Наука о ресторанном меню

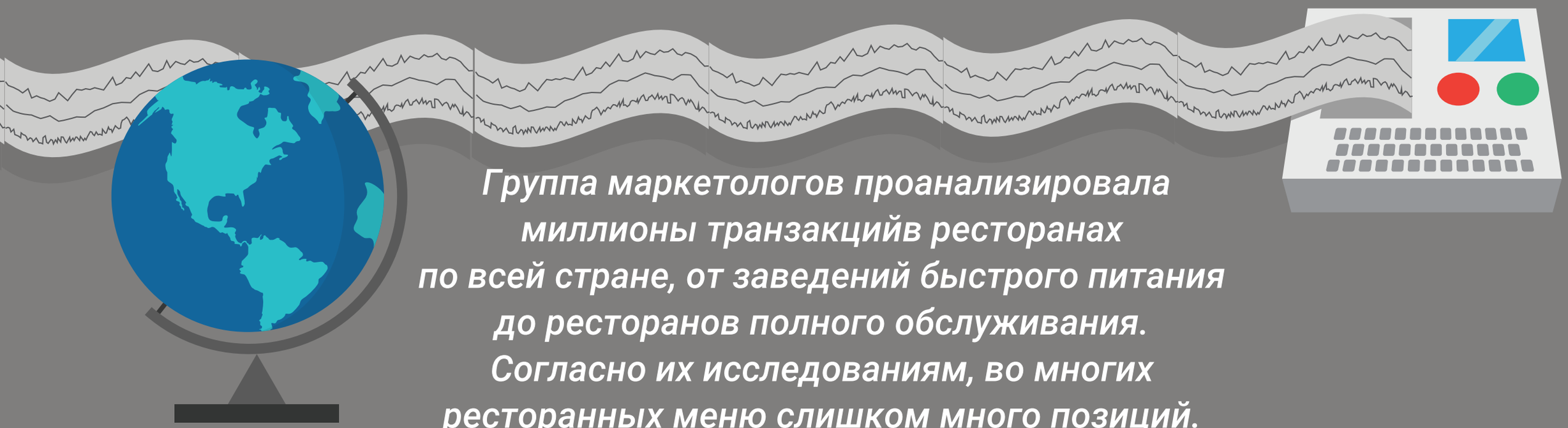
Все что вам нужно знать о меню — здесь!

Лучшие ресторанные меню спланированы и продуманны. Это больше, чем просто слова и фотографии. Овладейте этими секретами, основанными на полученных данных, и вы получите меню, которое поразит всех ваших гостей.

Меню — это ваше единственное средство общения с посетителями, которое увидят 100% из них, но у вас есть лишь 109 секунд, чтобы сказать им то, что вы хотите, поэтому сосредоточьтесь на четких сообщениях.

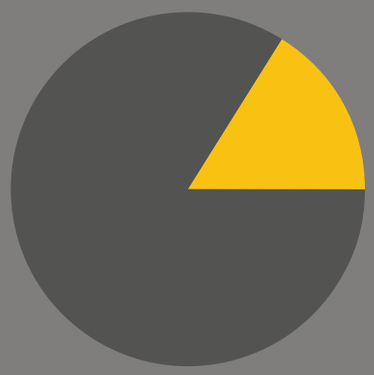
1. Ограничения

Лучшие ресторанные меню демонстрируют парадокс теории выбора: чем больше у нас вариантов выбора, тем большее беспокойство мы испытываем.



Группа маркетологов проанализировала миллионы транзакцийв ресторанах по всей стране, от заведений быстрого питания до ресторанов полного обслуживания. Согласно их исследованиям, во многих ресторанных меню слишком много позиций.

В частности: 80 процентов продаж в ресторане приходится на 16 процентов позиций меню.



