

WEBINAR EXCEPTIONNEL | 19 MAI 2020 À 15 H

**LISA L'ALGORITHME
QUI FOUILLE & QUI
TROUVE**

**COVID-FREE
LE LABEL 100% CONFIANCE**

**RÉFLEXIONS ET
OUTILS AUTOUR DE LA
POSTURE DE MANAGER**





Nous poursuivons notre Tour de France des bonnes pratiques de sortie de crise et nous complétons votre boîte à malice avec trois outils qui offrent des perspectives nouvelles :

Tout d'abord, **Lydie CATALANO, IA MARKETING**, viendra nous présenter LISA, ou comment l'intelligence artificielle peut venir au chevet des restaurateurs et hôteliers ;

Ensuite, **Fabrice BOURCET**, coach pour entrepreneurs vous livrera quelques secrets sur les postures et les outils du managers ;

Enfin, nous retrouverons avec toujours autant de Plaisir, **Damien FONTES, DF Conseil, Ambassadeur** du label covid-free qui nous donnera des Nouvelles

L'équipe FB AVOCAT | [URGENCESJURIDIQUES.COM](https://urgencesjuridiques.com) –
Solutions pour entrepreneurs



Franck Benhamou
Avocat au barreau de Paris

SELURL FB AVOCAT
21-23, rue des Filles du Calvaire
75003 Paris
Tel. +33 (0)1 44 54 12 66
fbenhamou@fbavocat.com
Palais B1099

IA MARKETING

Coronavirus et Confinement, comment le marketing prescriptif va vous permettre de faire évoluer votre offre!

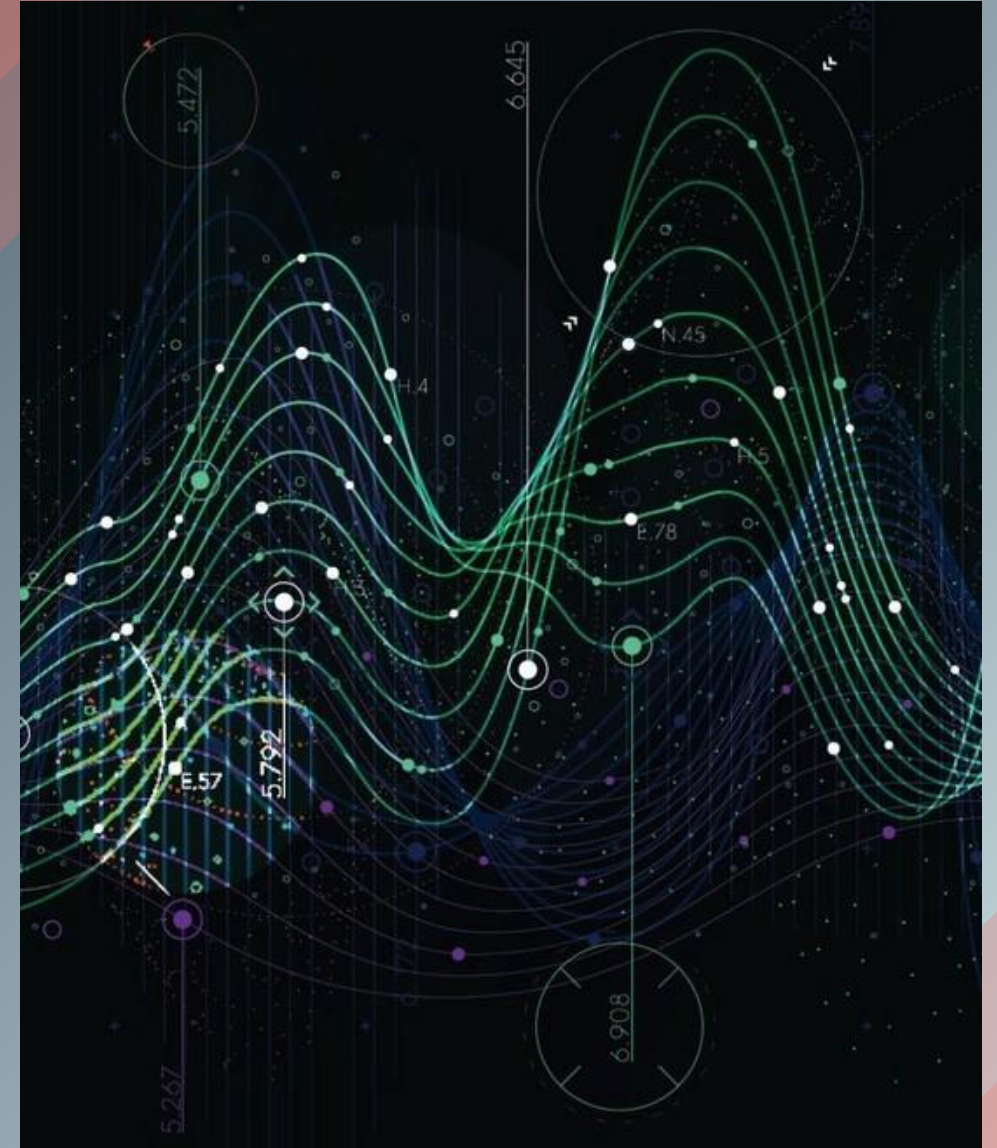
LYDIECATALANO
CONTACT@IA-MARKETING.FR

Une brève introduction



QU'EST CE QUE LE MARKETING PRESCRIPTIF

Le marketing prescriptif est une approche différente qui, sur la base des données collectées dans le passé et le présent, après analyses, va tenter d'identifier et d'anticiper les actions futures des clients ou prospects grâce au Big data et aux algorithmes !



Qu'est ce que LISA ?

COMMENT ÇA MARCHE ?

C'est un algorithme qui est capable de scorer les intentions des twittos. Grâce à l'intelligence artificielle LISA est sensible aux diverses variabilités qui existent dans l'ordonnancement, le sens des mots.

OBJECTIF

Anticiper et comprendre les changements d'usages qui vont naître du confinement
Aider nos clients à développer des produits / services répondant à ces changements

Le process



recolter



analyser



recommander

USE CASE

Comment se passe la
continuité pédagogique ?



