

FORMAÇÃO DE PREÇO 4.0

Guia

ENGENHARIA DE CARDÁPIO

BARES, RESTAURANTES E LANCHONETES

2020

CAIO VIANA
CONSULTOR LINK CONSULTORIA


LINK
CONSULTORIA

ANÁLISE DO CARDÁPIO

Avaliar e acompanhar de forma sistemática os resultados da empresa, proporciona tomadas de decisões mais assertivas. O mesmo se aplica para o Cardápio utilizado nos restaurantes, bares e lanchonetes. O Cardápio é um dos principais instrumentos de comunicação com o cliente e desempenha papel principal na decisão de compra.

05

DESIGN

O design é na atualidade um dos elementos que compõe diretamente a decisão de compra de um produto/serviço. Uma apresentação clara, objetiva, elegante e bela, pode levar seu cliente a se encantar logo na entrada. E o cardápio é um desses componentes. Cuide muito bem dele.

09

DICAS

*Nas dicas você visualizará algumas orientações importantes, simples e cruciais para o seu negócio de **alimentação fora do lar**, mas que muitas vezes ficam em segundo plano ou esquecidas.*

12

INTRODUÇÃO

Guia

ENGENHARIA DE
CARDÁPIO

CAIO VIANA
CONSULTOR LINK CONSULTORIA

8%

É A MÉDIA DE DIFERENÇA ENTRE A FICHA TÉCNICA IDEAL E A REAL. MEDIR RESULTADOS É O CAMINHO PARA ELEVAR A PERFORMANCE

3%

LOGEVIDADE

SEGUNDO ABRASEL, 3% É O PERCENTUAL DE NEGÓCIOS DE ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR QUE MANTÉM AS PORTAS ABERTAS APÓS UMA DÉCADA.

INTRODUÇÃO

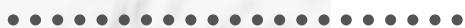
Segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), em torno de 35% dos estabelecimentos gastronômicos do país fecham antes de completar 1 ano, 50% baixam as portas antes do segundo aniversário e apenas 3% ultrapassam uma década.

Tudo isso, simplesmente nos leva a uma grande questão: Por que a **longevidade** dos restaurantes no Brasil é tão baixa? A resposta passa pelo desconhecimento de uma técnica básica, mas imprescindível: a **engenharia de cardápio** (menu engineering).

Por mais que pareça algo moderno, essa metodologia foi desenvolvida em 1982 pelos pesquisadores Michel Kasavanas e Donald Smith, da School of Hospitality Business da Universidade de Michigan (EUA), a engenharia de cardápio consiste no estudo aprofundado de **lucratividade, popularidade e custo relativo dos itens** que compõem o menu, no intuito de elevar o ticket médio do seu negócio e alinhar-se com maior precisão aos interesses de seu público-alvo. Além do estudo dos custos, essa técnica utiliza-se de métodos de análise sensorial para definir as fotos, as descrições e até mesmo o posicionamento dos itens na carta de ofertas. Há estudos que indicam, inclusive, que essa metodologia pode ampliar os lucros da empresa em mais de 70%.

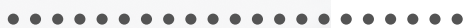
fonte: Abrasel

PROPÓSITO



1. ORIENTAR NAS IMPLANTAÇÃO, MANUTENÇÃO E GESTÃO DAS BOAS PRÁTICAS DA ENGENHARIA DE CARDÁPIO.

OBJETIVOS



1. Instrumentalizar o empreendedor e/ou gestor do negócio nas práticas da Engenharia de Cardápio.
2. Guiar o empreendedor na verificação permanente das práticas de precificação e a relação do cardápio com a geração de caixa.

1

ANALISE DO CARDÁPIO

- Tenha boas fotos dos produtos
- Coloque no quadrante superior direito os produtos que deseja destacar: o Canto superior direito é o primeiro ponto onde o cliente olha
- Use *storytelling* para apresentação dos pratos:
 - Valorize os nomes dos pratos: Para despertar o desejo de comer.
 - Fazer a narrativa das descrições, descrevendo com maior interesse, provocando emoções (procure usar adjetivos)
- Não deixar o foco no preço:
 - Coloque o preço no final da descrição, não no início
 - Retirar o símbolo de "R\$" ou "\$";
 - Quando possível deixe o preço dos produtos desalinhado: reduz/inibi a busca do mais barato pelo cliente;
 - Não colocar produtos em ordem de preço: para não incentivar a venda do mais barato
 - Utilize preços "quebrados" **9,80** e não **10,0** Reais;



ANALISE DO CARDÁPIO _CONTINUA

- **Tenha itens Low Cost e Hugh Value:**

- Low Cost: para ofertar produtos para pessoas sensíveis ao preço e aumentar frequência dos clientes (devem ser mais baratos do que poderiam ser). Ou seja, mais barato do que os outros itens do cardápio;
- High Value: Aumentar percepção de valor, estratégia chamariz, vender para quem não se importa com o preço (devem ser mais caros do que poderiam ser). Ou seja, mais caros do que os demais itens do cardápio.

- **Use produtos com efeito chamariz:**

- Colocar um produto mais caro faz com que os outros pareçam "mais baratos";
- Colocar um produto menos vantajoso (**Preço x Peso/ Volume**) para incentivar a venda daquele que tem maior preço. Ex.: O **produto G** ser pouco mais caro que o **produto M** irá incentivar a venda do **G**.