ПОЗИЦИИ МЕНЮ

16% = 80%

ПРОДАЖИ ЕДЫ

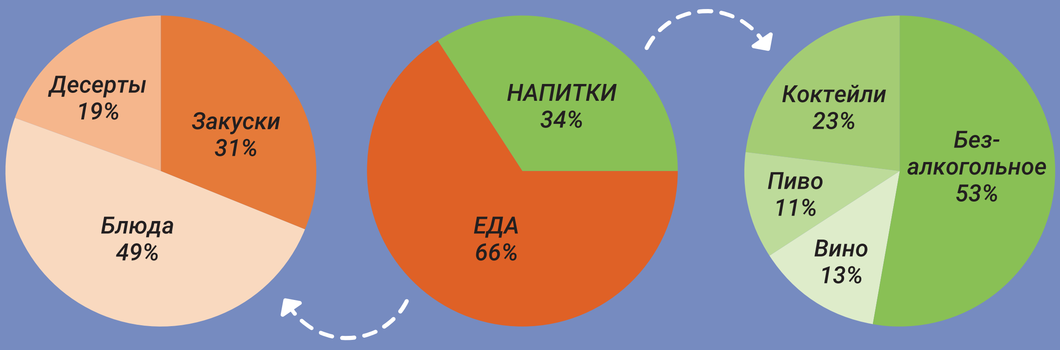
Какое же количество будет идеальным? Максимум должен составлять семь вариантов для каждой категории продуктов питания, поэтому семь закусок, семь блюд и семь десертов.

2. Используйте эту "золотую пропорцию" в меню для увеличения маржи

По результатам исследований было выявлено общее соотношение типов продуктов питания и напитков.

В целом, мы обнаружили, что в большинстве ресторанов на долю продуктов питания, указанных в меню, приходится 66 процентов продаж. В разделе напитков, на долю которого приходится 34 процента продаж, почти половину продаж алкогольных напитков составляют коктейли.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ ПРОДАЖ В МЕНЮ:



Как использовать эту пропорцию в ваших интересах?

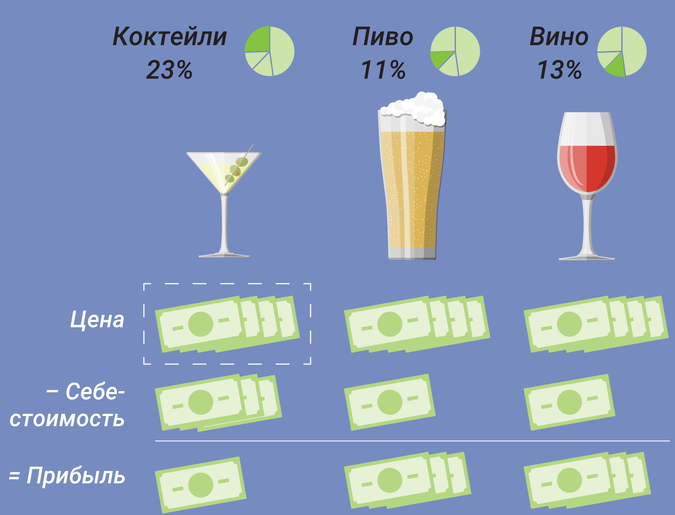
Дело не в том, насколько высоки или низки цены на еду, а в том, сколько долларов прибыли приносят позиции в вашем меню. Вот почему позиции меню следует продвигать на основе их ценности, а не исходя из низкой стоимости продуктов питания (в процентах).

Мощный старт, уверенный финиш.

Почти половина продаж продуктов питания приходится на основные блюда. Если вы убедитесь, что ваши основные блюда — это товары с самой высокой наценкой (или общей прибылью), вы можете смело экспериментировать с закусками, благодаря которым гости возвращаются к вам, но которые не приносят большой прибыли.

Основные блюда всегда использовались ресторанами для получения более высокой прибыли, в отличие от десертов, которые составляют лишь небольшую часть общего дохода. Однако вы можете использовать десерты, чтобы усилить позитивные впечатления клиента.

Подарите вашей коктейльной карте (и миксологам) немного любви



Как всем известно, алкогольные и безалкогольные напитки — отличное место для улучшения коммерческих результатов.

Вино и пиво, разливаемые по бокалам, часто требуют меньше затрат рабочей силы, чем смешанные напитки, конечно, если у вас в штате нет сомелье. Но на долю коктейлей приходится четверть продаж алкогольных напитков, поэтому, если вы ищете способ значительно увеличить выручку, в первую очередь обратите внимание на цены в коктейльной карте.

3. Не используйте(слишком много) фото

Одна фотография рядом с позицией меню увеличивает продажи на 30%.

Исходя из этого, нет причин НЕ использовать столько фотографий для позиций меню, сколько позволяет дизайн и пространство, если подойти к этой задаче с умом.

Оптимальное правило? Одно фото на страницу.

