

Manager des entreprises de l'hôtellerie, du tourisme et de la restauration

RNCP38240 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	334
Formacode(s)	42766, 42627, 42729
Code(s) ROME	G1404, G1402, G1403
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	15/11/2023
Date d'échéance	15/11/2025

Certificateur(s)

CHAMBRE DE COMMERCE INDUSTRIE DORDOGNE · SIRET : 18240014300117

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ECOLE SUP. INTERNATIONALE DE SAVIGNAC	18240014300067	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification a été créée en 1996 pour répondre aux besoins du secteur de l'hôtellerie, tourisme et restauration. Pour permettre une constante adéquation et évolution des compétences et des profils recherchés, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Dordogne a su développer et entretenir des relations avec les entreprises et la branche professionnelle. Les entreprises recherchent des profils présentant des compétences attestées par une certification pour la gestion et le pilotage d'un ou de plusieurs centres de profit ou encore des postes de cadres dans des fonctions supports au siège. Les Managers des entreprises sont confrontés à un panel d'évolutions auxquelles ils doivent faire face et en tenir compte dans l'analyse, la résolution de problèmes complexes, les déploiements stratégiques et assurer la conduite du changement.

ACTIVITÉS VISÉES

Le manager développe une stratégie qui permet un avantage concurrentiel dans son domaine et son environnement en incluant une démarche sociale et environnementale. Il ou elle doit réaliser l'étude de son environnement externe ainsi que le diagnostic interne de son activité. Ceci afin de définir le plan d'actions, en assurer le suivi puis évaluer sa pertinence et agir en conséquence.

Le manager réalise l'étude de marché afin de déterminer ses objectifs et positionner ou faire évoluer le positionnement de son établissement sur son marché. Il ou elle définit son plan d'actions marketing, conçoit le plan de communication adapté. Il ou elle pilote le déploiement en contrôlant sa mise en œuvre et en assure le suivi.

Le manager fait preuve de leadership pour motiver et engager ses collaborateurs dans leur contribution à l'efficacité de la performance de l'entreprise de manière durable. Il ou elle instaure un bon climat social dans son entreprise.

En respectant le cadre réglementaire, le manager définit et conduit la politique de ressources humaines de son établissement : du recrutement jusqu'au départ.

Le manager élabore le diagnostic de la performance économique et financière de l'entreprise. Il ou elle situe la performance de l'entreprise dans une perspective concurrentielle.

Le manager établit et développe les outils du contrôle de gestion appropriés au secteur d'activité pour mesurer, conduire et contrôler la performance de son entreprise.

Le manager pilote l'optimisation et la rentabilité de son entreprise. Il ou elle s'appuie sur les tendances du marché, identifie les événements qui ont lieu dans sa zone de chalandise, analyse les flux de sa clientèle pour anticiper les demandes et ajuster sa stratégie de prix (hébergement restauration, services annexes) en conséquence dans le but de maximiser son chiffre d'affaires.

Dans le cadre de développement de projets, d'activités, pour son entreprise, mais également dans le cadre d'une création ou d'une reprise d'entreprise, le manager élabore un plan d'affaires (business plan). Il ou elle expose la mise en œuvre du modèle économique afin de prouver la cohérence et la faisabilité du projet auprès des banques, collectivités territoriales et/ou potentiels partenaires/investisseurs/mécènes.

Le manager conceptualise des outils de suivi de son entreprise. Ceci concerne de manière transversale toutes les activités : financière, marketing, ressources humaines, etc. Et aussi bien pour la clientèle que pour les collaborateurs. Il ou elle est amené à faire appel à des agences ou cabinets spécialisés dans la collecte de données dans le cadre de l'analyse d'une problématique concernant le turnover de la masse salariale, dans le cadre d'une optimisation du revenu, d'une application de gestion des stocks, etc.