Ex.: Ao precificar uma Pizza Família por 64,00 reais e ter no cardápio uma Pizza Grande por 58,00 reais, vai incentivar a venda da Pizza Família, pois o consumidor terá a percepção que estará "ganhando mais" pagando apenas uma diferenca de 6 reais

1

ANALISE DO CARDÁPIO _CONTINUA

- **Marketing integrado:**
 - O cardápio deve comunicar a mesma mensagem do restaurante.
- **Planeje o cardápio de acordo à persona da empresa:**
 - Cada perfil tem os seus gostos e preferências de pratos,
 - Os elementos estéticos devem estar de acordo ao cliente;
 - Considere as preferências do seu cliente, não a sua;
 - Veja o cardápio do ponto de vista do cliente: opções, descrições claras, boas fotos;
 - Atento às tendências de consumo
- **Cuidado com o "Paradigma da escolha":**
 - Muitos itens deixam confusos e o cliente não escolhe nenhum.

ANALISE DO CARDÁPIO_ CONTINUA

- Aparentemente, o número ideal de itens é de seis por categoria em restaurantes fast-food e de sete a dez itens por categoria em restaurantes
 - Dica: tenha três tipos de produtos: Caro, Barato, Meio termo.
- **Apresentação dos pratos:**
 - Cuidado com a apresentação dos pratos:
 - Utilize louças que combinam com os pratos
 - Limpe as louças antes de servir;
 - Tenha pratos instagramáveis.

ANOTAÇÕES |



CAIO VIANA
CONSULTOR LINK CONSULTORIA





DESIGN

- **Papel:**
 - Utilize um papel resistente e sem brilho;
 - Papel couchê acima de 250g;
 - Não rasure o cardápio;
 - Lamine o cardápio para não precisar plastificar.
- **Fonte:**
 - Cuidado com a fonte escolhida: tem que ser legível e facilitar a leitura;
 - Muito cuidado com erros de português;
 - Use fontes que contrastam com o fundo do cardápio.
- **Fotos:**
 - Verniz localizado nas fotos;
 - Poucas fotos (uma por grupo de produto);
 - Colocar legenda nas fotos indicando o produto.





DESIGN

- **Layout**

- Cuidado com a diagramação
- Clareza: ordem comum de apresentação dos produtos:
 - Entrada, Prato Principal, Combos, Sobremesa e Bebidas;
- Número de páginas:
 - Uma página só: exclusividade, poucos pratos
 - Livro: a la carte, variedade.

ASPECTOS LEGAIS A INFORMAR



- Imagens são meramente ilustrativas;
- 10% Opcional
- PROCON (telefone)
- Proibida venda de bebidas alcoólicas para menores de 18 anos
- Previna obesidade infantil com adoção de alimentos saudáveis e prática de atividade física

2

DESIGN

- **Usabilidade:** se a mesa for pequena o cardápio deve ser pequeno e fácil de manusear;
- **Capa neutra somente com a logo;**
- **Visual Clean (Fundo neutro);**
- **Ícone de Destaque:** cor diferente, Novo, Mais Pedidos, Recomendados;
- **Atento ao uso das cores:** Vermelho e amarelo aumentam fome. Mais sofisticado: cores menos chamativas como bege, prata ou dourado. Se for culinária de outro país pode colocar as cores do país;
- **Não plastificar;**
- **Não usar espiral;**
- **Usar cores tons pastel;**
- **Fundo neutro;**
- **Ícones de Legenda:** (pimenta, glúten, lactose, vegano, alta concentração de sódio);
- **Mantenha o cardápio sempre limpo.**

DICAS

Busque inovar, avaliar, medir e acompanhar de perto o desempenho do seu negócio diariamente. Cozinhar alimentos para outras pessoas consumirem, é uma arte de muita responsabilidade..

Faça cliente oculto no seu concorrente:

- Quais produtos estão vendendo?
- Por qual preço?
- Quais ofertas fazem?
- Qual design do cardápio?
- Como é o treinamento da brigada?
- Como pode diferenciar o seu cardápio em relação aos concorrentes?
- Os itens do seu cardápio são originais?
- Seus preços praticados estão competitivos?

Utilize cardápio para Marketing Digital:

- Ofereça cupons de desconto em troca de e-mail;
- Coloque o **QR Code** para redes sociais e programas de indicação.

Mantenha a qualidade da oferta: não reduza a qualidade da entrega do seu produto em função do custo;

Tenha menu diferente para o almoço e o jantar

Não usar cardápio para fazer propaganda de outras empresas

Mude o menu de acordo a estação:

- Inverno: privilegie os pratos quentes;
- Verão: privilegie os pratos frios.



3

MEU GUIA

Utilize este espaço para acompanhar a implantação, revisão e manutenção das boas práticas da Engenharia de Cardápio que apresentamos neste GUIA.

Meus Registros

FORMAÇÃO DE PREÇO 4.0

Guia

**ENGENHARIA
DE CARDÁPIO**

CONTEÚDISTA
CAIO VIANA FREITAS

LAYOUT E ARTE GRÁFICA
JENNER DAVID



LINK
CONSULTORIA

[77] 9.9135 6138

CAIO VIANA
CONSULTOR LINK CONSULTORIA



[77] 9.8809 1423