4. Уберите знаки рубля

Люди тратят значительно больше в ресторанах, где в меню **отсутствует** денежное обозначение.

Отсутствие знаков рубля устраняет «болевую точку» стоимости позиции меню. Вместо 350 рублей за пасту лучше указать просто 350,00 или даже 350.

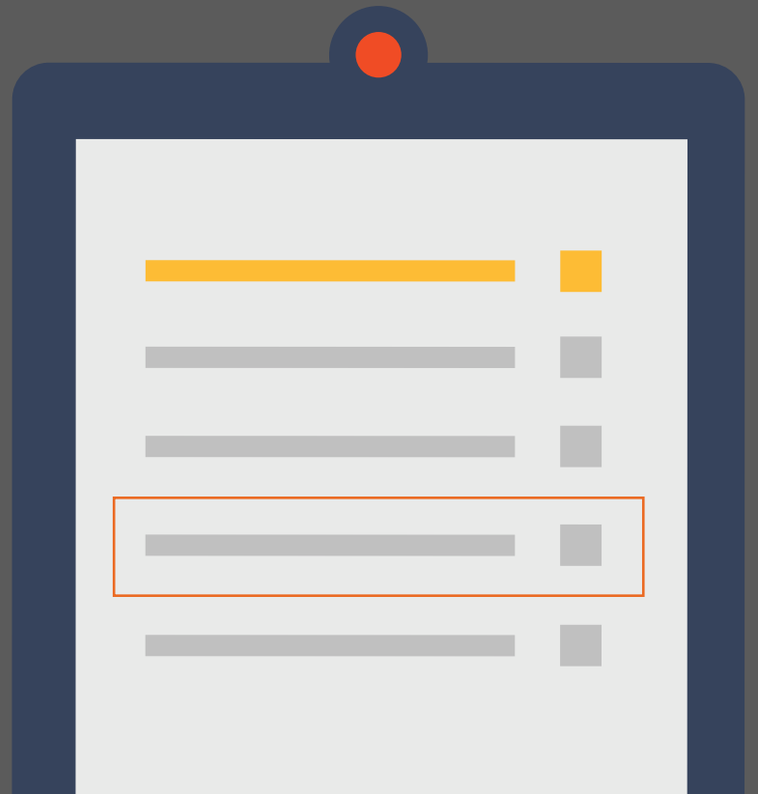
Какой лучший способ представления цены? НЕ добавляйте пунктирные линии от позиции к цене. Вместо этого скромно укажите цену после описания таким образом, чтобы взгляд гостя просто скользил по ней.
Выделение цены в отдельный столбец с помощью пунктирных линий, как это часто делается, привлекает к ней излишнее внимание, независимо от наличия знака рубля.

5. Сначала укажите самые дорогие позиции

Люди читают списки сверху вниз.

Просмотр самых дорогих позиций в начале списка обеспечивает привязку для сравнения других, менее дорогих позиций, в сравнении с которыми они выглядят более выгодными.

Используйте в качестве опции по умолчанию рамки, чтобы выделить блюда, которых вы планируете продать больше.

