

Marketing
TOQUES
Restauration . Hébergement . Cafétéria

An aerial photograph of a restaurant interior. The floor is made of light-colored square tiles. Several wooden tables of various shapes (square, rectangular) are arranged throughout the space. People are seated at these tables, some eating, some talking, and some using mobile devices. A prominent red diagonal line runs from the top-left corner towards the bottom-right, dividing the image. The text 'Générez un impact concret sur votre service alimentaire' is overlaid in white on the red section.

Générez un impact concret
sur votre service alimentaire

LA MISSION DE TOQUES MARKETING

Toques Marketing est une firme de consultants spécialisée en services alimentaires dont la mission est de contribuer à convertir les points de service de ses clients en une destination incontournable pour leur clientèle.

Nos objectifs

L'augmentation des marges bénéficiaires, la maximisation des ventes, ainsi que l'optimisation de la communication interdépartementale.

Afin d'assurer un maximum d'efficacité, notre approche est divisée en quatre grandes étapes :

- Le diagnostic (L'audit)
- La planification stratégique (Le plan d'action)
- Le développement tactique (L'implantation de processus)
- Le suivi, l'accompagnement et la formation

Nos clients

- Service alimentaire à service restreint (Type cafétéria)
- Restauration traditionnelle et franchise
- Hôtellerie
- Usines de transformation alimentaire (par notre filiale ([Agroprod](#)))

À PROPOS



Loïc Chazay et Pierre-Marc Cardinal sont des passionnés du monde de l'alimentation et du service à la clientèle. Cumulant respectivement plus de vingt-cinq ans d'expérience dans l'industrie, ils ont contribué à l'ouverture de plusieurs établissements de renoms à Montréal. Ayant tout deux la fibre entrepreneuriale, une curiosité pour les nouvelles technologies, en plus de compétences connexes en comptabilité et marketing, ils ont décidé de s'associer en 2013 et de fonder Toques Marketing.

Depuis, la firme de consultants en services alimentaires s'est diversifiée et fait appel à plusieurs consultants spécialistes pour la réalisation de divers mandats. Forte de son ambition de créer des destinations incontournables pour les publics cibles de ses clients, Toques Marketing compte déjà plusieurs succès à son actif.

Toques Marketing s'inspire du modèle de type consortium. Nous complétons les besoins d'un mandat avec l'aide de collaborateurs soigneusement sélectionnés afin d'offrir des expertises connexes dans une approche globale de la gestion de projets.

Nos clients sont ceux qui désirent ouvrir, relancer ou faire croître leur service alimentaire. Vous avez besoin d'une équipe compétente qui comprend les besoins de l'industrie et qui possède l'expertise nécessaire pour sortir du statu quo.

**AUGMENTEZ VOS
MARGES
BÉNÉFICIAIRES EN
CONSERVANT LA
QUALITÉ DE VOTRE
SERVICE ALIMENTAIRE**

EXEMPLES DE DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

CUISINE

Augmentation du coût des matières premières

Difficulté à respecter les portions selon les recettes

Coût de la main-d'œuvre trop élevé

L'absence d'options végétariennes et sans gluten

VENTES & MARKETING

Une diminution des ventes

Des problèmes de service à la clientèle

Parcours client ne permettant pas de maximiser les ventes

Absence d'outil d'analyse afin de mesurer les efforts marketing

GESTION

Un manque de vision sur les opérations

Difficultés de communications entre les départements

Difficulté à mesurer la productivité

Résistance aux changements

LOGICIEL

Gestion des fournisseurs difficiles

Manque de formation importante

Difficulté avec la programmation

Mauvaise interprétation des rapports et des KPI's

STOCK

Aucun inventaire de réalisé

Une gestion des approvisionnements hasardeuse

Manque de vision du coûtant des menus et des recettes

Perte d'argent dû au vol et/ou au gaspillage

RH

Des employés désengagés et qui manquent d'épanouissement

Des employés qui manquent de formation

Une division des tâches informelle ou inexistante

De la difficulté à trouver des employés qualifiés

1

Le diagnostic :

Dans un souci de compréhension globale de l'entreprise, la performance d'un établissement est évaluée sous deux aspects distincts: la performance externe (face au client) et la performance interne (efficacité et productivité des opérations). Pour ce faire, deux méthodes de collecte de données différentes sont utilisées. La première est une évaluation de type "client mystère" alors que la deuxième consiste en un audit exhaustif de chaque département de l'entreprise, de pair avec la collaboration des gestionnaires et/ou propriétaire des lieux

2

.La planification stratégique :

Suivant la période d'évaluation, Toques Marketing présentera à l'entrepreneur son plan d'action, incluant des recommandations, en fonction de l'analyse rigoureuse des données collectées lors de l'étape du diagnostic et de l'analyse du secteur. Les recommandations proposées prennent toujours en considération les attentes, les défis ainsi que la réalité des acteurs impliqués; le plan d'action est donc clair et concis (S.M. A.R.T.)

