart Working Flair: Corso in Tecniche di Lavoro e Manualità.



Durata & Orari

5 gg - 20 h
10.30 - 14.30

Caratteristiche

Teorico/pratico

Requisiti di accesso:

Nessuno

Riconoscimenti

Attestato di frequenza

DESCRIZIONE

Ma è possibile lavorare in velocità e padroneggiare al massimo le tecniche della miscelazione dietro al bancone?

Con lo Smart Working Flair di Marco Sdrubolini tutto è possibile! Il corso intende fornire tecniche di lavoro e manualità per ottimizzare i tempi di realizzazione dei drink ma allo stesso tempo renderlo spettacolare.

Non importa se sei da poco entrato nella Bar Industry o se già navighi in questo mondo da diverso tempo: il programma è adatto a tutti!

Indipendentemente da quale sia il tuo livello di preparazione, avrai a disposizione tutti gli strumenti per migliorare le tue capacità.

Prenota il tuo posto... e lasciati trasportare in questa esperienza formativa senza eguali.

www.sviluppohoreca.it

PROGRAMMA

- Cosa si intende per Flair: origine ed obiettivi
- L'evoluzione del lavoro: dal Flair allo Smart Working Flair
- Le diverse tipologie di Flair e il ritorno alle origini
- Le regole per fare Flair in sicurezza dietro al bancone
- Il concetto di lavorare Smart (ergonomia bar, setup, manualità)
- Le versate basiche e combinate
- Come disporre il setup in maniera logica sulla griglia di preparazione
- Analisi speed round più frequenti e relative prove
- Movimenti di Flair con tutto quello che abbiamo a disposizione al banco bar (shaker, jigger, spoon, bottiglie, ecc.)

**Il corso prevede una
pratica manuale giornaliera
IMPORTANTE**

L'ISCRIZIONE AL CORSO COMPRENDE:

- Welcome Kit;

Per maggiori info:
mail:
consulting@sviluppohoreca.it
tel: +39 348 390 7113

Strumenti di Eccellenza: Corso Base per Restaurant Manager



Durata & Orari

3 gg
9:30-13:00/14:00-17:30

Caratteristiche

Teorico

Area destinatari e requisiti:

Titolari e gestori di attività ristorative, neo e aspiranti imprenditori del settore ho.re.ca.

Riconoscimenti

Attestato di frequenza

DESCRIZIONE

Le aziende ristorative sono particolari aziende che devono seguire regole di gestione ben definite.

I partecipanti conosceranno strumenti e tecniche di base necessari per diventare Restaurant Manager di successo.

PROGRAMMA

IL MERCATO DELLA RISTORAZIONE

- Tendenze del mercato in Italia ed Europa: l'evoluzione dei modelli di consumo, le variabili che influenzano i consumi "fuori casa"
- Segmentazione ed evoluzione della domanda
- Il Restaurant manager nella ristorazione moderna

www.sviluppohoreca.it

ELEMENTI DI CONTROLLO DI GESTIONE

- Il bilancio di previsione come strumento di governo dell'azienda: il budget
- Il Break Even Point o punto di pareggio

MARKETING

- Come individuare i bisogni della clientela: il modello d'acquisto
- La combinazione prodotto-mercato e la definizione del marketing mix
- Il ciclo di vita del prodotto
- Strategie comunicative di un ristorante

DEFINIZIONE DEL MENU

- Il Menu Engineering e la sua analisi
- Il menu come strumento di pianificazione e marketing di ogni operazione di ristorazione
- Il calcolo del Food Cost
- Analisi del menù e profittabilità
- Centri di costo e profitto

LA GESTIONE OPERATIVA

- Politica degli acquisti
- Gestione delle scorte

LA GESTIONE DEL CLIENTE

- Il processo di soddisfazione del cliente
- Customer relations: come creare un target personalizzato

LE RISORSE UMANE

- Elementi di gestione delle risorse umane: reclutamento, selezione, formazione, sviluppo

PER MAGGIORI INFO:

mail:
consulting@sviluppohoreca.it
tel: +39 348 390 7113

Comunicazione e tecniche di vendita al tavolo.



Durata & Orari

2 gg - 16 h
9.30- 13.00/14.00 -17.30

Caratteristiche

Teorico

Requisiti di accesso:

Nessuno

Destinatari principali:

· Operatori di sala · Barman

Riconoscimenti

Attestato di frequenza

DESCRIZIONE

Il personale di sala, camerieri e i barman, sono i veri venditori del locale. Fornire loro strumenti e tecniche di comunicazione e vendita vuol dire aumentare i profitti. Per chi lavora a contatto con i clienti competenze ed empatia sono strumenti fondamentali. Ma il personale di sala che fa la differenza è quello dotato di capacità commerciali.

Sono ancora pochi i camerieri che conoscono le tecniche di vendita e sono in grado di trasformare un contatto di pochi minuti in una vendita.