Le manager d'entreprise doit faire preuve d'une bonne communication interpersonnelle auprès des collaborateurs et des clients. Il ou elle doit optimiser son stress et ses émotions pour favoriser une bonne cohésion d'équipe au quotidien et véhiculer une image positive de l'entreprise. Une bonne communication permet de transmettre ses idées de manière efficace, de gérer les conflits de manière apaisée et d'appréhender les imprévus.

Le manager d'entreprise mobilise une démarche réflexive et d'explicitation de ses activités professionnelles en termes de compétences métier et d'aptitudes personnelles pour conduire le cheminement de son projet professionnel et personnel à court, moyen et long terme.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Identifier les données économiques et réglementaires de son secteur d'activité

Déterminer ses concurrents directs, indirects et d'éventuels nouveaux entrants

Évaluer les tendances de consommation actuelles et à venir

Analyser sa structure et ses ressources : matérielles, financières, humaines

Générer le diagnostic des impacts environnementaux et sociaux

Établir la stratégie de développement à mettre en œuvre ainsi que les objectifs stratégiques, incluant ceux liés à la transition environnementale et sociale

Concevoir et mettre en œuvre un projet de changement

Choisir une approche appropriée de gestion du changement

Exposer et déléguer à ses chefs de service la mise en œuvre du plan stratégique

Piloter la réalisation des actions du plan stratégique

Contrôler les résultats et décider des actions correctrices à mettre en œuvre

Analyser et identifier : Le contexte et les enjeux pour son entreprise Les tendances de consommation Le marché en général : potentiel, volume de vente, croissance... La concurrence et les parts de marché (l'offre) La demande : consommateurs, utilisateurs, acheteurs (persona)...

Appliquer les méthodologies d'études et de diagnostics : benchmarking, questionnaires, panels, blogs, réseaux sociaux Identifier les opportunités pour se positionner sur le marché

Choisir ses cibles en termes de segmentation clients tout en mesurant les risques Maîtriser les enjeux stratégiques d'une identité de marque et de son incarnation sur son marché

Utiliser les matrices d'aide à la décision telles que PESTEL, SWOT

Établir la stratégie marketing grâce au mix marketing (4P)

Traduire visuellement les valeurs constituant la mission et les valeurs de son entreprise

Mesurer les enjeux d'une communication réussie

Concevoir et/ou faire évoluer une identité visuelle et la décliner dans une charte graphique

Elaborer un plan de communication digital utilisant les outils webmarketing adaptés pour promouvoir l'entreprise, le concept et les services

Identifier les messages à communiquer et les outils nécessaires en sélectionnant les canaux correspondants aux cibles

Mener ou déléguer à ses collaborateurs les actions de communication/communication digitale