3

Le développement tactique :

Une fois le plan d'action présenté et rendu à l'entreprise avec les recommandations/stratégies approuvées, l'équipe de consultants de Toques Marketing développe les différents processus, procédures, modes opératoires et/ou outils et supports associés au plan d'action.

4

Suivi, accompagnement et formation:

Toques Marketing mise sur l'autonomisation et la responsabilisation des employés (concept mieux connu dans sa version anglaise, l'"empowerment"). Dans cet ordre d'idées, les consultants s'assureront que l'équipe d'intervenants sélectionnés (sur place) puisse avoir en main tous les outils liés à l'exécution du plan d'action. La responsabilité de l'atteinte des objectifs est donc entièrement transférée aux intervenants sur place, où Toques Marketing agira en tant que conseiller auprès des personnes impliquées. Pour ce faire, un service hebdomadaire de support et de suivi rigoureux sera effectué à distance via différents outils de communication standards tels que le courriel, la vidéoconférence et la conférence téléphonique.

5

FORMATIONS OFFERTES

CUISINE

- Transformation des aliments via de nouvelles techniques de cuisson, de conservation et de coupe
- Nouveaux équipements
- Développement et optimisation (Réingénierie) de recette et de menus (Créativité et contrôle des coûts)
- Respect des normes du MAPAQ
- Valorisation des pertes et des sous-produits
- Formation de formateur

VENTES & MARKETING

- Programme de formation en vente
- Techniques de vente informative et croisée
- Commercialisation de service alimentaire
- Accueil, service à la clientèle et service après-vente
- Bonnes pratiques d'affaires et gestion des réservations en salle, au bar, ou pour service traiteur
- Formation de formateur

GESTION

- Cartographie des processus d'entreprise
- Gestion et décision en fonction des données
- Implantation de technique de travail
- Planification stratégique et ses différents outils
- Planification et gestion de projet
- Formation de formateur

LOGICIEL

- Système d'enregistrement des ventes (POS)
- Utilisation de CRM, et ERP
- Logiciel de marketing en ligne, SEO, Adwords, Facebook
- Logiciel de planification stratégique
- Google Apps, Google Analytics
- Logiciel de gestion des stocks
- Formation de formateur

STOCK

- Implantation de concept de gestion des stocks
- Calcul des pertes et contrôle des coûts
- Création de recettes et gestion des coûts
- Évaluation et négociation avec les fournisseurs
- Formation de formateur

RH

- Gestion des ressources humaines
- Motivation des employés
- Élaboration de fiche de poste, de liste de tâches
- Communication pour ressources humaines
- Gestion des ressources humaines en général
- Formation de formateur

BÉNÉFICIEZ POSSIBLEMENT DE SUBVENTIONS OU DE CRÉDITS D'IMPÔT, CAR NOS FORMATIONS SONT AGRÉÉES PAR EMPLOI QUÉBEC

L'ÉQUIPE





CHEF CONSULTANT & FORMATEUR

Bac professionnel (BP) et Brevet de Maîtrise (BM) en cuisine option gestion et comptabilité

Loïc Chazay est un chef consultant dont l'expertise se situe dans l'analyse des opérations relatives à la production et dans l'implantation de processus efficaces, rentables et innovateurs. Ses champs d'expertise se situent au niveau de;

- Les achats et le contrôle des coûts
- L'ingénierie de menu et la conception de recette
- La gestion des stocks et des approvisionnements
- La standardisation des processus liés aux opérations d'une production
- La gestion des pertes et des inventaires en font partie
- L'optimisation de l'ergonomie des aires de travail et de repas
- La formation des employés aux techniques de travail actuelles.



CONSULTANT EN GESTION & FORMATEUR

Cours professionnel en sommellerie, vente, service de table, gestion et marketing.

Pierre-Marc Cardinal est un cadre consultant proposant une expertise reliée à la gestion, à la vente ainsi qu'aux systèmes informatiques de gestion avec comme objectif la croissance du chiffre d'affaires à travers;

- Les stratégies de gestion
- La standardisation des processus opérationnels
- Le développement et mise en place des indicateurs clés de performance liés aux ventes et à la gestion
- Le développement d'alliance stratégique
- La recherche et l'implantation de logiciel de gestion
- La formation sur POS, les outils de marketing numérique et les différentes techniques de vente & de commercialisation.



