

G

Gimmy

Academy



Uber Eats



deliveroo

Formation d'expertise des plateformes de livraison

Vous cherchez à ...

... booster votre chiffre d'affaires ?

...connaître tous les codes des plateformes de livraison ?

Gimmy est là pour vous apporter une formation complète et sur-mesure afin d'optimiser vos ventes et de devenir un as de la livraison de repas !

Pourquoi participer à la formation ?

Quand on est restaurateur, on fait face à de nombreux défis :

Défis structurels

Coûts élevés du personnel et de l'équipement

Cuisine et équipes sous-utilisées

Défis conjoncturels

Pénurie de main d'œuvre

Inflation du prix de la matière première



Pourquoi ne pas vous lancer dans la **livraison de repas** à votre tour et **augmenter votre chiffre d'affaires** sans investissement supplémentaire ?



La livraison de repas est un marché en pleine **expansion**

Cependant de nombreux restaurateurs ne savent pas comment s'y prendre et être performant dans ce domaine :

- Leur menu ne répond pas aux attentes des clients en livraison
- Leurs opérations et processus en cuisine ne sont pas optimisés pour la rapidité exigée par ce service
- Leurs prix ne sont pas compétitifs en raison des commissions élevées des plateformes de livraison
- Ils ont du mal à se faire une place dans cet univers digital où la concurrence s'intensifie



Gimmy vous donne toutes les clés pour maîtriser les plateformes de livraison !

Gimmy en bref

Gimmy créé depuis 2022 des marques de restauration et propose clés en main à des restaurants existants, sous-utilisés, dans le but d'accroître leur chiffre d'affaires.



Gimmy a Smatch
Original Smash Burgers



Gimmy Juicy
Gourmet Smash Burgers



Wanted
Saucy Smash Burgers



Oh my Cheese!
Cheesy Smash Burgers



Gimmy Nola
Louisiana Fried Chicken



Gimmy Seoulmate
Korean Fried Chicken



Circus
Saucy Fried Chicken



Baraque
Cheesy Loaded Fries



Gimmy S'More
American Desserts



Gimmy Toasty
French Toasties



Crousty
Crousty

Pourquoi choisir Gimmy ?

450 Restaurants virtuels
partenaires créés

11 Marques actives

4 Années d'expérience dans
la livraison de repas



Maîtrise des tendances
food et des recettes les
plus demandées



Expertise des
packagings adéquats



Connaissance approfondie
des ingrédients adaptés à
la livraison

Pourquoi choisir Gimmy ?

Une équipe d'experts en livraison



Jennifer

Directrice générale Gimmy

Experte plateformes de livraison et branding de marques



Rania

Experte performances financières et opérationnelles



Guillaume

Experte branding de marque



Fériel

Directrice générale Gimmy

Experte plateformes de livraison et performance opérationnelle



Angèle

Experte logistique, matière première et recettes



Joachim

Expert algorithmes des plateformes

Nos valeurs

Impact



Chez Gimmy, on se soucie de notre impact ! On permet aux restaurateurs en difficulté financière de **trouver un nouveau levier de croissance**.

Exigence



Chez Gimmy, chaque détail compte : des emballages aux commandes automatisées, tout est conçu pour **garantir des résultats concrets et une satisfaction client optimale**.

Convivialité



Chez Gimmy, profitez d'un **accompagnement personnalisé** basé sur l'écoute, la proximité et le respect de vos besoins.