Conduire la mise en œuvre de la stratégie marketing dans sa globalité
 Définir les indicateurs de performances pertinents, mesurables et identifiables
 Mesurer ou faire mesurer la satisfaction des clients
 Évaluer et analyser les actions menées et les résultats
 Mettre en place une stratégie marketing alternative et donc un plan d'actions correctif si les résultats ne correspondent pas aux objectifs fixés
 Développer la connaissance de soi et des autres
 Incarner les aptitudes personnelles (soft skills) attendues
 Mettre en place la communication interne Identifier les facteurs de motivation humaine
 Déléguer par la mise en œuvre du management situationnel, adapté au degré de maturité des collaborateurs
 Communiquer des signes de reconnaissance, donner du sens pour générer de la performance
 Etablir le lien entre bien-être au travail et performance en entreprise
 Etablir une cartographie des risques de l'environnement de travail de son entreprise Identifier les facteurs déclencheurs des risques psychosociaux
 Identifier les outils de prévention des risques psychosociaux
 Réagir de manière adéquate face à une situation concrète
 Améliorer la qualité des conditions de travail
 Fédérer ses équipes
 Favoriser la coopération des équipes
 Développer un management multiculturel qui permet de transformer la performance individuelle en dynamique de groupe
 Structurer et animer le temps de ses équipes par des rituels formels et informels, tels que : comité de pilotage, groupes de travail inter services, comité de direction, réunions d'équipes, repas d'équipes, etc.
 Mesurer le cadre juridique de la représentation du personnel
 Identifier les différences instances représentatives du personnel dans l'entreprise
 Analyser le climat social en estimant son bon maintien Instauration d'un management de proximité
 Appliquer une stratégie sociale en communiquant au service du dialogue social (planification des réunions, accès à l'information)
 Résoudre les situations conflictuelles
 Définir et structurer l'organisation générale des différents départements de son entreprise : nombre de collaborateurs, périmètres et responsabilités d'actions
 Déterminer et/ou appliquer la convention collective
 Construire une marque employeur attractive et authentique
 Référencer les méthodes de recrutement actuelles
 Rédiger une fiche de poste en ayant choisi le type de contrat adapté
 Rédiger une offre d'emploi attrayante d'après la fiche de poste
 Formaliser le contrat de travail dans le respect des exigences légales et conventionnelles tout en choisissant les clauses facultatives les plus adaptées
 Concevoir le processus de sélection le plus efficace
 Conduire des entretiens de recrutement
 Préparer une intégration idéale et réaliste Instauration du développement des compétences des collaborateurs
 Utiliser les matrices de talents pour gérer de meilleures performances
 Mettre en place et utiliser des outils SIRH (système d'information de gestion des ressources humaines) pour améliorer une vision à long terme
 Mener un entretien annuel et professionnel
 Anticiper les départs et mobilités des talents
 Elaborer un plan de succession des talents et les programmes pour les hauts potentiels identifiés
 Mener une rupture conventionnelle du contrat de travail
 Procéder à un licenciement pour motif personnel, économique ou pour faute
 Décrypter et analyser les documents de synthèse (compte résultat, bilan et annexes)
 Déterminer et analyser les soldes intermédiaires de gestion
 Déterminer et analyser les ratios (rentabilité et d'évolution) des soldes intermédiaires de gestion
 Comparer l'ensemble de ses résultats aux indicateurs du secteur d'activité
 Décrypter, concevoir et analyser les indicateurs de performance selon les modèles préconisés de l'industrie hôtelière (tableaux de bords et KPI's selon USALI)

Décrypter, concevoir et analyser le bilan selon le modèle fonctionnel

Décrypter, concevoir et analyser les tableaux de financement

Déterminer et analyser les ratios financiers : de structure, de roulement, rentabilité, de solvabilité, etc.

Identifier les facteurs déterminants de la performance économique et financière de l'entreprise

Evaluer la valeur de l'entreprise selon plusieurs méthodes : patrimoniale, hôtelière, EBE retraité, DCF (discount cashflow)

Préconiser des solutions et les opportunités qui peuvent favoriser le résultat global

Evaluer les risques qui peuvent influencer le résultat global

Formaliser l'étude synthétique et critique de la situation financière de l'entreprise

Repérer les éléments spécifiques du secteur et de l'activité de l'entreprise

Elaborer les prévisions de résultat : produits et charges

Consulter les différents responsables de départements dans l'élaboration des budgets

Réaliser le budget des prestations de service et des différentes charges opérationnelles

Elaborer le compte de résultat prévisionnel

Présenter et soutenir sa politique budgétaire devant un tiers (ex : Comex, conseil d'administration, propriétaires ou direction régionale)

Analyser le comportement des charges : fixes et variables

Elaborer et analyser les indicateurs de mesures de risques de l'exploitation : chiffre d'affaires critique, marge de sécurité, indice de sécurité, etc.

Elaborer les prévisions de trésorerie : le besoin en fonds de roulement, le tableau des flux de trésorerie, plan de financement, le budget de trésorerie et le bilan prévisionnel

Elaborer les prévisions de la rentabilité des investissements et les indicateurs (VAN, TIR, etc.) selon le modèle DCF

Etudier les différentes solutions de financement dans le cadre des investissements à moyen et long terme

Déterminer les différents indicateurs financiers liés aux prévisions conçues : capacité d'autofinancement, ratios de structure, etc.