Il venditore è colui che crede fermamente in ciò che propone, e sa esprimere questa sua convinzione in maniera emozionale. Con un tono di voce, che sostiene le espressioni con linguaggio para verbale, il buon venditore cercherà di utilizzare tutti gli strumenti a disposizione.

www.sviluppohoreca.it

PROGRAMMA

- Cosa vuol dire comunicare
- Errori ed ostacoli nel processo di comunicazione
- La perdita di segnale
- Comunicazione ad una via e a due vie
- La tecnica delle domande
- La comunicazione per obiettivi
- Cosa vuol dire vendere
- Indagare sui bisogni del cliente: il D.A.C.A.
- La vendita per obiettivi
- Fattori che influenzano i risultati di vendita
- La gestione delle obiezioni

PER MAGGIORI INFO:

mail:
consulting@sviluppohoreca.it
tel: +39 348 390 7113

Il menu engineering - La gestione del menù.

Durata & Orari

2 gg - 16 h
9.30- 13.00/14.00 -17.30

Caratteristiche

Teorico

Requisiti di accesso:

Nessuno

Destinatari principali:

- Start-up • Titolari
- Responsabili gestione
- Responsabili area o settore

Riconoscimenti

Attestato di frequenza

DESCRIZIONE

Scopri come trasformare il tuo menù da una semplice lista di piatti in un potente strumento di gestione strategica delle vendite.

Durante questo corso, i partecipanti apprenderanno le tecniche fondamentali per progettare un menù che non solo aiuti i clienti nella scelta, ma che sia anche in grado di massimizzare i profitti.

Verranno approfondite le strategie di "menu planning" e "menu design" che aiuteranno il locale a creare un'esperienza gastronomica che lo distingua dalla concorrenza.

I partecipanti impareranno come utilizzare dati e indicatori per identificare i piatti più redditizi, comprendere le preferenze dei clienti

www.sviluppohoreca.it

e prendere decisioni consapevoli per ottimizzare il menu.

Inoltre, verrà posto l'accento sul ruolo cruciale del menu nella gestione finanziaria del locale. Il partecipante apprenderà come collegare il menu al budget, valutare l'andamento delle vendite e identificare le opportunità di miglioramento per garantire il successo nel lungo termine.

PROGRAMMA

- La pianificazione del menù
- Il menu come strumento di pianificazione e marketing di ogni operazione di ristorazione
- Il menù design
- Quali domande si dovrebbero considerare quando si disegna un menu
- Analisi del menù e profittabilità
- Come fissare gli obiettivi di performance in termini di entrate
- Come massimizzare i profitti attraverso l'analisi del menu
- L'uso del menù nel processo decisionale
- L'analisi dei dati
- Il menù, il budget e l'analisi degli indicatori

PER MAGGIORI INFO:

mail:
consulting@sviluppohoreca.it
tel: +39 348 390 7113



Ma quanto mi costi?

Il controllo di gestione nelle attività ristorative.



Durata & Orari

2 gg - 16 h
9:30-13:00/14:00-18:00

Caratteristiche

Teorico/pratico

Requisiti di accesso:

- Conoscenza base Excel
- PC portatile con foglio elettronico

Destinatari principali:

Start-up
Titolari
Responsabili gestione
Responsabili area o settore

Riconoscimenti

Attestato di frequenza

DESCRIZIONE

Il responsabile di un locale è chiamato a prendere decisioni per rispondere a domande come:

- *Qual è il punto di pareggio del locale, cioè il valore dei ricavi oltre il quale iniziano i profitti?*
- *Qual è il prezzo minimo a cui si può vendere un prodotto, mantenendo i margini di profitto?*
- *Quali relazioni esistono tra produzione, costi e risultato economico?*
- *Qual è l'incremento delle vendite necessarie per giustificare un investimento in macchinari o in un collaboratore ulteriore o in una campagna di comunicazione social?*

www.sviluppohoreca.it

Il corso fornisce strumenti semplici e pratici per misurare periodicamente la "salute" aziendale.

PROGRAMMA

- La definizione degli obiettivi aziendali
- Il bilancio di previsione come strumento di governo dell'azienda (Budget)
- Che cos'è e a cosa serve il controllo di gestione
- La definizione e la classificazione dei costi: diretti e indiretti, fissi e variabili
- Il Break Even Point (**B.E.P.**) o punto di pareggio
- Il margine di contribuzione
- Come si stabiliscono i prezzi
- L'analisi dei ricavi
- Modelli di reporting
- Che cos'è il Food Cost
- Le ricette ed il loro controllo
- Il calcolo del Food Cost
- La determinazione del miglior prezzo
- Pareto ed il principio dell'80/20 nella ristorazione
- Il Menu Engineering e la sua analisi

PER MAGGIORI INFO:

mail:
consulting@sviluppohoreca.it
tel: +39 348 390 7113

Accoglienza, servizio e vendita in sala.