Ils parlent de nous



« Au début, je passais des heures sur les plateformes de livraison sans savoir comment les gérer. Mon menu manquait de clarté, et la gestion des remboursements me dépassait complètement. Grâce à Gimmy, tout a changé. Ils m'ont aidée à **fixer les bons prix et à optimiser mes menus pour les rendre plus attractifs**. Résultat, mes ventes ont connu un **énorme boost** et je suis désormais beaucoup plus confiante dans la gestion de mon activité. » *Léia, restauratrice à Nanterre*

« Je n'avais aucun contact pour négocier et obtenir des bannières visibles. Je ne savais pas comment créer un packaging attractif ni quel emballage choisir pour qu'il soit adapté à la température des plats. Tout cela m'a valu pas mal d'avis négatifs. Leur **soutien sur le packaging et le visuel a beaucoup aidé**. Aujourd'hui, je vois la différence et je me sens beaucoup **mieux préparé pour gérer mon restaurant**. » *Olivier, restaurateur à Beaugrenelle*



Nos services

1. Se lancer sur les plateformes de livraison

Les **bases** pour le lancement
Paramétrages clés pour un **meilleur référencement**
Optimisation de la **stratégie promotionnelle**

2. Créer un menu authentique

Maîtrise des **codes d'un menu**
performant en ligne
Mise en place d'une **stratégie de prix** adaptée

3. Gérer sa performance opérationnelle

Suivi automatisé des **métriques de performance opérationnelle**
Optimisation de la **gestion des matières premières**
Gestion des **avis clients** et des remboursements

4. Définir un packaging optimisé pour la livraison

Les enjeux fonctionnels et techniques du **packaging**
Le packaging comme **outil marketing** impactant

Programme

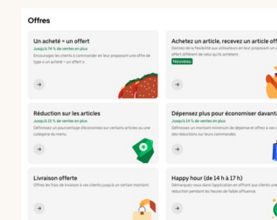
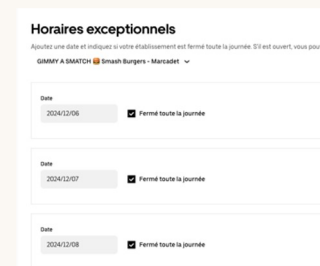
1. Se lancer sur les plateformes de livraison

Sessions	Objectifs	Durée	Supports
1. Les bases pour le lancement	• Comprendre et maîtriser l'univers de la livraison à domicile	• 1h	• Uber & Deliveroo
	• Configurer les comptes sur les plateformes	• 1h	• Uber & Deliveroo
	• Trouver le bon agrégateur	• 30min	• Benchmark
2. Préparation technique pour un meilleur référencement	• Savoir effectuer les vérifications techniques avant le lancement du restaurant (publier un menu, définir des horaires, temps de préparation, adresse de facturation...)	• 1h30	• Suivi paramétrage lancement
3. Optimisation de la stratégie promotionnelle	• Maîtriser la mise en place et la gestion des promotions sur les plateformes (BOGO, BOGA, sponsorisation...)	• 1h	• Uber & Deliveroo

Uber



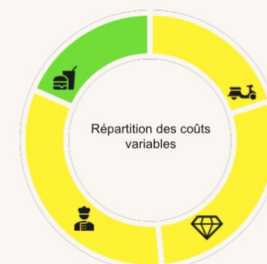
deliverect



Programme

2. Créer un menu authentique

Sessions	Objectifs	Durée	Supports
1. Maîtrise des codes d'un menu performant en ligne	Analyser les coûts variables (grammage des matières premières, packaging)	1h	Benchmark
	Intégrer les commissions des plateformes de livraison dans la structure tarifaire pour éviter l'érosion des marges	1h	Modèle financier
	Maîtriser la rédaction d'un menu (vocabulaire type, emoji, choix)	1h	Plateformes
2. Un menu qui maximise les profits	Comprendre et maîtriser la gestion des stocks	1h30	Inpulse
	Mettre en place une stratégie de prix concurrentielle	1h	Excel



Quelle sauce dans ton burger ?
Choisissez-en 1.