Définir la stratégie financière avec des objectifs annuels et mensuels en cohérence avec la stratégie globale de l'entreprise

Informar et impliquer ses collaborateurs à l'atteinte des objectifs fixés

Identifier les leviers d'application de l'optimisation des revenus globaux de son entreprise, ainsi que les étapes fondamentales de sa mise en place

Calculer les indicateurs de performance clés pour chaque département générateur de chiffre d'affaires.

Elaborer le prévisionnel de chiffre d'affaires regroupant tous les centres de profits de son établissement

Analyser et calculer le concept de revenu net Identifier les éléments du coût par canaux de distribution et ce qu'ils peuvent influencer dans son propre établissement

Réaliser la fixation des prix chambre par segment de marché, de l'élasticité des prix et du déplacement de la demande

Optimiser la valeur de son inventaire de chambres pour en augmenter ses revenus et sa profitabilité via les leviers incitatifs et générateurs de plu value de chiffres d'affaires (longueur de séjour, typologie de chambres, etc.)

Calculer et mettre en œuvre des actions d'amélioration des principaux indicateurs de mesure des points de ventes restauration Générer des profits supplémentaires en influençant la rentabilité des éléments de la carte et des menus des points de ventes restauration (Menu Engineering)

Identifier les leviers de prix qui peuvent conduire à une rentabilité accrue

Calculer et mettre en œuvre des actions d'amélioration des principaux indicateurs de mesure des points de vente séminaires et banquets

Générer des profits supplémentaires en influençant les bases d'analyse des tendances.

Identifier les leviers de prix qui peuvent conduire à une rentabilité accrue

Définir une stratégie claire et mesurable de l'optimisation des revenus globaux de l'ensemble des points de vente de son établissement pour en tenir compte dans l'élaboration de son budget

Appréhender les composantes principales d'une étude de marché

Déterminer les axes stratégiques, généraux et marketing

Réaliser les simulations financières plausibles

Elaborer un compte de résultat prévisionnel

Produire les flux de trésorerie

Définir sa politique d'investissement

Concevoir le plan de financement

Identifier et analyser les risques et les opportunités du projet en recherchant des solutions alternatives pour sa réalisation

Elaborer un plan d'affaires pertinent

Présenter et argumenter les éléments clefs de son plan d'affaires afin de convaincre les parties prenantes

Analyser le projet en se posant (ou en posant aux personnes impliquées) les bonnes questions

Proposer des solutions aux problématiques soulevées en réfléchissant à l'incidence de certains choix par rapport à d'autres

Concevoir et réaliser différents tableaux de bords et/ou de bases de données complexes

Créer des graphiques (histogramme, courbe, secteur, jauge, indicateurs de performance, tableaux de bord)

Elaborer les listes et/ou états qui découlent de la création des tableaux de bords / bases de données Automatiser certaines tâches à l'aide de fonctions Excel ou de macro-instructions

Etablir un cahier des charges pour faire appel à des fournisseurs spécialisés dans l'analyse des données, la création de logiciel, d'application, etc.

Repérer les différentes situations de prise de parole en public et leurs objectifs : informer, persuader, remercier, motiver, fédérer

Préparer efficacement ses interventions orales pour maîtriser son stress et respecter son temps de parole

Rechercher les informations et sources utiles pour appuyer son intervention Inventorier et structurer ses arguments

Appréhender le comportement et les réactions d'un public, d'un groupe de personnes

Adapter sa communication verbale, non verbale et para verbale Utiliser les techniques pour mobiliser, stimuler et convaincre son auditoire

Introduire pour accrocher son public, développer pour convaincre et conclure pour faire agir

Augmenter sa capacité de persuasion et de conviction face à un public

Prendre en compte et optimiser les conditions environnementales : espace de la salle, le matériel

Identifier les liens entre expériences et compétences

Mettre en valeur ses spécificités professionnelles, personnelles et académiques

Développer sa capacité de prise de recul et d'analyse nécessaire dans une fonction managériale

Construire son autonomie dans son processus d'insertion professionnelle et tout au long de sa carrière professionnelle