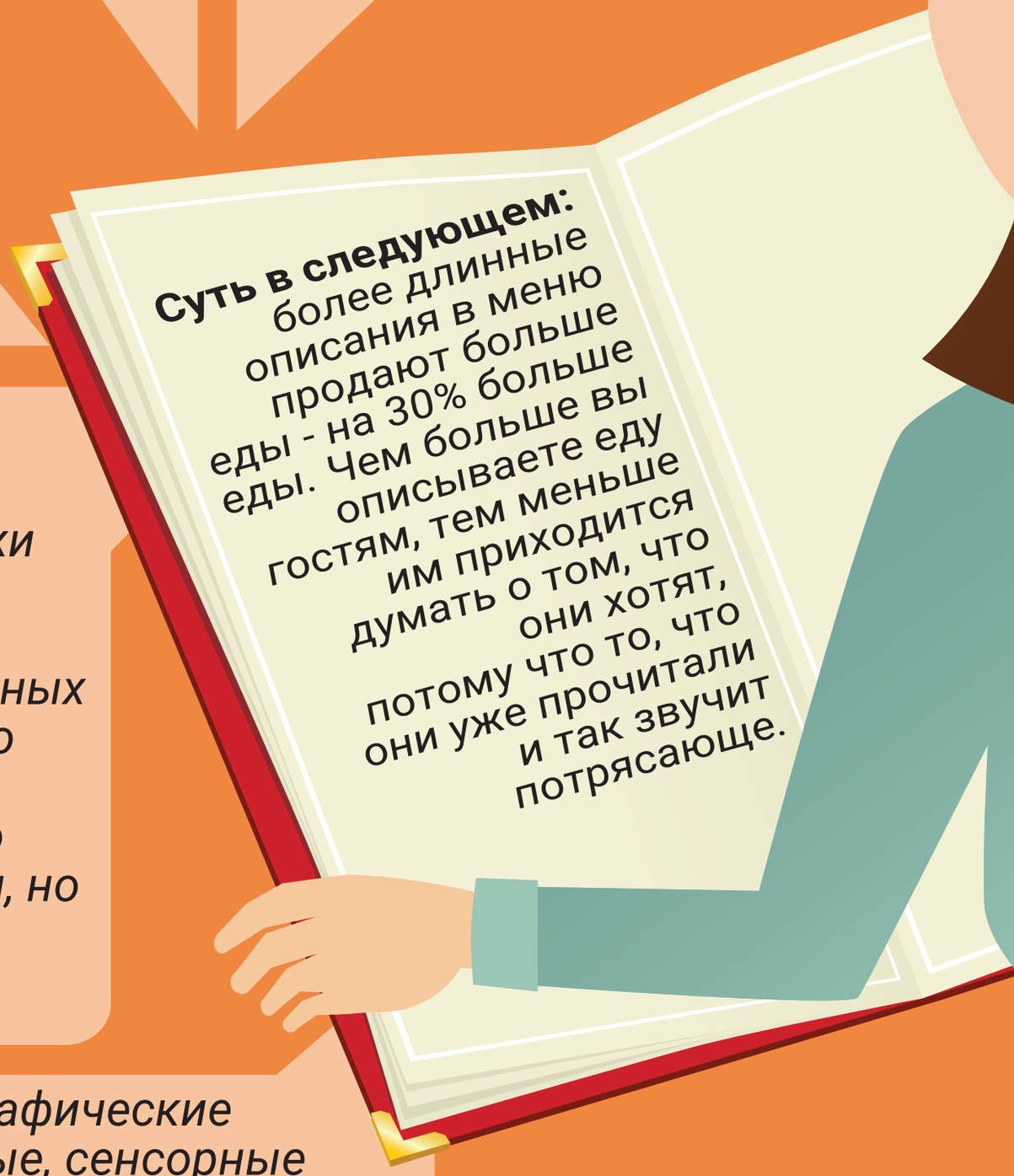


6 - Используйте сложные описания и запоминающиеся термины

Подробные описания пунктов меню отвлекают внимание гостей от цены и улучшают восприятие стоимости.

Используйте слова, возбуждающие аппетит. Такие эпитеты как «нежный», «золотой» и «натуральный» могут оказать позитивное влияние на выбор гостей.

Выделите позиции с самой высокой прибылью, снабдите их более длинными описаниями, чтобы привлечь внимание быстрее.



Яркие образы и наводящие на размышления названия блюд могут увеличить продажи на целых 25%. Творчески осмысленные термины генерируют больше положительных комментариев после еды, что свидетельствует о том, что термин влияет не только на вероятность выбора позиции, но и на удовольствие, получаемое от еды.

Используйте географические названия, аффективные, сенсорные термины, названия брендов.

7. Пустое пространство

Когда меню заполнено полотнами длинных описаний, взгляд ваших гостей ищет пустое пространство. Это очень хорошо.

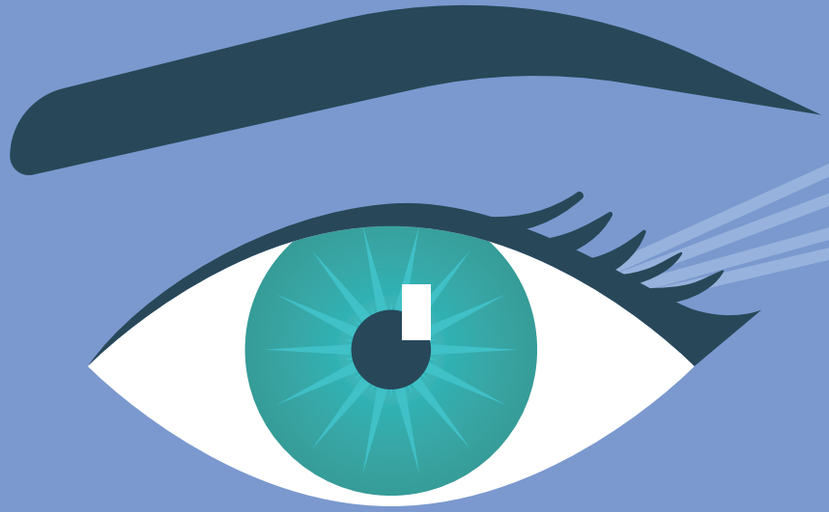
С точки зрения психологии, предметы с наибольшей прибылью заслуживают ***своего собственного пространства.***