CONSULTANT EN GESTION & FORMATEUR

Diplôme d'études collégiales en gestion de services alimentaires et de restauration de l'ITHQ et BAC par cumul en administration des affaires, en gestion des organisations et en leadership du changement.

Denis offre des services-conseils et du support à la gestion alimentaire pour les centres d'hébergement, les cafétérias scolaires, les services de traiteurs et les cuisines institutionnelles. Ses champs d'expertise se situent au niveau de :

- L'optimisation de processus et de coûts d'opération
- La conception de menus (fixes ou cycliques) répondant aux critères d'une saine alimentation et respectant les politiques et orientations en vigueur
- La standardisation de recettes
- L'optimisation des processus d'approvisionnement, de réception et d'entreposage des stocks
- Le recrutement, la formation et la supervision du personnel
- L'organisation efficace du travail par l'élaboration de plans de production alimentaire
- Le choix et l'implantation du meilleur mode de distribution alimentaire adapté aux réalités et aux besoins de la clientèle
- Le diagnostic global des opérations et le redressement d'entreprise.



CONSULTANTE GESTION & FORMATRICE

Maîtrise en gestion hôtelière International de L'ITHQ et technique en tourisme

Caroline Houle est une formatrice et consultante spécialisée en hôtellerie et en restauration. Ses champs d'expertise se situent au niveau de;

- L'implantation et du développement de culture d'entreprise
- L'analyse financière et du contrôle des coûts liés aux opérations
- La gestion quotidienne et stratégique des revenus de tarification des chambres « Revenue Management »
- La stratégie de commercialisation
- La recherche et l'implantation de logiciel de gestion
- La formation des employés pour tous les départements en lien avec le service à la clientèle, les ventes et la supervision des opérations
- L'accompagnement ou le coaching en gestion.



CONSULTANT MARKETING & RELATION PUBLIQUE

BAC par association - Relations publiques, science politique

Jean-Christophe est un consultant spécialisé en stratégies de communication, positionnement de marque ainsi qu'en mise en place de processus d'optimisation des ventes. Ses champs d'expertise se situent au niveau de;

- La planification stratégique
- Le positionnement de marque
- La gestion de communauté
- Le développement de commandites et partenariats
- Des ventes directes et indirectes
- Des stratégies de communication
- La formation du personnel de service.



CONSULTANTE COMMUNICATION ET GESTION

BAC en Communication relations humaines

Marie-Laure est une consultante spécialisée dans la gestion des opérations, la gestion des ressources humaines, la formation du personnel, l'implantation de structure organisationnelle ainsi que dans les stratégies de communication. Ses champs d'expertise se situent au niveau de;

- La gestion des opérations
- La gestion des ressources humaines
- L'implantation d'une structure organisationnelle
- La stratégie et l'élaboration d'axes de communication
- La formation du personnel de service.

ÉTUDES DE CAS





Défis

Une diminution du chiffre d'affaires et une faiblesse au niveau de la structure organisationnelle de l'entreprise faisant obstacle à la restructuration des différents départements du service alimentaire.

Objectifs

L'audit et son plan d'action avaient comme objectif de mettre en lumière les différents facteurs à améliorer de la cafétéria et d'élaborer des objectifs, spécifiques, mesurables, acceptables, réalistes et temporellement définis.

Analyses

- Analyse du parcours client et de tous ses points de contact
- Analyse de la gamme de produits et de la gamme de prix
- Analyse de la structure organisationnelle du service alimentaire
- Analyse des différents processus liés à la production
- Analyse de l'identité de la marque versus la perception des clients
- Analyse de la motivation, des compétences et de l'engagement des employés

Plan d'action

- Groupe de discussion, FFOM, sondage et planification stratégique afin d'élaborer une mission claire et engageante
- Développement de la stratégie distinctive en lien avec les objectifs et les valeurs de l'entreprise
- Élaboration du plan d'action incluant les échéanciers et les intervenants responsables
- Un plan d'accompagnement et d'intégration pour les nouveaux employés
- Accompagnement pour l'implantation du plan d'action



Défis

L'implantation du concept d'inventaire afin d'avoir un contrôle optimal sur les achats, les coûts et les approvisionnements était un réel défi pour l'équipe des services alimentaires.

Objectifs

L'objectif était de mettre en place un système d'inventaire, de contrôle des coûts et de gestion des approvisionnements en implantant le logiciel spécialisé, Optimum Control.

Un volet formation à également été nécessaire afin que tous les intervenants soient en mesure d'utiliser le logiciel de façon optimale.