Définir sa progression professionnelle en fonction de son objectif

Être acteur et autonome de son devenir

Communiquer sur son projet professionnel et son futur positionnement

Expliciter ses compétences professionnelles, ses aptitudes personnelles

Valoriser son profil sur les réseaux sociaux professionnels

Blocs de compétences

RNCP38240BC01 — Elaborer le plan de développement stratégique de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier les données économiques et règlementaires de son secteur d'activité

Déterminer ses concurrents directs, indirects et d'éventuels nouveaux entrants

Evaluer les tendances de consommation actuelles et à venir

Analyser sa structure et ses ressources : matérielles, financières, humaines

Générer le diagnostic des impacts environnementaux et sociaux

Etablir la stratégie de développement à mettre en œuvre ainsi que les objectifs stratégiques, incluant ceux liés à la transition environnementale et sociale

Concevoir et mettre en œuvre un projet de changement

Choisir une approche appropriée de gestion du changement

Exposer et déléguer à ses chefs de service la mise en œuvre du plan stratégique

Piloter la réalisation des actions du plan stratégique

Contrôler les résultats et décider des actions correctrices à mettre en œuvre

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas

RNCP38240BC02 — Concevoir la stratégie marketing et commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser et identifier : Le contexte et les enjeux pour son entreprise Les tendances de consommation Le marché en général : potentiel, volume de vente, croissance... La concurrence et les parts de marché (l'offre) La demande : consommateurs, utilisateurs, acheteurs (persona)...

Appliquer les méthodologies d'études et de diagnostics : benchmarking, questionnaires, panels, blogs, réseaux sociaux

Identifier les opportunités pour se positionner sur le marché

Choisir ses cibles en termes de segmentation clients tout en mesurant les risques

Maîtriser les enjeux stratégiques d'une identité de marque et de son incarnation sur son marché

Utiliser les matrices d'aide à la décision telles que PESTEL, SWOT

Etablir la stratégie marketing grâce au mix marketing (4P)

Traduire visuellement les valeurs constituant la mission et les valeurs de son entreprise

Mesurer les enjeux d'une communication réussie

Concevoir et/ou faire évoluer une identité visuelle et la décliner dans une charte graphique

Elaborer un plan de communication digital utilisant les outils webmarketing adaptés pour promouvoir l'entreprise, le concept et les services

Identifier les messages à communiquer et les outils nécessaires en sélectionnant les canaux correspondants aux cibles

Mener ou déléguer à ses collaborateurs les actions de communication/communication digitale

Conduire la mise en œuvre de la stratégie marketing dans sa globalité

Définir les indicateurs de performances pertinents, mesurables et identifiables

Mesurer ou faire mesurer la satisfaction des clients

Évaluer et analyser les actions menées et les résultats

Mettre en place une stratégie marketing alternative et donc un plan d'actions correctif si les résultats ne correspondent pas aux objectifs fixés

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situations professionnelles

RNCP38240BC03 — Piloter les ressources humaines - manager les équipes

LISTE DE COMPÉTENCES

Développer la connaissance de soi et des autres

Incarner les aptitudes personnelles (soft skills) attendues

Mettre en place la communication interne Identifier les facteurs de motivation humaine

Déléguer par la mise en œuvre du management situationnel, adapté au degré de maturité des collaborateurs

Communiquer des signes de reconnaissance, donner du sens pour générer de la performance

Etablir le lien entre bien-être au travail et performance en entreprise

Etablir une cartographie des risques de l'environnement de travail de son entreprise Identifier les facteurs déclencheurs des risques psychosociaux

Identifier les outils de prévention des risques psychosociaux

Réagir de manière adéquate face à une situation concrète

Améliorer la qualité des conditions de travail

Fédérer ses équipes

Favoriser la coopération des équipes

Développer un management multiculturel qui permet de transformer la performance individuelle en dynamique de groupe

Structurer et animer le temps de ses équipes par des rituels formels et informels, tels que : comité de pilotage, groupes de travail inter services, comité de direction, réunions d'équipes, repas d'équipes, etc.