Создайте свое собственное свободное пространство: *поместите самые прибыльные позиции в рамку и выделите им отдельное место. Это привлекает внимание гостей к позициям, на которые вы хотите обратить внимание.*

Самые прибыльные позиции

8. Блуждающие взгляды

Использование свободного пространства приводит нас прямо туда… где блуждает взгляд ваших гостей.



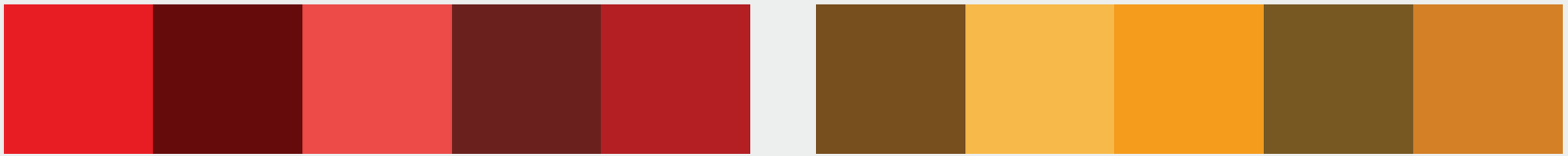
Супермаркеты и розничные магазины прекрасно умеют размещать товары, приносящие наибольшую прибыль, на уровне глаз, и то же самое можно сделать с меню вашего ресторана.

Где блуждают взгляды ваших гостей?

Верхний правый угол.

9. Все краски воображения

**Цвета в вашем меню влияют на то,
что заказывают ваши гости.**



*Задумывались ли вы, почему так много ресторанов
используют в своих меню красный и желтый цвета?
Красный стимулирует аппетит, а желтый привлекает внимание.*

*Синие значки или изображения могут быть полезны
при продаже морепродуктов. Зеленый может помочь в продаже овощей.*