COMPRENDRE LE BESOIN

LE RESEAU
TWITTER

166

MILLIONS D'UTILISATEURS
QUOTIDIENS MONÉTISABLES
SUR TWITTER



+ 12 millions d'inscrits pendant le confinement

[illegible]

Je tire mon chapeau aux enseignants de mes enfants (collège public). La continuité pédagogique est réussie pr les familles qui ont 3 ordi portables, forfaits illimités, de l'agilité numérique et 1 forte présence parentale pr comprendre les outils (bémol : trop de devoirs Visage avec un sourire narquois).

	Confinement Jour 15	Confinement jour 19	Confinement jour 23	Confinement jour 57
MOYENNE	0,41	0,61	0,73	0,53
	5821	14426	60048	31221
Attestation	0,37	0,55	0,53	0,59
Confiné	0,4	0,73	0,64	0,59
Travail	0,31	0,55	0,55	0,41
Télé-travail	0,36	0,62	0,57	0,5
Famille	0,47	0,64	0,52	0,57
RestezChez Vous	0,56	0,7	0,72	0,74
Covid	0,42	0,64	0,55	0,49

SCORER

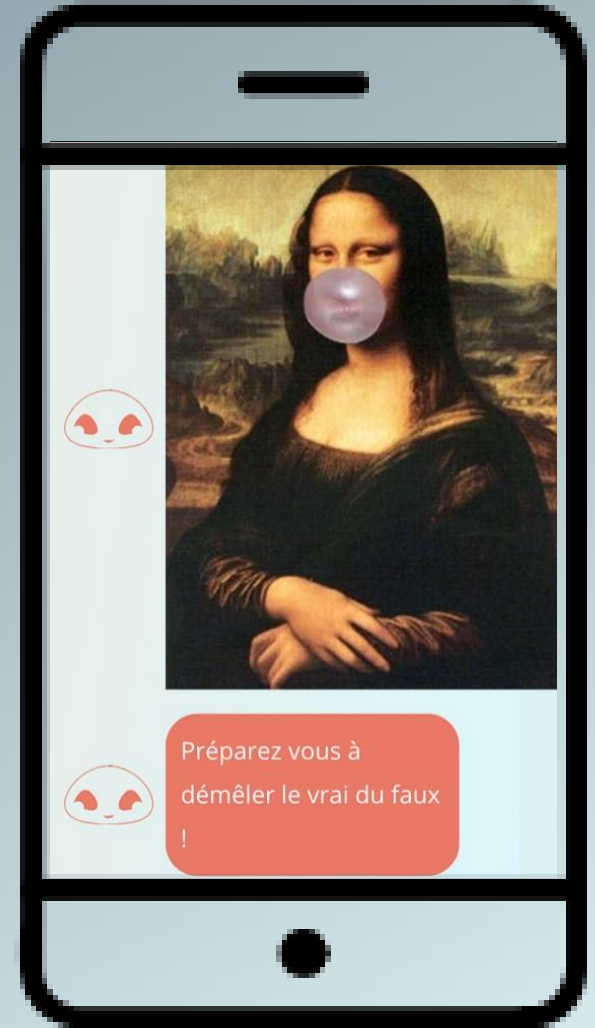
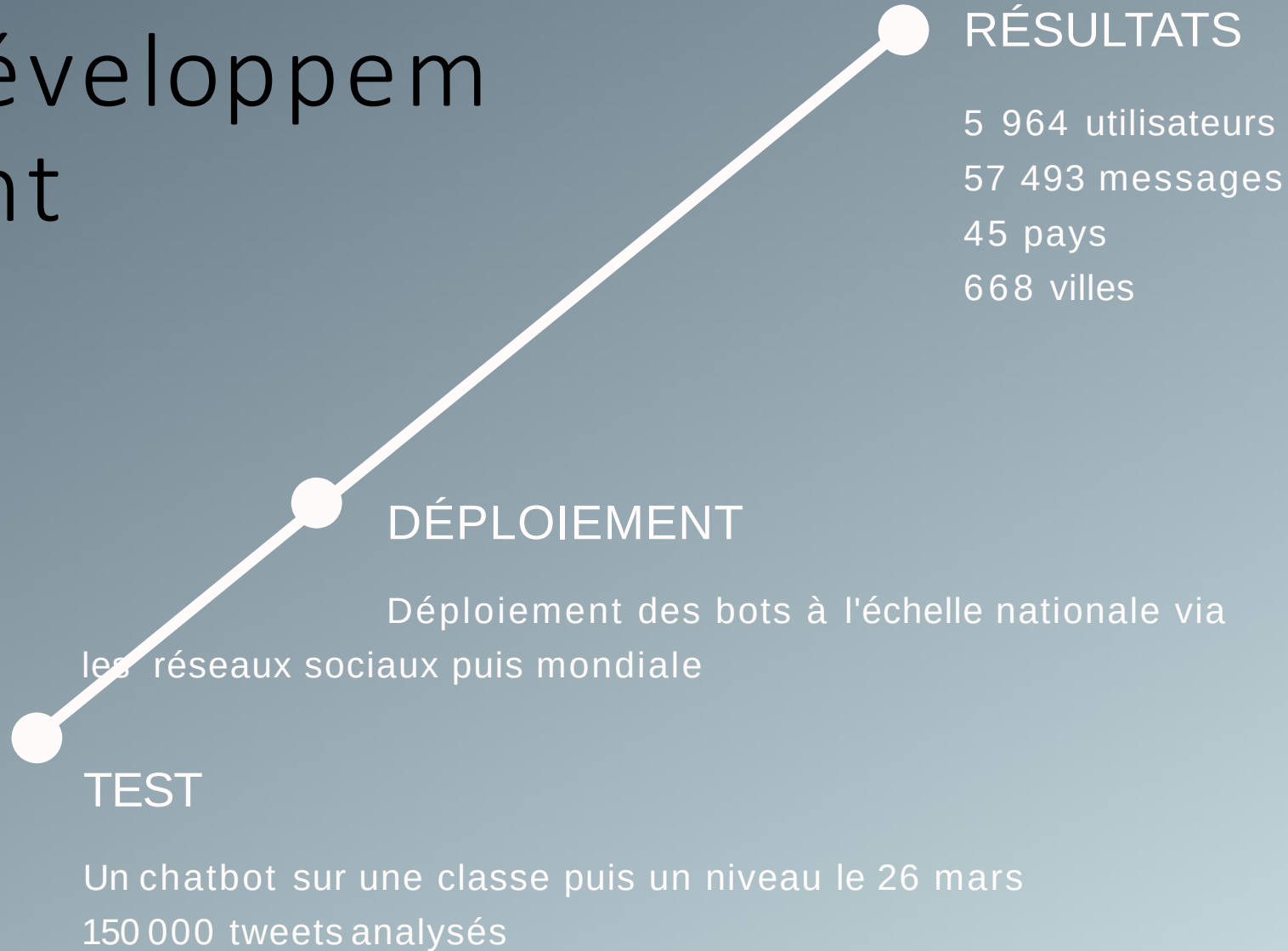
Utiliser LISa pour avoir une vision des points de frictions
Comprendre les comportements
Anticiper