Mesurer le cadre juridique de la représentation du personnel

Identifier les différences instances représentatives du personnel dans l'entreprise

Analyser le climat social en estimant son bon maintien Instaurer un management de proximité

Appliquer une stratégie sociale en communiquant au service du dialogue social (planification des réunions, accès à l'information)

Résoudre les situations conflictuelles

- Définir et structurer l'organisation générale des différents départements de son entreprise : nombre de collaborateurs, périmètres et responsabilités d'actions
- Déterminer et/ou appliquer la convention collective
- Construire une marque employeur attractive et authentique
- Référencer les méthodes de recrutement actuelles
- Rédiger une fiche de poste en ayant choisi le type de contrat adapté
- Rédiger une offre d'emploi attrayante d'après la fiche de poste
- Formaliser le contrat de travail dans le respect des exigences légales et conventionnelles tout en choisissant les clauses facultatives les plus adaptées
- Concevoir le processus de sélection le plus efficace
- Conduire des entretiens de recrutement
- Préparer une intégration idéale et réaliste
- Instaurer le développement des compétences des collaborateurs
- Utiliser les matrices de talents pour gérer de meilleures performances
- Mettre en place et utiliser des outils SIRH (système d'information de gestion des ressources humaines) pour améliorer une vision à long terme
- Mener un entretien annuel et professionnel
- Anticiper les départs et mobilités des talents
- Elaborer un plan de succession des talents et les programmes pour les hauts potentiels identifiés
- Mener une rupture conventionnelle du contrat de travail
- Procéder à un licenciement pour motif personnel, économique ou pour faute

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Mises en situations professionnelles
- Cas pratiques

RNCP38240BC04 — Conduire l'activité financière de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- Décrypter et analyser les documents de synthèse (compte résultat, bilan et annexes)
- Déterminer et analyser les soldes intermédiaires de gestion
- Déterminer et analyser les ratios (rentabilité et d'évolution) des soldes intermédiaires de gestion
- Comparer l'ensemble de ses résultats aux indicateurs du secteur d'activité
- Décrypter, concevoir et analyser les indicateurs de performance selon les modèles préconisés de l'industrie hôtelière (tableaux de bords et KPI's selon USALI)
- Décrypter, concevoir et analyser le bilan selon le modèle fonctionnel
- Décrypter, concevoir et analyser les tableaux de financement
- Déterminer et analyser les ratios financiers : de structure, de roulement, rentabilité, de solvabilité, etc.
- Identifier les facteurs déterminants de la performance économique et financière de l'entreprise
- Evaluer la valeur de l'entreprise selon plusieurs méthodes : patrimoniale, hôtelière, EBE retraité, DCF (discount cashflow)
- Préconiser des solutions et les opportunités qui peuvent favoriser le résultat global
- Evaluer les risques qui peuvent influencer le résultat global
- Formaliser l'étude synthétique et critique de la situation financière de l'entreprise
- Repérer les éléments spécifiques du secteur et de l'activité de l'entreprise
- Elaborer les prévisions de résultat : produits et charges
- Consulter les différents responsables de départements dans l'élaboration des budgets
- Réaliser le budget des prestations de service et des différentes charges opérationnelles
- Elaborer le compte de résultat prévisionnel
- Présenter et soutenir sa politique budgétaire devant un tiers (ex : Comex, conseil d'administration, propriétaires ou direction régionale)
- Analyser le comportement des charges : fixes et variables
- Elaborer et analyser les indicateurs de mesures de risques de l'exploitation : chiffre d'affaires critique, marge de sécurité, indice de sécurité, etc.
- Elaborer les prévisions de trésorerie : le besoin en fonds de roulement, le tableau des flux de trésorerie, plan de financement, le budget de trésorerie et le bilan prévisionnel
- Elaborer les prévisions de la rentabilité des investissements et les indicateurs (VAN, TIR, etc.) selon le modèle DCF
- Etudier les différentes solutions de financement dans le cadre des investissements à moyen et long terme

Déterminer les différents indicateurs financiers liés aux prévisions conçues : capacité d'autofinancement, ratios de structure, etc.