Durata & Orari

2 gg - 16 h
9.30- 13.00/14.00 -17.30

Caratteristiche

Teorico/Pratico

Requisiti di accesso:

Nessuno

Destinatari principali:

Operatori di sala

Riconoscimenti

Attestato finale di frequenza

DESCRIZIONE

Dall'accoglienza al servizio passando per la vendita e nozioni base di sommelierie. Un corso rivolto a sviluppare e professionalizzare la figura del "Cameriere", fondamentale per garantire il successo di un'attività e la soddisfazione del cliente. Il corso prevede un approccio concreto e pragmatico con l'obiettivo di fornire strumenti e conoscenze di immediata applicazione.

Un particolare Focus sarà sulla figura del Sommelier, a partire dall'analisi sensoriale del vino, impareremo così a valutare e descrivere l'aspetto, il profumo e il gusto, esplorando infine gli abbinamenti cibo-vini. Il tutto pensato per aumentare le capacità di vendita.

www.sviluppohoreca.it

PROGRAMMA

- La struttura del Ristorante/Locale
- Organigramma Aziendale
- Organizzare il lavoro, briefing e ordine di servizio
- La Mise en place
- Gli stili di servizio
- Le competenze del cameriere
- Comportamento in sala davanti al cliente
- Come prendere una comanda
- Attitudini comportamentali del cameriere
- Psicologia, Body Language, Vita tra colleghi
- La figura del sommelier
- Storia del vino, principi di viticoltura ed enologia
- Tecnica della degustazione, analisi visiva, olfattiva e gustativa
- La figura del sommelier

Sarà effettuata una degustazione di 3 vini in ogni lezione.

PER MAGGIORI INFO:

mail:
consulting@sviluppohoreca.it
tel: +39 348 390 7113

La gestione dei conflitti.



Durata & Orari

2 gg - 16 h
9.30- 13.00/14.00 -17.30

Caratteristiche

Teorico

Requisiti di accesso:

Nessuno

Riconoscimenti

Attestato di frequenza

DESCRIZIONE

Le risorse umane rivestono un ruolo centrale nelle organizzazioni. Conoscere i motivi delle scelte dei collaboratori favorisce un clima volto alla valorizzazione reciproca. I partecipanti al corso possono acquisire strumenti pragmatici per:

- *Gestire conflitti e situazioni complesse all'interno di un gruppo di lavoro;*
- *Conoscere la natura e le cause di conflitto interpersonale;*
- *Favorire una riflessione individuale sul proprio stile relazionale;*
- *Approfondire le strategie di gestione del conflitto interpersonale;*

Utilizzare alcune tecniche per la gestione costruttiva delle situazioni relazionali difficili.

www.sviluppohoreca.it

PROGRAMMA

- L'analisi transazionale: strumento di conoscenza di sé, degli altri e della relazione con gli altri
- Che cos'è l'analisi transazionale
- I suoi concetti
- Gli stati dell'io
- Le transazioni
- I tipi di transazioni
- La mappa delle transazioni
- La gestione consapevole della comunicazione: l'uso cosciente delle transazioni
- Le posizioni di vita
- La strutturazione del tempo
- Come e perché operiamo una scelta: i metaprogrammi

PER MAGGIORI INFO:

mail:
consulting@sviluppohoreca.it
tel: +39 348 390 7113

Il marketing management della ristorazione moderna.



Durata & Orari

2 gg - 16 h
9:30-13:00/14:00-17:30

Caratteristiche

Teorico/pratico

Requisiti di accesso:

Nessuno

Destinatari principali:

- Start-up
- Titolari
- Resp. gestione
- Resp. area o settore

Riconoscimenti

Attestato di frequenza

DESCRIZIONE

Il corso vuole mettere in condizione i partecipanti di:

comprendere i trend legati al mercato della ristorazione italiana

identificare i bisogni e comportamenti del consumatore

pianificare la gestione delle attività strategiche ed operative necessarie a rendere e far percepire il ristorante unico per i bisogni dei clienti.

www.sviluppohoreca.it

PROGRAMMA

- Tendenze del mercato in Italia ed Europa: l'evoluzione dei modelli di consumo, le variabili che influenzano i consumi "out of home"
- Segmentazione e prospettive evolutive della domanda;
- Come individuare i bisogni della clientela attraverso il modello d'acquisto
- La combinazione prodotto-mercato e la definizione del marketing mix
- Il piano di marketing
- Il ciclo di vita del prodotto
- Programmazione del menù
- L'analisi del portafoglio
- La matrice di Boston
- Il processo di soddisfazione del cliente
- Customer relations: come creare un target personalizzato

PER MAGGIORI INFO:

mail: consulting@sviluppohoreca.it
tel: +39 348 390 7113

Per maggiori info:
mail:
consulting@svilupphoreca.it
tel: +39 348 390 7113



SH
Education
& Consulting