Piste confinement									
Besoin vieux mensuels (pour la toilette) Incubateur électronique dans le support travail / toilette Préparer la soirée	Sauv pour les proches Plus d'efficacité sur le futur Cette / l'attente de la fin des premiers cas (on ne peut plus voir d'être malade)	Gérer la famille y compris conflit 24h/24 Augmentation des visites, des appels, des SMS (+ 25%) Vie en famille (vie de couple à repenser, solitude difficile) Régulation de la charge en cas de confinement ou de maladie Solitude compliquée	Anticiper son chez soi Nettoyage de proximité (ménage, lessive, nettoyage pour le sport) + rapport de voisinage (confinement et être alone)	Nouveaux loisirs + consommation de culture numérique Recherche de nouveaux loisirs de voisinage (jeux de société, ateliers, etc.)	Proche des proches gestion de leur santé, gestion de leur emploi, gestion de leur vie, gestion de leur vie Déclaration de la vie en hospitalisation et post-covid	Santé réduite Soins réduits Arrêt des soins de rééducation, soins des maladies, etc. l'attente sur un autre	Changement / pour de la famille Changement d'habitat, changement de lieu de travail, changement de lieu de vie Changement de lieu de travail, changement de lieu de vie Changement de lieu de travail, changement de lieu de vie	Déclaration de la vie en hospitalisation et post-covid Changement de lieu de travail, changement de lieu de vie Changement de lieu de travail, changement de lieu de vie Changement de lieu de travail, changement de lieu de vie	+ Local (déclaration) Maison de rapatriement pour analyse Ratio budget / achat Stocker les objets dans un espace sécurisé Consommation d'eau Déjà le acheter, l'acheter maintenant ? Préparer la prochaine crise Quand va-t-on se voir à nouveau ? Les mesures doivent s'adapter Pourquoi je voyage comme avant ?
Piste déconfinement									
Reprise du système des contraintes habituelles Nouveau système de gestion des activités	Nombre d'heures en bascule Augmentation des heures Nombre de personnes en augmentation Reprise des activités	Augmentation des heures Pour les applications de rencontres	Cette n'est plus la même Reprise des activités Reprise des activités	Système de gestion des heures Système de gestion des heures	debut de déconfinement	Augmentation du chômage Augmentation du chômage	Augmentation des heures Augmentation des heures	Augmentation des heures Augmentation des heures	Diminution du pouvoir d'achat Diminution du pouvoir d'achat

BRAINSTORMER

utiliser la donnée pour valider nos scénarios
Définir les besoins de demain
Redéfinir nos clients / usagers