Analyses

- Analyse de la programmation du POS et des différentes divisions afin d'aligner la programmation du système d'inventaire
- Analyse des compétences des intervenants qui utilisent le logiciel de façon quotidienne
- Analyse du cahier de recettes
- Analyse du dossier des fournisseurs

Plan d'action

- Implantation du logiciel et programmation
- Correction des recettes afin d'en faire la saisie dans le logiciel
- Vérification et ajustement de chaque unité de mesure associée aux recettes
- Création et entrer des données standardisées des recettes et des sous-recettes
- Un volet formation était nécessaire afin de s'assurer que les divers intervenants soient en mesure d'optimiser leur utilisation du logiciel
- Suivi et accompagnement post formation

Défis

L'entreprise de gestion en service alimentaire Zon'Orange a contacté la firme de consultant Toques Marketing afin de déceler les problèmes liés à la production et à l'organisation des tâches. Ces problèmes engendraient une réduction des bénéfices et mettaient en péril la viabilité de l'entreprise.

Analyses

- Analyse du parcours client et de tous ses points de contact
- Analyse de la gamme de produits et de la gamme de prix
- Analyse de la structure organisationnelle du service alimentaire
- Analyse des différents processus liés à la production
- Analyse de l'identité de la marque versus la perception des clients
- Analyse de la motivation, des compétences et de l'engagement des employés

Objectifs

L'objectif était de mettre en place des systèmes de contrôle afin d'améliorer le service à la clientèle et la production en cuisine.

L'Équipe de Toques Marketing devait orienter les actions à prendre par l'équipe de Zon'Orange.

Plan d'action

- Réunion d'explication des interventions à prendre afin d'arriver à des résultats
- Élaboration du cahier de recommandations incluant les tâches à exécuter par la direction et par les employés
- Un plan d'accompagnement et d'intégration pour les nouveaux employés
- Services-Conseils et accompagnement

Défis

Dans une perspective de développement des affaires, la Direction des Services alimentaires de l'Université de Montréal a mandaté l'équipe de consultants en cafétéria de Toques Marketing pour une évaluation des services offerts, ainsi que de la structure supportant les opérations.

Analyses

- Réunion de reconnaissance et d'évaluation des problématiques
- Diagnostics des problématiques de chacun des points de vente et des cuisines du service alimentaire
- Analyse des processus opérationnels
- Analyse et standardisation de la gestion des stocks et des approvisionnements et des flux de circulation
- Analyse de la motivation, des compétences et de l'engagement des employés
- Évaluation des offres fournisseurs
- Analyse de tous les supports marketing

Objectifs

L'objectif était de mettre de l'avant les problématiques et proposer des solutions concrètes permettant aux différents intervenants du service alimentaire de mettre en place des pratiques plus actuelles pour tout ce qui touche la réduction des coûts opérationnels, le service à la clientèle et l'administration.

Plan d'action

- Groupe de discussion afin d'élaborer la marche à suivre
- Rédaction et explication du plan d'action
- Élaboration de la cartographie des processus à standardiser
- Accompagnement à la négociation des contrats fournisseurs
- Élaboration de la fiche de poste et accompagnement durant le processus d'embauche du nouveau chef
- Services-Conseils et accompagnement

Défis

Les membres décisionnaires ont estimé qu'un audit devait être effectué afin d'émettre un diagnostic sur son offre actuelle. Ensuite, il était nécessaire de proposer des bonifications de celle-ci en incluant des scénarios potentiels.

Analyses

- Réunion de reconnaissance et d'évaluation des problématiques
- Diagnostics des problématiques de rentabilité de chacun des services alimentaires du Mont-Royal
- Évaluation des supports publicitaires, de l'affichage et de la communication
- Élaboration du manuel de recommandations pour l'amélioration des services alimentaires
- Services-Conseils et accompagnement

Objectifs

Mettre en valeur les différents pôles alimentaires du parc du Mont-Royal en ajustant l'offre sur la demande des clients, touristes et familles qui fréquentent le parc. Les décisionnaires avaient également comme objectif d'améliorer l'offre alimentaire du Chalet du Parc en implantant un concept de café.

Plan d'action

- Groupe de discussion afin d'élaborer la marche à suivre pour l'élaboration de l'audit
- Élaboration du manuel de recommandations pour l'amélioration des services alimentaires
- Étude de marché quantitative et qualitative
- Élaboration de scénarios pour l'implantation d'un nouveau service alimentaire au Chalet du Mont-Royal
- Élaboration de scénarios d'offre produit
- Services-Conseils et accompagnement

DIFFÉRENTS CLIENTS



CONTACTEZ TOQUES MARKETING



(514) 600-5755

info@toquesmarketing.com

www.toquesmarketing.com