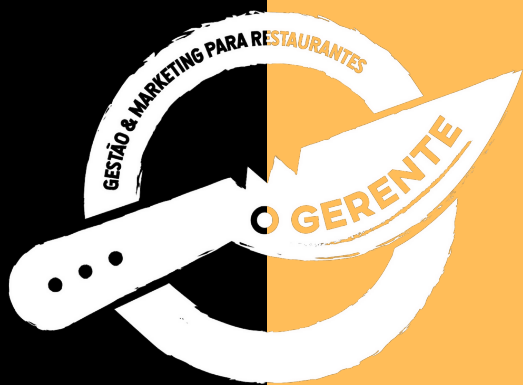


10 DICAS PARA AUMENTAR O SEU LUCRO





- 01** Altere regularmente o seu menu
- 02** Não destaque os seus preços
- 03** Não estabeleça preços aleatoriamente
- 04** Utilize o "up-selling"
- 05** Tenha o seu menu online
- 06** Pare de inventar desculpas para não fazer fichas técnicas
- 07** Compre uma balança
- 08** Tenha um menu pequeno, mas vencedor
- 09** Destaque os pratos com maior margem de lucro
- 10** Coloque amor na descrição dos seus pratos

QUEM SOMOS NÓS



SOMOS CONSULTORES DE RESTAURANTES E AJUDAMOS RESTAURANTES A ALCANÇAR RESULTADOS ATRAVÉS DE UM COMPROVADO MÉTODO DE GESTÃO.

DESDE O ANO 2000 QUE COLABORAMOS COM VÁRIOS PROJETOS LIGADOS À RESTAURAÇÃO, ABERTURA E GESTÃO DE RESTAURANTES E BARES, ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS, CONSULTORIA E DIREÇÃO HOTELEIRA.

COM UMA CARREIRA DEDICADA A AJUDAR RESTAURANTES, CONTINUAMOS A AJUDAR, ENSINAR E APLICAR MÉTODOS DE GESTÃO E MARKETING QUE JÁ TRANSFORMARAM MUITOS NEGÓCIOS EM PORTUGAL E NÃO SÓ.

VAMOS CONTINUAR A LEVAR A TODOS OS EMPRESÁRIOS DE RESTAURAÇÃO, UM PLANO DE GESTÃO E MARKETING QUE NÃO SÓ LHE GARANTE UMA ALAVANCAGEM NO SEU NEGÓCIO, COMO O COLOCA NUM PRIVILEGIADO LUGAR DE DESTAQUE NO SEU MERCADO.



1. ALTERE REGULARMENTE O SEU MENU



Já reparou que os restaurantes de sucesso alteram constantemente o menu?

Quando o menu é alterado, a vontade de o cliente regressar é renovada, mantendo-os assim "presos".

É bastante importante analisarmos constantemente o desempenho dos pratos do menu, e o seu POS é o seu melhor amigo para encontrar este tipo de dados.

Os pratos que vendem bastante são o melhor ponto de partida para criarmos novos pratos vencedores.

O feedback dado pelos clientes pode também ser a origem de um prato a colocar no menu que será campeão de vendas. Se muitos pedem, e se enquadra no conceito, porque não o coloca disponível?

Não invista muito dinheiro no tipo de papel e na impressão, pois uma pequena alteração pode sair caro.

2. NÃO DESTAQUE O SEU PREÇO



Salientar o preço dos pratos pode ser o pior erro que está a cometer no seu restaurante, pois está a chamar a atenção do cliente para o preço e não para o valor do prato em si.

O preço deve ter a mesma fonte e tamanho da descrição do prato, para que este não seja descartado apenas pelo seu valor monetário.

Outro erro muito comum, que se encontra nos menus de restaurantes, é colocar os preços em coluna e por ordem crescente ou decrescente.

Este erro faz com que os clientes deixem de ter interesse desde o momento, em que a tabela atinja o que estaria disposto a gastar. Se o cliente gostar da descrição de um prato, estará disposto a ultrapassar o "orçamento" disponível.

Mantenha o foco no prato e na sua descrição e não nos preços.

3. NÃO ESTABELEÇA PREÇOS ALEATORIAMENTE



Aumentar os preços apenas porque o seu custo de matéria-prima é alto ou gostaria de ter uma margem maior, é um erro muito comum no mundo da restauração e deve ser evitado a todo o custo.

Procure analisar a concorrência antes de alterar preços, e se estes praticarem preços similares aos seus, deverá primeiro negociar com os fornecedores o custo da matéria-prima.