Calendrier du développement





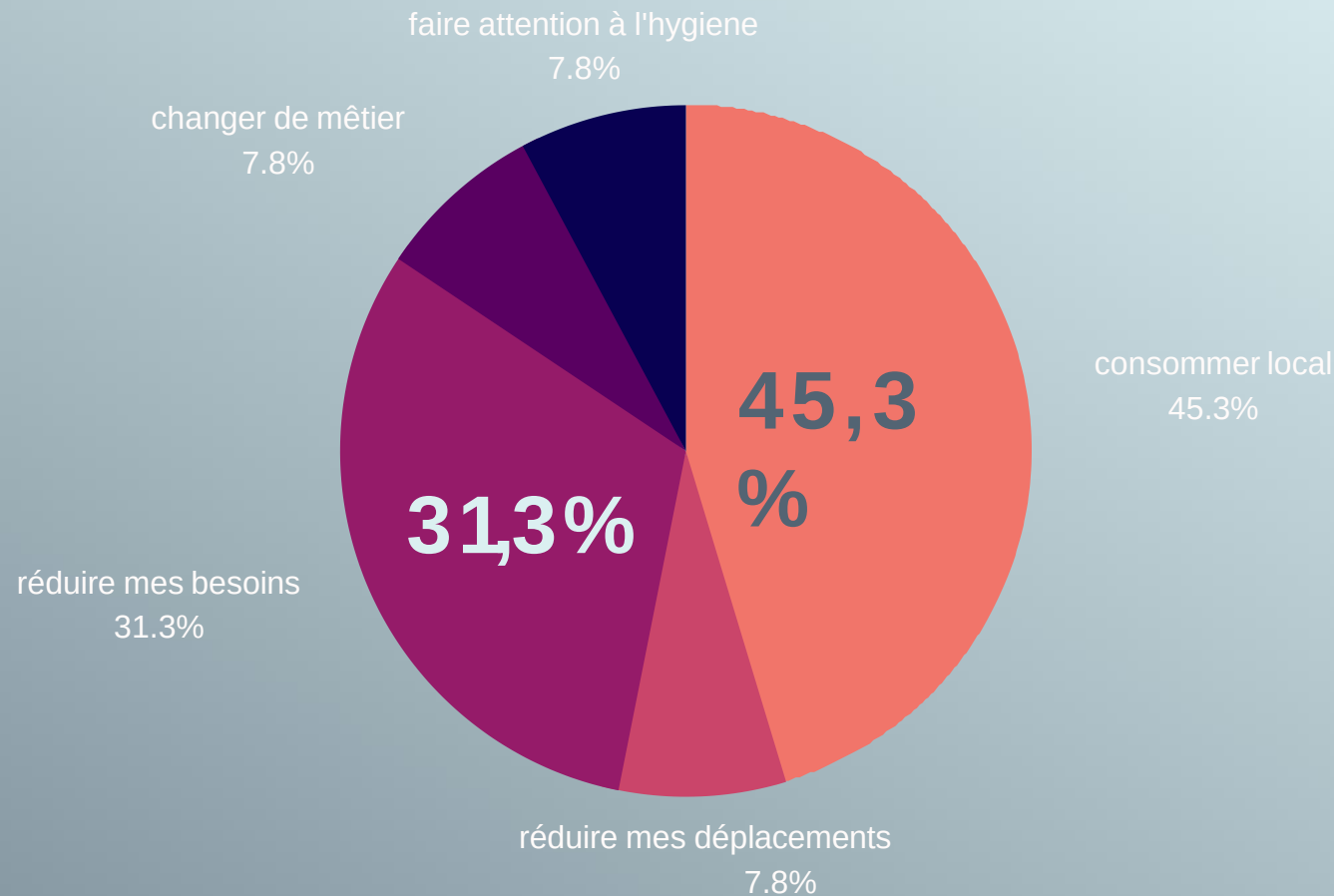
Pistes de réflexions

**COMMENT LE
COVID A
TRANSFORMÉ
NOTRE MANIÈRE DE
CONSOMMER AU
RESTAURANT ?**

Jouer la carte du local



QUEL AVENIR POUR LES MARAICHERS FRANÇAIS ? LA RÉPONSE DÉPENDRA COMME SOUVENT DES CONSOMMATEURS, INVITÉS PLUS QUE JAMAIS, À MANGER DES FRUITS ET LÉGUMES DE SAISON ISSUS DE LA PRODUCTION LOCALE. #OCCITANIE #HÉRAULT #CONFINEMENTJOUR51 #COVID—19 #CORONAVIRUS



On remarque une réelle incitation à vouloir changer sa manière de consommer après le COVID19

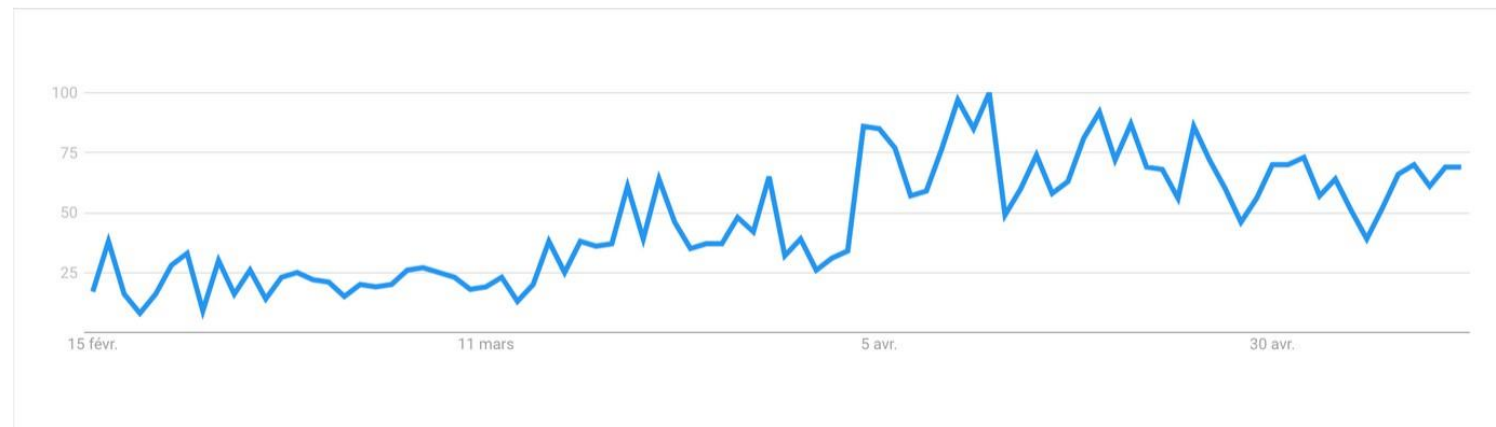
488 % Croissance des demandes des internautes sur la livraison de repas

APERÔ ET LIEN SOCIAL



En période de guerre, il faut pouvoir tenir un siège !!

Merci au patron de ma cave à bière habituelle qui s'est adapté suite à la fermeture de son établissement en rejoignant la résistance avec de la livraison à domicile
#confinementjour10



CLICK AND COLLECT



A la devanture du restaurant À mi-chemin rue Boulard à Paris, le chef @NordineLabiadh affiche aussi ses talents de dessinateur, en plus de nous régaler avec ses plats à emporter
Confinement JOUR 20

□ Dans le quartier des Carmes-Dalbade, Solides / Simon Carlier vous propose à présent ses menus à emporter et à réchauffer à la maison,
Déconfinement jour 6

Croissance RECORD des demandes des internautes sur la vente à emporter



HYGIENE PREOCCUPATION MAJEURE



#restaurant aucune envie d'y aller
et surtout aucune garantie des
normes de sanitaires ds les cuisines
et en salles, tt comme service
traiteur car aucun regard du client
de ce qui se passe en cuisine,
désolé pr eux mais notre santé
avant tout

Déconfinement Jour 6

Rassurer et Communiquer

12:45

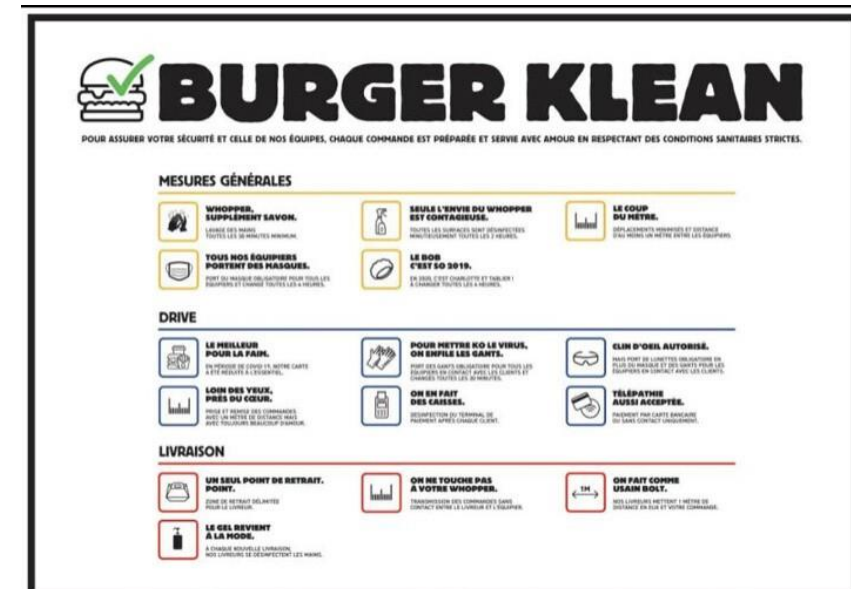
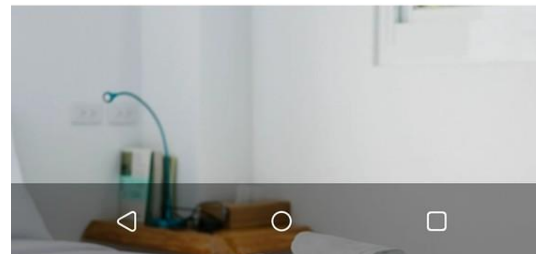
🕒 📶 46 %



Bientôt disponible : le nouveau programme Hygiène et propreté pour les hôtes

Nous travaillons en partenariat
avec des experts pour créer
des consignes détaillées et
d'autres ressources.