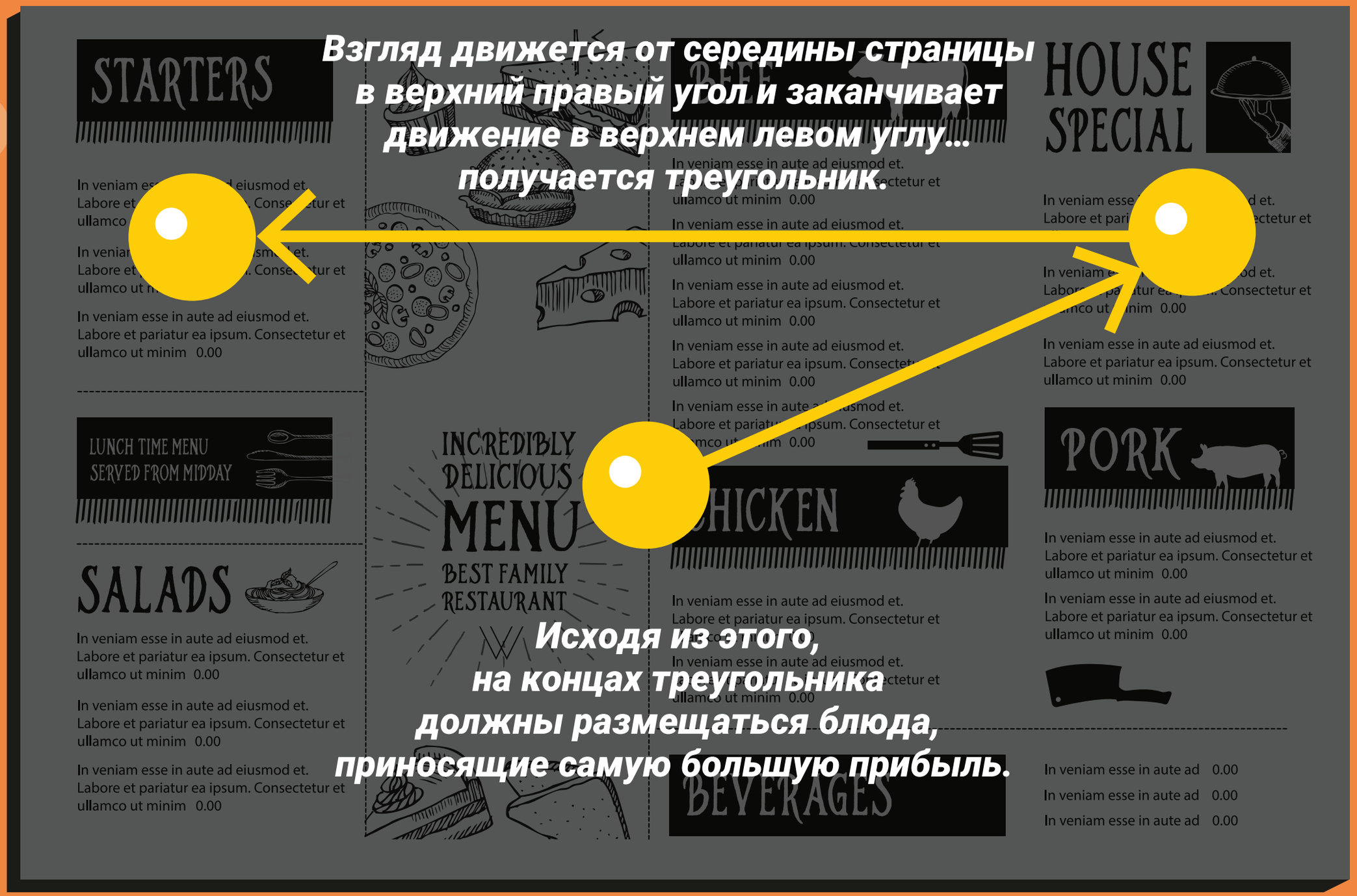
10. Блюда-приманки

Знаете ли вы, что гости подсознательно заказывают две верхних позиции меню больше, чем любую другую позицию? Перспектива — это наше все.

Если гости в первую очередь обращают внимание на верхнюю часть меню, хитрость заключается в том, чтобы включить туда действительно дорогую позицию, чтобы стоимость всего остального казалась разумной. Стейк за 1000 рублей кажется более доступным, если первым, что вы увидели, был ужин с лобстером за 2000 рублей.

11. «Золотой треугольник»

Если бы вы нарисовали тепловую карту для любого меню, вы бы увидели, что взгляд посетителя перемещается по той же траектории



Взгляд движется от середины страницы в верхний правый угол и заканчивает движение в верхнем левом углу… получается треугольник.

Исходя из этого, на концах треугольника должны размещаться блюда, приносящие самую большую прибыль.

12. Использование местных продуктов

Одной из наиболее популярных, новых тенденций в ресторанном бизнесе является использование продуктов местного производства. Создавайте на основе этих продуктов сезонные предложения — это прекрасныйспособ обновить свое традиционное меню. Динамическое меню является важным фактором лояльности гостей.

Не совершайте эти ошибки...

Их делают практически все, но вы же теперь профессионал.

«Я не могу прочитать, что тут написано» — плохая читабельность является следствием использования слишком маленького или слишком светлого шрифта, или фонового цвета страницы, на котором текст видно плохо. Вы же не хотите, чтобы ваши гости ощущали необходимость использовать камеру iPhone для увеличения меню.

«Что это за меню размером со стол». — Размер вашего меню должен учитывать габариты и сервировку стола - не стоит напрягать гостей.

«Вы видели, сколько стоит этот стейк?» — Когда вы уделяете излишнее внимание цене и располагаете ее на видном месте, ваши гости перестают обращать внимание на вызывающие аппетит описания блюд.

menuteca

МЕНЮ И ПОЛИГРАФИЯ
ДЛЯ РЕСТОРАНОВ И ГОСТИНИЦ

Дизайн меню и рекламной продукции для ресторанов
Производство полиграфических изделий и промо продукции

+7 (495) 104-24-13
info@menuteca.ru
menuteca.ru