Définir la stratégie financière avec des objectifs annuels et mensuels en cohérence avec la stratégie globale de l'entreprise

Informier et impliquer ses collaborateurs à l'atteinte des objectifs fixés

Identifier les leviers d'application de l'optimisation des revenus globaux de son entreprise, ainsi que les étapes fondamentales de sa mise en place

Calculer les indicateurs de performance clés pour chaque département générateur de chiffre d'affaires.

Elaborer le prévisionnel de chiffre d'affaires regroupant tous les centres de profits de son établissement

Analyser et calculer le concept de revenu net Identifier les éléments du coût par canaux de distribution et ce qu'ils peuvent influencer dans son propre établissement

Réaliser la fixation des prix chambre par segment de marché, de l'élasticité des prix et du déplacement de la demande

Optimiser la valeur de son inventaire de chambres pour en augmenter ses revenus et sa rentabilité via les leviers incitatifs et générateurs de plu value de chiffres d'affaires (longueur de séjour, typologie de chambres, etc.)

Calculer et mettre en œuvre des actions d'amélioration des principaux indicateurs de mesure des points de ventes restauration

Générer des profits supplémentaires en influençant la rentabilité des éléments de la carte et des menus des points de ventes restauration (Menu Engineering)

Identifier les leviers de prix qui peuvent conduire à une rentabilité accrue

Calculer et mettre en œuvre des actions d'amélioration des principaux indicateurs de mesure des points de vente séminaires et banquets

Générer des profits supplémentaires en influençant les bases d'analyse des tendances.

Identifier les leviers de prix qui peuvent conduire à une rentabilité accrue

Définir une stratégie claire et mesurable de l'optimisation des revenus globaux de l'ensemble des points de vente de son établissement pour en tenir compte dans l'élaboration de son budget

Appréhender les composantes principales d'une étude de marché

Déterminer les axes stratégiques, généraux et marketing

Réaliser les simulations financières plausibles

Elaborer un compte de résultat prévisionnel

Produire les flux de trésorerie

Définir sa politique d'investissement

Concevoir le plan de financement

Identifier et analyser les risques et les opportunités du projet en recherchant des solutions alternatives pour sa réalisation

Elaborer un plan d'affaires pertinent

Présenter et argumenter les éléments clefs de son plan d'affaires afin de convaincre les parties prenantes

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etudes de cas

Mises en situations professionnelles

Projets de groupe

RNCP38240BC05 — Concevoir des outils de suivi

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser le projet en se posant (ou en posant aux personnes impliquées) les bonnes questions

Proposer des solutions aux problématiques soumises en réfléchissant à l'incidence de certains choix par rapport à d'autres

Concevoir et réaliser différents tableaux de bords et/ou de bases de données complexes

Créer des graphiques (histogramme, courbe, secteur, jauge, indicateurs de performance, tableaux de bord)

Elaborer les listes et/ou états qui découlent de la création des tableaux de bords / bases de données

Automatiser certaines tâches à l'aide de fonctions Excel ou de macro-instructions

Etablir un cahier des charges pour faire appel à des fournisseurs spécialisés dans l'analyse des données, la création de logiciel, d'application, etc.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

RNCP38240BC06 — Optimiser son image et ses interventions orales

LISTE DE COMPÉTENCES

Repérer les différentes situations de prise de parole en public et leurs objectifs : informer, persuader, remercier, motiver, fédérer

Préparer efficacement ses interventions orales pour maîtriser son stress et respecter son temps de parole

Rechercher les informations et sources utiles pour appuyer son intervention Inventorier et structurer ses arguments

Appréhender le comportement et les réactions d'un public, d'un groupe de personnes

Adapter sa communication verbale, non verbale et para verbale Utiliser les techniques pour mobiliser, stimuler et convaincre son auditoire

Introduire pour accrocher son public, développer pour convaincre et conclure pour faire agir