Par Airbnb, le 24 avr. 2020 · Temps de lecture :
6 min.



A circular image showing a traditional thatched-roof house with a wooden balcony, surrounded by lush greenery and flowers. The house has a steeply pitched roof made of dried palm leaves or similar natural material. The balcony is made of wood and is adorned with various colorful flowers, including purple and pink ones. The house is situated on a hillside, with a dense forest of tall trees in the background. The overall scene is very picturesque and idyllic.

Coronavirus ☐☐: À #Amsterdam, un restaurant a mis en place le service dans des «serres séparées» 😬

C'est même un parloir à ce niveau là
Celles qui aiment les voyous, ceci est un
entraînement sympa pour vous,

Dépasser les angoisses Soyez innovant





Que faire demain ?



COMPRENDRE LES BESOINS

Une bonne connaissance client permet une bonne anticipation du marché et de l'offre dans un contexte complexe

ADAPTER ET INNOVER

créer une offre qui va répondre aux besoins des usagers et les marquer durablement

COMMUNIQUER

Soyez présent en ligne pour mettre en avant vos avantages concurrentiels et profiter du partage de vos usagers

IA MARKETING



contact@ia-marketing.fr
www.ia-marketing.fr



MERCI !



Coach Professionnel en Entreprise & Conférencier

Accompagnement de managers

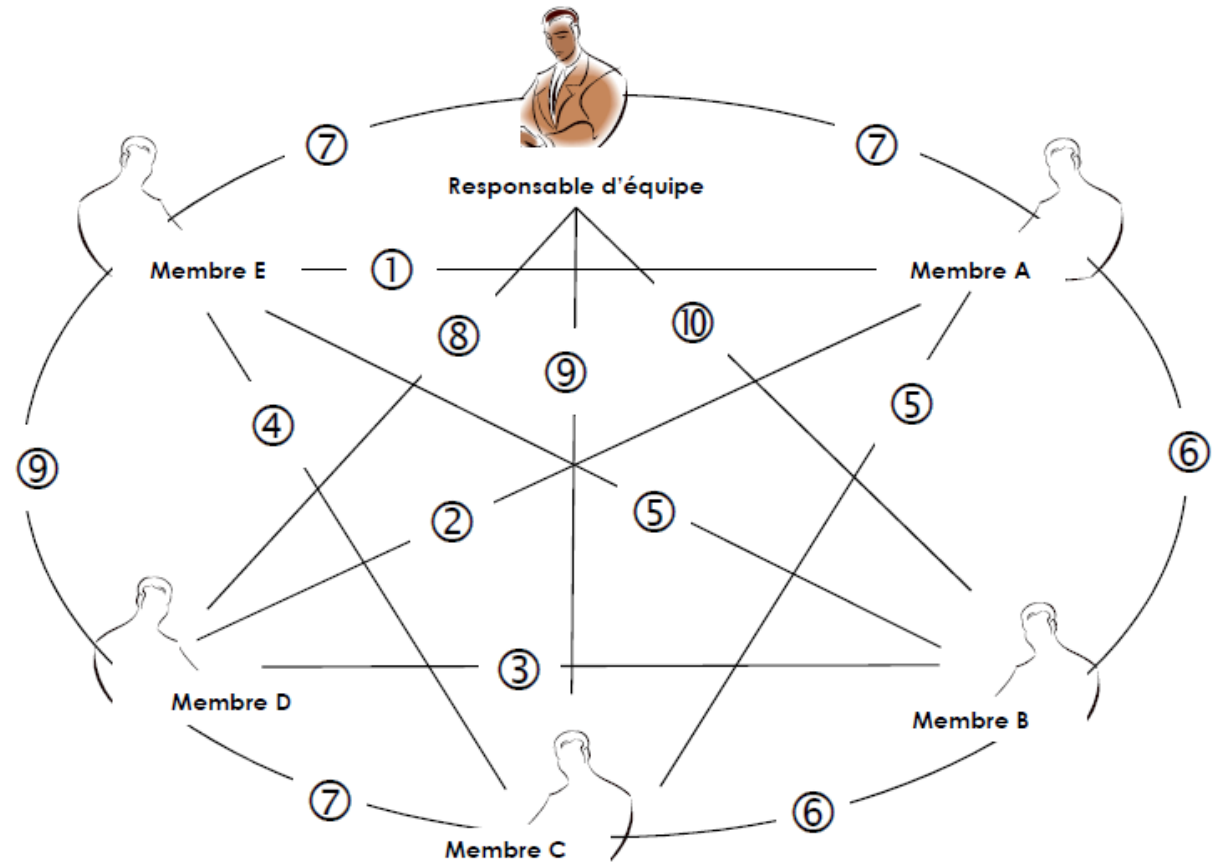
Accompagnement des Equipes / Cohésion d'équipes