Power 🍷 : crémeuse et intense au poivre

Sun 🌻 : mayonnaise pimpée et revisitée, douce

Hug 🍷 : croquante, légèrement sucrée et légère

Twist 🍷 : relevée à la moutarde douce et au paprika



	Produit 1	Produit 2	Produit 3	Produit 4	Produit 5
Produit 1	100	100	100	100	100
Produit 2	100	100	100	100	100
Produit 3	100	100	100	100	100
Produit 4	100	100	100	100	100
Produit 5	100	100	100	100	100

Programme

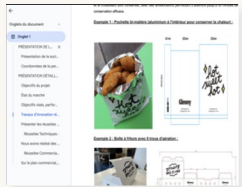
3. Gérer sa performance opérationnelle

Sessions	Objectifs	- Durée -	Supports
1. Suivi automatisé des métriques de performance opérationnelle	- Connaitre et analyser les KPIs clés des plateformes de livraison (taux de connexion, taux d'erreur, notes, ...) - Maitriser l'outil automatisé Gimmy pour les utilisateurs multi-restaurants virtuels	45min 1h30	- Dashboard des plateformes de livraison : Uber et Deliveroo - Outil automatisé pour multi-restaurants virtuels
2. Optimisation de la gestion des matières premières et des stocks	- Sélectionner le meilleur outil tech de gestion de matières premières - Apprendre à analyser les données de consommation pour automatiser les commandes	30min 1h	- Analyse comparative des logiciels - Dashboard des outils de gestions de MP
3. Gestion des avis clients et des demandes de remboursements	- Savoir gérer les avis clients : automatisation des réponses, analyses - Comprendre les politiques de remboursement de chaque plateforme et savoir gérer les demandes de contestations	45min 1h	- Section « avis » des plateformes de livraisons - Section « remboursements » des plateformes de livraison

Programme

4. Définir un packaging optimisé pour la livraison

Sessions	Objectifs	Durée	Supports
1. Les enjeux fonctionnels et techniques du packaging	Comprendre les enjeux techniques du packaging : protection des aliments (saveurs, chaleur, croustillant) et praticité	1h	Slide sur le rôle clé du packaging et les critères de décision
	Choisir les matériaux et formats les plus adaptés	1h	Document sur les matériaux et formats d'un packaging
2. Le packaging comme outil marketing impactant	Comprendre le rôle clé du packaging en marketing : identité de marque, expérience client, communication, ...	30min	Document sur la personnalisation du packaging
	Créer un design graphique appliqué à sa marque	1h30	Atelier créatif avec un outil en ligne (i.e. Canva)



Méthode d'évaluation

Pendant la formation

Cas pratiques et mises en situation professionnelles

Méthode :

Des exercices concrets sont intégrés tout au long de la formation. Ces cas pratiques sont directement inspirés de situations rencontrées sur les plateformes (référencement de fiches produits, choix des promotions, analyse des statistiques de ventes, gestion de la e-réputation, etc.).

Objectif :

Ces mises en situation permettent de valider la **capacité du stagiaire à mobiliser les compétences acquises** dans des contextes opérationnels proches du réel. Elles favorisent également l'ancrage des connaissances à travers l'action.

KPIs observés :

- Niveau d'autonomie dans la résolution du cas
- Pertinence des décisions prises
- Qualité de l'analyse des résultats fournis
- Adéquation des actions avec les bonnes pratiques enseignées

Fréquence :

1 à 2 cas pratiques par demi-journée, selon la durée totale de la formation. Correction en groupe ou individuelle, avec retour formateur.

QCM de validation des acquis

Méthode :

Des questionnaires à choix multiples sont proposés à la fin de chaque module ou séquence de formation. Ils permettent de vérifier la **compréhension des connaissances théoriques essentielles** avant de passer à la suite.

Objectif :

Tester la bonne assimilation des concepts clés (algorithmes de visibilité, gestion des commandes, calcul de rentabilité, outils statistiques, etc.).

KPIs observés :

- Taux de réussite global (nombre de bonnes réponses / total)
- Taux d'erreurs sur les notions fondamentales
- Progression entre les différents QCM réalisés

Fréquence :

En fin de séquence ou journée de formation, selon l'organisation pédagogique.