Augmenter sa capacité de persuasion et de conviction face à un public

Prendre en compte et optimiser les conditions environnementales : espace de la salle, le matériel

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situations professionnelles

RNCP38240BC07 — Etablir son plan de carrière

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier les liens entre expériences et compétences

Mettre en valeur ses spécificités professionnelles, personnelles et académiques

Développer sa capacité de prise de recul et d'analyse nécessaire dans une fonction managériale

Construire son autonomie dans son processus d'insertion professionnelle et tout au long de sa carrière professionnelle

Définir sa progression professionnelle en fonction de son objectif

Être acteur et autonome de son devenir

Communiquer sur son projet professionnel et son futur positionnement

Expliciter ses compétences professionnelles, ses aptitudes personnelles

Valoriser son profil sur les réseaux sociaux professionnels

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Portfolio individuel

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les secteurs de l'hôtellerie et du tourisme concernent :

- les chaînes hôtelières nationales et internationales intégrées ou volontaires
- l'hôtellerie indépendante
- les résidences de tourisme
- les clubs et villages de vacances
- l'hôtellerie de plein air
- l'hôtellerie en parcs de loisirs,
- l'hôtellerie thalassothérapie et thermalisme
- l'hébergement au sein des hôpitaux
- les résidences seniors

Le secteur de la restauration :

- la restauration collective
- la restauration commerciale
- la restauration de chaîne
- la restauration indépendant
- la restauration rapide ou livrée
- la restauration à thème
- les traiteurs, services événementiels, réceptions
- les services de l'industrie agro-alimentaire

- les fournisseurs de l'hôtellerie, la restauration et du tourisme

Le manager est en capacité de créer son entreprise

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur/directrice de site(s), Directeur/directrice d'hôtel, Directeur/directrice de restaurant, Manager événementiel, Directeur du revenu, Deputy unit manager, Directeur/directrice de résidences hôtelières, Directeur/directrice de club de vacances et de loisirs, Chef de secteur en restauration collective, Responsable d'hôtel/restaurant, Chef/cheffe de projet événementiel, Consultant en hôtellerie restauration, etc.

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Élevée (4/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 3 à 5 sur 5.
Salaire médian (mensuel)	2 124 €
Familles professionnelles (FAP)	S2X80 — Agents de maîtrise de la restauration · tension 5/5 (Très élevée) S2X81 — Agents de maîtrise de l'hôtellerie et de la gestion des structures de loisirs · tension 3/5 (Modérée) S3X90 — Patrons et cadres de l'hôtellerie et de la restauration · tension 4/5 (Élevée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	12 188
Jugés difficiles à recruter	43 %
Emplois saisonniers	36 %
Familles professionnelles (FAP)	S2X80 — Agents de maîtrise de la restauration S2X81 — Agents de maîtrise de l'hôtellerie et de la gestion des structures de loisirs S3X90 — Patrons et cadres de l'hôtellerie et de la restauration

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Les candidats souhaitant postuler à la certification – hors VAE - doivent au préalable justifier d'une certification de niveau 6 dans le secteur de l'hôtellerie, tourisme et restauration avec une expérience dans ce secteur d'activité d'au moins 6 mois; ou d'une certification de niveau 5 avec 2 ans d'expérience professionnelle dans le secteur de l'hôtellerie, tourisme et restauration.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

4 personnes : 2 professionnels - 2 académiques

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	12 000 €
Selon la branche	7 000 € – 12 000 €
Prise en charge	Branches concernées
12 000 €	Valeur par défaut · 210 branches

8 199 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
8 000 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	15/11/2023
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	15/11/2025
Date de dernière délivrance possible	15/11/2029

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	48	1	93 %	—
2021	64	1	100 %	62 %
2020	57	1	100 %	52 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP16961

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP41315

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

CCI Dordogne :

Ecole de Savignac :

. Site en cours de refonte. Nous contacter en cas de besoin si ce lien n'est plus valide.

Organismes habilités à former et à évaluer :

<https://www.esfm.fr/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38240/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	2
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).