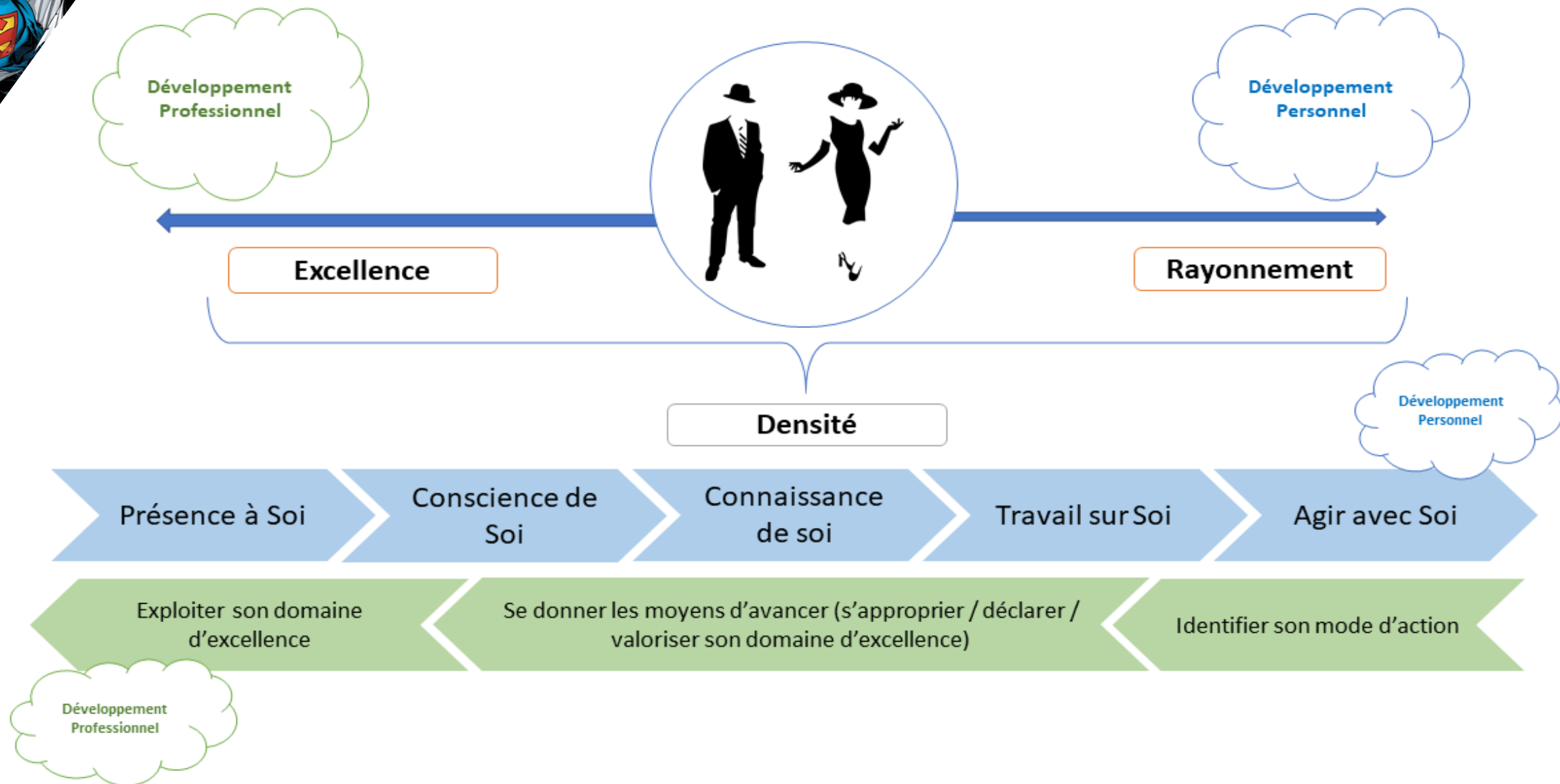


Mon Handicap est 1+ plus pour vous amener + loin !!
Fabrice Bourcet / www.verslerebond.fr / fabrice@verslerebond.fr



Appliquer des outils du coaching professionnel au management et aux équipes







1. Le manque de vision politique des enjeux pour les dirigeants

2. Cette pression amène des tensions entre les membres de l'équipe de direction



4. Les membres de l'équipe de direction les transforment en jeux de pouvoir et/ou les transfèrent



3. Les tensions sont en lien avec la problématique



5. La pression descend sur le management intermédiaire



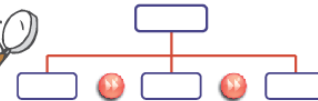
6. Chacun se retrouve avec sa part d'inquiétude, la recycle en combativité vers le marché ou en agressivité à l'intérieur du système ou les deux



9. Cette pression facilite les crises



11. Quand les tensions sont fortes, les managers ne les voient ni ne les sentent plus. Il est temps de travailler sur ce que l'équipe de direction doit dépasser et sur ce qui doit être désappris



8. Les tensions se propagent par contagion émotionnelle

Contexte socio-économique

1. Le marché et le contexte concurrentiel influent sur l'équipe de direction



7. Les conflits sont souvent le résultat de faiblesses de compétences et de prises de décision

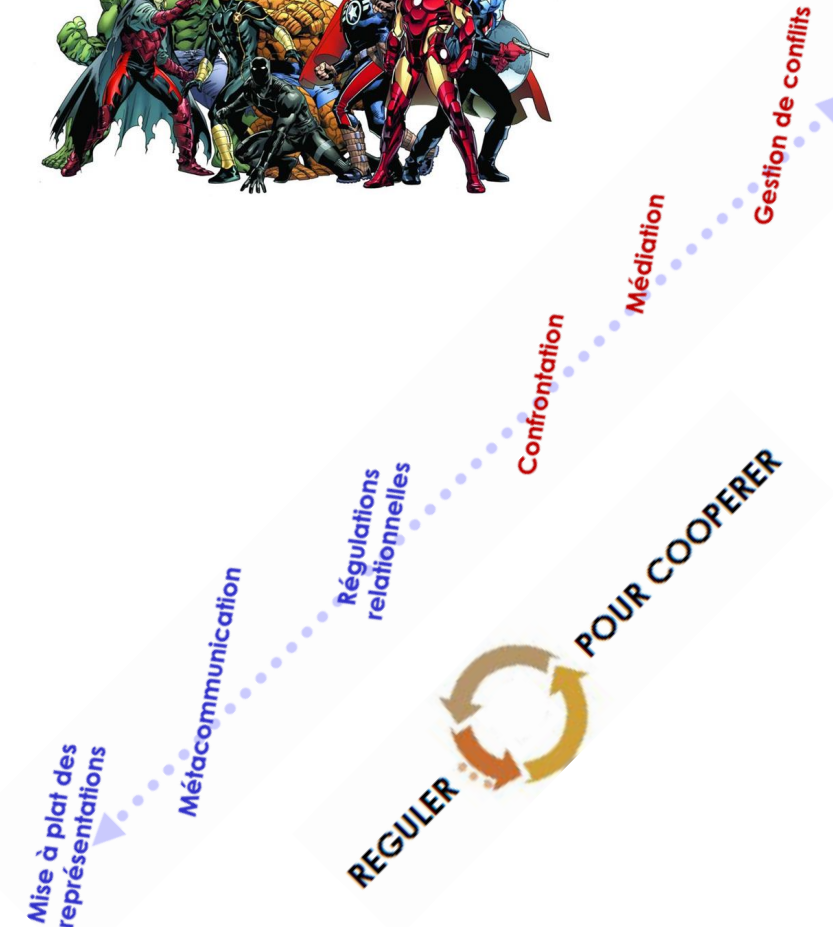


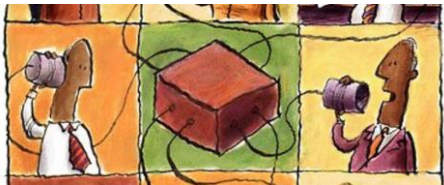
10. Quand les blocages s'expriment à la base, regardez la tête