Mais uma vez, o POS pode ser o seu melhor amigo, indicando-lhe quais os preços a alterar e até mesmo quais os pratos que devem sair da ementa ou serem modificados.

Vai mesmo querer aumentar o preço de um prato que vende pouco?

4.UTILIZE O UP-SELLING



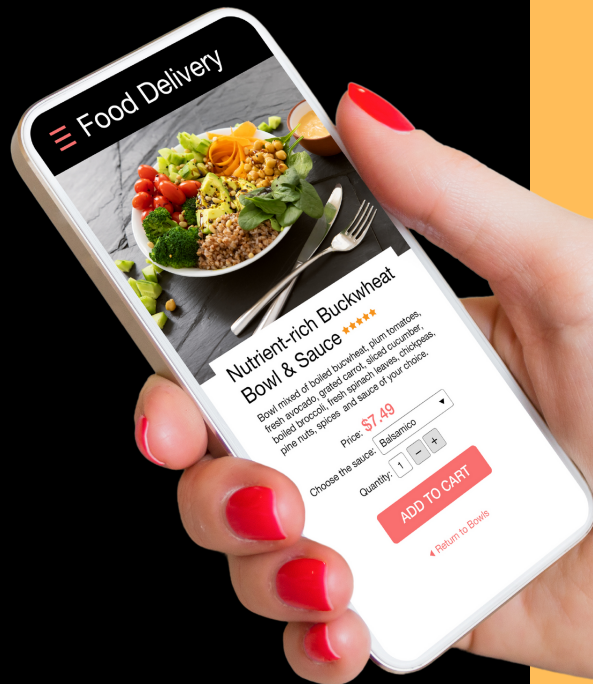
O "up selling" é uma estratégia de venda de forma a aumentar o valor do prato que foi escolhido, como por exemplo, acrescentar cogumelos ou queijo a um hambúrguer.

Formar funcionários para que pratiquem o "up sell" é importante, mas esta técnica pode ser também utilizada no seu menu, não ficando apenas dependente da vontade funcionário.

Ter menus combo é uma ótima forma de fazer "up sell", adicionando bebidas, uma entrada ou sobremesa a um prato.

Mais uma vez, através do POS, é possível decifrar quais os melhores menus combo a praticar, analisando a popularidade de cada prato e conjugando os pratos mais populares aos itens com maior margem de lucro.

5. TENHA O SEU MENU ONLINE



Nos dias que correm, a maioria das pessoas pesquisa sobre o restaurante que desejam visitar.

O menu pode ser um dos fatores de decisão de escolha, pois grande parte dos clientes gostam de ver o menu online, antes de escolher onde vão almoçar ou jantar.

Deve colocar o seu menu no seu website, assim como nas redes sociais, no Zomato, Tripadvisor e até fidelizar-se com plataformas como a Uber, Glovo, onde o seu produto fica exposto.

Os sites de reservas, em que o seu restaurante está registado, devem também ter o seu menu exibido.

Não esquecer que é importante que o menu online facilite uma navegação que seja compatível com dispositivos móveis.

6. PARE DE INVENTAR DESCULPAS PARA NÃO FAZER FICHAS TÉCNICAS



Esta é sem dúvida uma das principais razões de muitos restaurantes fecharem!

Desculpas como:

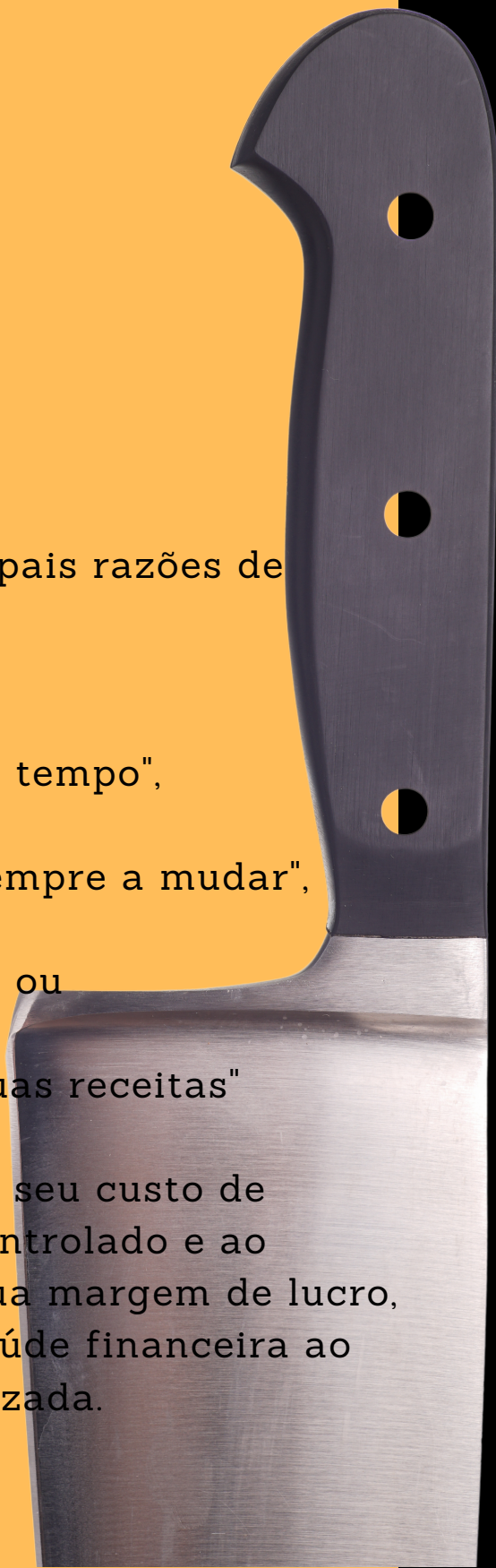
"Já fazemos estes pratos há muito tempo",

"O preço da matéria-prima está sempre a mudar",

"Não sabemos trabalhar no excell" ou

"O chefe não quer desvendar as suas receitas"

podem realmente fazer com que o seu custo de matéria primas geral esteja descontrolado e ao mesmo tempo a comprometer a sua margem de lucro, o que traria facilmente alguma saúde financeira ao seu restaurante, caso fosse otimizada.



7.COMPRE UMA BALANÇA



Por muito que confie em todos os seus fornecedores, e por muito honestos que eles sejam, erros humanos acontecem, por isso tenha sempre uma balança na recepção de mercadorias.

Compare sempre as quantidades recebidas com as quantidades faturadas, duvidando inclusive de todas as matérias-primas embaladas e com a quantidade apresentada.

É importante também estar atento aos seus fornecedores de proteínas, pois pode estar a comprar algum produto mais barato, mas com maior taxa de desperdício.

Não se esqueça de pesar o produto na sua chegada e depois de "limpo", sabendo assim qual a sua taxa de desperdício, taxa de aproveitamento, assim como o seu custo por peso líquido

(peso líquido = peso bruto - desperdício)

8. TENHA UM MENU PEQUENO, MAS VENCEDOR



O seu menu é a ferramenta de marketing e de gestão mais poderosa dentro do seu restaurante.

Se analisarmos a quantidade de pratos existentes no seu menu, definitivamente menos é mais:

Menos pratos, mais rápida é a decisão do cliente, logo mais rápido o pedido chega à cozinha.

Menos pratos, mais rápida é a formação de novos membros da cozinha.

Menos pratos, mais organizado estarão os seus armazéns, frigoríficos e congeladores.

Menos pratos, mais fácil é fazer encomendas, recepcionar e organizar.

Ainda tem dúvidas que menos é mais?

9. DESTAQUE OS PRATOS COM MAIOR MARGEM DE LUCRO



Destaque no seu menu os pratos mais rentáveis, para poderem logo atrair a máxima atenção.

Dê-lhes um lugar de destaque com sugestões como "sugestão do chefe", "novidade", "o mais pedido" ou "o mais adorado".

Pode também utilizar o design/grafismo para obter o mesmo resultado de destaque: descrições dentro de caixas, descrição a negrito, cores, fotografias.

Tenha atenção ao número de destaques que vai escolher, e escolha apenas um por categoria, pois caso decida escolher bastantes pratos, o destaque deixa de fazer efeito.

10.COLOQUE AMOR NA DESCRIÇÃO DOS SEUS PRATOS



Os nomes e as descrições que utiliza no seu menu influenciam a decisão dos seus clientes, as palavras utilizadas devem então ser precisas e cativantes

Através de uma experiência conduzida pelo Dr. Brian Wansink na Cornell University descobriu-se que os pratos com descrições resultam em clientes mais satisfeitos com as suas refeições.

Comparou-se descrições de pratos utilizando termos sensoriais como “tenro” e “suculento”, termos culturais ou geográficos como “Italiano”; e termos nostálgicos como “caseiro”, “tradicional” e “D’Avó” contra as mesmas refeições sem os termos descritivos.

Chegou-se à conclusão que as descrições aumentam as vendas em 27%

Esperamos que tenha gostado!