Méthode d'évaluation

À court terme (1 à 6 mois)

Objectif :

- Évaluer la satisfaction et la compréhension immédiate des clients
- Mesurer l'impact opérationnel sur la performance du restaurant

Questionnaire de feedback à chaud :

- **KPIs** : Niveau de satisfaction des participants (échelle de 1 à 10), taux de recommandation (NPS), clarté et pertinence du contenu
- **Fréquence** : À la fin de chaque formation

Évaluation des do's et don'ts appliqués :

- **KPIs** : Nombre de bonnes pratiques (do's) mises en œuvre et nombre d'erreurs (don'ts) évitées dans les premières semaines suivant la formation sur la base des outils du programme « performance opérationnelle »
- **Fréquence** : Observation et suivi hebdomadaire ou mensuel via des entretiens avec les restaurateurs

Suivi de la réputation et des avis en ligne :

- **KPIs** : Nombre d'avis positifs sur les plateformes, évolution des notes sur une longue période, amélioration de la réputation en ligne
- **Fréquence** : Comparaison annuelle des avis en ligne et des notes moyennes

À moyen terme (6 mois et plus)

Objectif :

- Évaluer la durabilité et l'impact global des formations sur la croissance et la stabilité des restaurants

Évaluation des performances sur les plateformes de livraison :

- **KPIs** : Note moyenne sur les plateformes (ex : Uber Eats, Deliveroo), classement du restaurant par rapport aux concurrents (évolution du rang), taux d'erreur, temps de préparation, taux de connexion
- **Fréquence** : Suivi mensuel sur 6 à 12 mois

Analyse des ventes et de la rentabilité :

- **KPIs** : Chiffre d'affaires généré via les plateformes de livraison, évolution des marges bénéficiaires (avant et après formation)
- **Fréquence** : Comparaison des états financiers semestriels et annuels

Suivi des campagnes de promotion :

- **KPIs** : Taux de conversion des campagnes marketing (augmentation des commandes pendant les promotions), coût d'acquisition client (CAC)
- **Fréquence** : Évaluation après chaque campagne promotionnelle sur 3 à 6 mois

A qui s'adresse la formation Gimmy ?

1

Restaurateurs indépendants

Améliorez vos performances sur les plateformes de livraison, que vous soyez débutants ou expérimentés.

2

Restaurateurs franchisés

Optimisez vos opérations de livraison multisites pour une efficacité accrue.

3

Gérants de dark kitchens & concepts 100% livraison

Développez des stratégies de livraison performantes pour vos concepts 100% dédiés.

4

Responsables F&B d'établissements

Élargissez votre offre avec un service de livraison performant, hôtels et bars.

5

Gérants de commerces alimentaires

Touchez une nouvelle clientèle en proposant la livraison de vos produits (boulangerie, café, pâtisserie...).

6

Gérants de supermarchés

Complétez votre offre avec un service de livraison de repas intégré.

7

Traiteurs et services événementiels

Augmentez votre visibilité et proposez un service de livraison efficace.

8

Responsables marketing et communication

Comprenez les enjeux de la livraison pour mieux conseiller vos clients du secteur de la restauration.

9

Investisseurs et incubateurs

Accompagnez des projets innovants dans le secteur de la livraison à fort potentiel.

Nos tarifs

Service 1 Lancement

5h

1. Les bases pour le lancement
2. Paramétrages clés pour un meilleur référencement
3. Optimisation de la stratégie promotionnelle

500€ HT

Service 2 Menu

5h30

1. Maîtrise des codes d'un menu performant en ligne
2. Mise en place d'une stratégie de prix adapté

550€ HT

Service 3 Performance opérationnelle

5h30

1. Suivi automatisé des métriques de performance opérationnelle
2. Optimisation de la gestion des matières premières
3. Gestion des avis clients et des remboursements

550€ HT

Service 4 Packaging

4h

1. Les enjeux fonctionnels et techniques du packaging
2. Le packaging comme outil marketing impactant

400€ HT

 www.gimmyfood.com

 feriel.ferrad@gimmyfood.com

 +33 6 61 76 91 51

Gimmy