12. Il est question d'utiliser les émotions négatives pour rechercher de nouvelles solutions et non de les retourner en colère contre les autres, ou contre soi par culpabilité...

13. Dirigeants, managers et équipes ont besoin de prendre du recul et d'apprendre à voir les pressions pour ce qu'elles sont : des enjeux à dépasser





Canaux de communication



Style de Management

A utiliser avec...
A éviter avec...



Sous stress :

Masques / Drivers
Comportements /
Mécanismes d'échec /
Scénario d'échecs

1 permanence « spéciale
COVID » - bureau ouvert
d'un manager, à tour de rôle .
Exemple : 1 fois par semaine,
le jeudi à 17h00, avec des
bonbons, gâteaux, etc..
(prendre soin)

En cas de reprise progressive des équipes,
garder un lien constant avec les absents,
télétravailleurs

Organiser des lieux / espaces
de paroles sur les angoisses,
peurs, émotions
(rassurer)

Inventaire des besoins insatisfaits en cette
période → que puis-je proposer ?
identifications des actions

Un mur à repeindre : mur de mots,
changer le thème et repeindre une fois
le Covid terminé

Café incontournable du matin, court mais
fréquent pour libérer la parole

Un mur d'expression avec un thème par
semaine ; Encouragements, Expressions,
gratitudes, émotions

Outils & Exemples

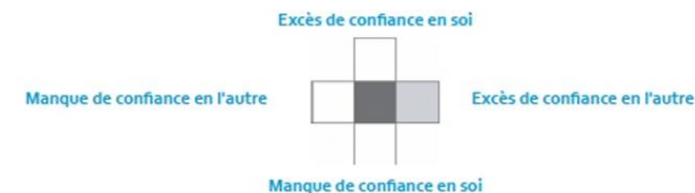
profil'INC 

DYNAMIQUE COMPORTEMENTALE - Synthèse

1/ MOTIVATION



2/ ASSERTIVITÉ



3/ ADAPTABILITÉ



Quels outils pour rassurer
mes clients,
mon équipe,
mes fournisseurs ?

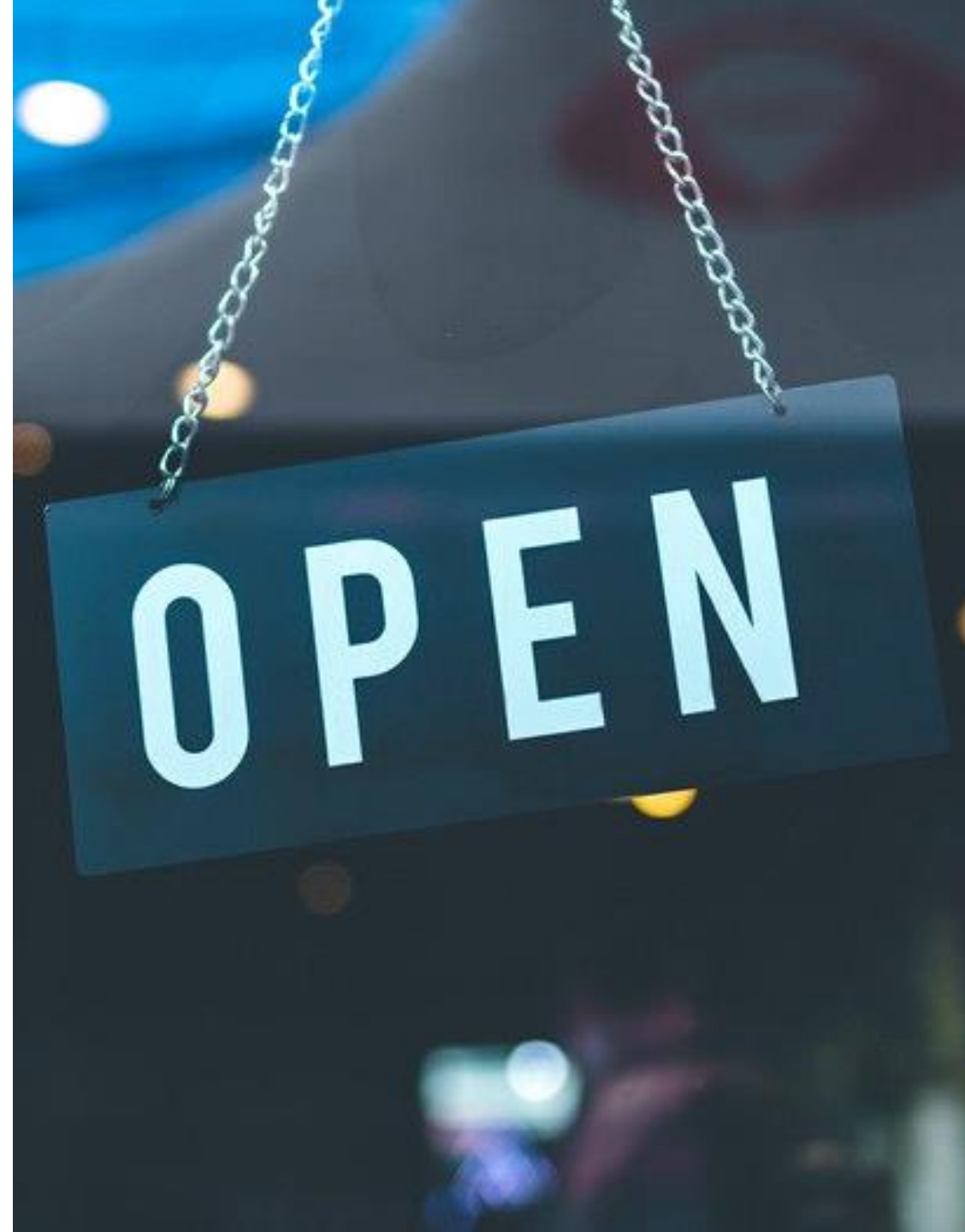


dfconseil

E x p e r t i s e e n r e s t a u r a t i o n

contact@fdconseilrestauration.fr

06 68 13 94 15





Depuis le 14 mars :



1 hotline 7/7 dédiée aux restaurateurs 100% gratuite



1 blog actualisé, des liens, des conseils



Depuis le 4 mai :



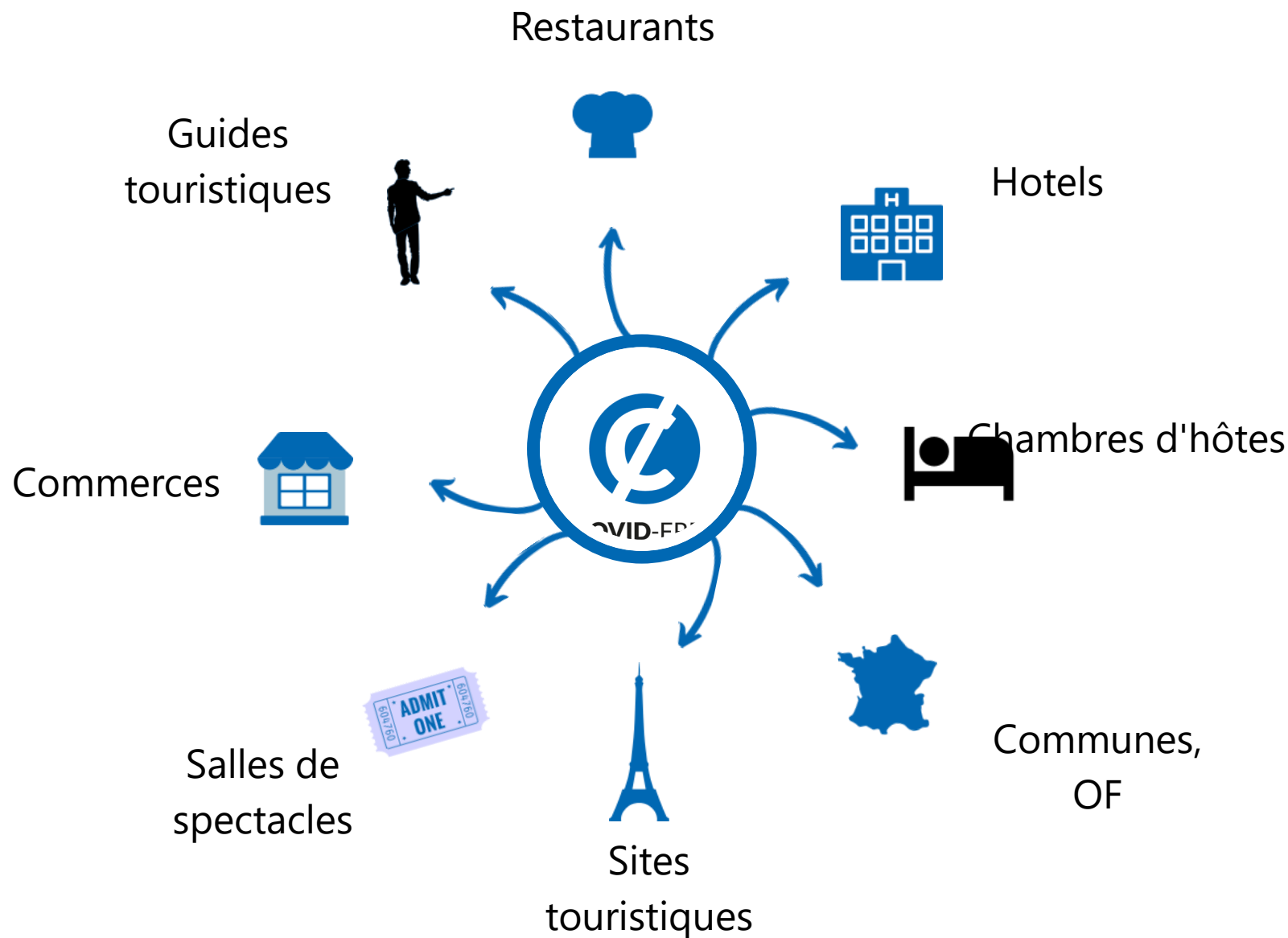
Ambassadeur Rhône-Alpes COVID-FREE



COVID-FREE

1er label pour un tourisme sécurisé collaboratif et indépendant des professionnels de la restauration, de l'hôtellerie et du tourisme s'engageant dans la lutte contre la propagation du virus.

Un label pour qui



C'est quoi COVID-FREE ?



Comment ça marche COVID-FREE ?



3 garanties :
clients
collaborateurs
chef d'entreprise



1 canal de
communication privé :
transversalité
indépendance
transparence



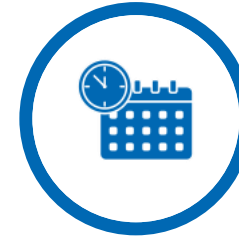
1 ambassadeur dans
chaque région



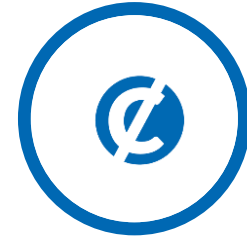
1 audit
pré-ouverture
en ligne



1 audit conseil à
l'ouverture



2 audits
par an



1 mail unique :
contact@covid-free.fr



dfconseil

MAIL : contact@dfconseilrestauration.fr

TEL : 06 68 13 94 15



Entreprendre une démarche de labellisation COVID-FREE c'est :

- Rassurer ses équipes, ses clients et ses fournisseurs
- Communiquer sur vos BPO et BPH
- Maîtriser son E-réputation
- Favoriser la fréquentation de son établissement



COVID-FREE

Des ambassadeurs sur toute la France

Ile de France - AURA - PACA - Nouvelle Aquitaine - Pays de Loire - Grand Est - Occitanie

Un seul contact :

covid-free.fr



La sécurité est une affaire de tous pour tous !

MAIL : contact@dfconseilrestauration.fr

TEL : 06 68 13 94 15



UrgencesJuridiques.com