

## Практична робота

### Тема «Вивчення особливостей та аспектів складання меню»

#### Теоретичні відомості

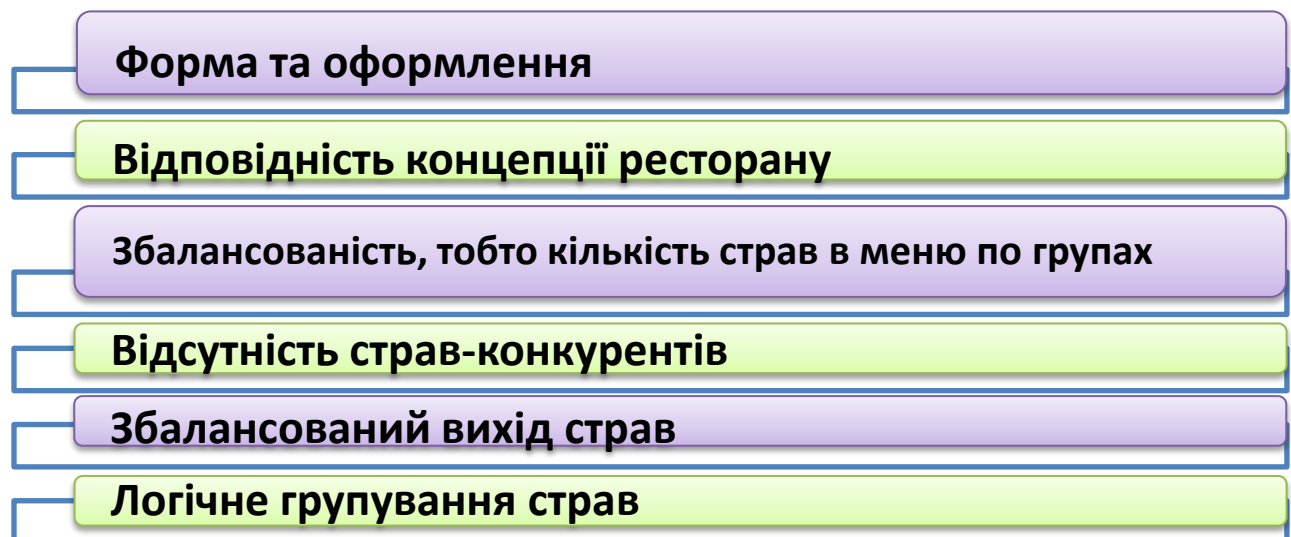
##### Як меню змушує купувати: шість ефективних прийомів

Меню є «повноважним представником» ресторану і залишається сполучною ланкою між підприємством і відвідувачем на довгі роки. Меню може виявитися найбільшим рекламним засобом, який просуває послуги ресторану усередині самого закладу, стимулюючи купівельний попит відвідувачів. Воно безпосередньо впливає на вибір відвідувачами страв, а також кількість замовлень. Меню ресторану має чимало елементів, за допомогою яких можна впливати на вибір відвідувачів.

Сьогодні розробкою ресторанних меню займається ціла галузь – «інжиніринг меню», мета якої заохотити клієнта витратити більше грошей та повернутися до цього закладу знову.

Перше, що помічає клієнт, коли бере в руки меню – це його вага. Що важче меню, то вищий рівень закладу та обслуговування в ньому.

#### Аспекти складання меню



**Шрифт.** Схожий ефект справляє й шрифт, яким надруковане меню. Курсив, приміром, асоціюється з якістю. Тоді як складний стиль оформлення може навіть вплинути на смакове сприйняття їжі.

*Те саме вино, розлите в пляшки з різними етикетками, подобалося споживачам більше, якщо його назву надрукували закрутистим, важким для читання шрифтом.*

Округлі шрифти споживачі часто асоціюють із солодкуватим смаком, а загострені – із солонуватим, кислим або гірким.

**Опис страв.** Такий стиль опису страв широко використовують у харчовій промисловості. Так, приміром, опис здійснюють пишномовними чуттєвими епітетами.

Це не просто суфле, це шоколадний десерт, политий вершками з молока англійських корів, який тане в роті.

*Слова мають величезний вплив на наш вибір страви. Опис страви в меню може збільшити продажі на третину.*

Цей метод працює насамперед ефективно, коли в описі зазначено походження інгредієнтів: «Домашнє печиво з цукіні, як у вашої бабусі» звучить куди привабливіше, ніж «печиво з кабачків».

### **Довжина слів та колір**

Чим довше слово, яким описується страва, тим дорожче вона коштує.

Кожна літера, яка збільшувала середню довжину слова, в описі страви підвищувала її ціну.

Якщо просто написати стейк Нью-Йорк страва буде здаватися не надто дорогою. Але якщо написати цілий абзац про якість та походження її інгредієнтів, а також про давні традиції рецепту, ціна вже буде вищою.

### **Підпис до фото**

*Зображення страв у меню асоціюють із дешевим фаст-фудом.*

Не менш важливу роль відіграють й кольори в меню. Зелений зазвичай асоціюється з натуральними та свіжими продуктами, а помаранчевий стимулює апетит, зазначає Аарон Аллен, експерт із психології меню з Орlando у Флориді.

Грошовий знак є болісним нагадуванням клієнту, що він витрачає гроші. Менш болісно сприймається цифра без позначення валюти.

## **Порядок страв та їхня кількість**

За допомогою технології відстеження руху очей дослідники з'ясували, що відвідувачі читають меню, як правило, дуже схожим чином.

Це зазвичай нагадує перегляд книжки, але є кілька особливих місць на сторінці, де зупиняються очі гостя.

Величезний ефект має й порядок страв у меню. Якщо у верхній частині розмістити найдорожчі страви, решта меню здаватиметься дешевше.

*Можна збільшити прибуток ресторану, просто переставивши позиції в меню.*

Крім того, надто багато пунктів у меню ускладнює вибір.

*Експерти радять розбивати меню на окремі розділи, кожен з яких має містити не більше семи позицій.*

Оптимальний варіант – це п'ять страв.

## **Фотографії страв**

Проблема з фотографіями полягає в тому, що коли ми їх бачимо, мозок починає уявляти смак, і сама стравка може розчарувати. У дійсності їжа часто не виглядає такою ідеальною, як на картинці.

Є й інші способи привернути увагу до певних пунктів. Наприклад, обвести назву страви рамкою. Це добре працює із дорогими стравами, як-от стейки.

Деякі ресторани позначають нові або сезонні страви за допомогою логотипу. Фотографії страв є також ефективним прийомом, але його сприйняття залежить від традицій.

## **Особливості сезонного меню**

Це вигідно не тільки з маркетингової точки зору, але і з економічної. Адже, наприклад, в жарку пору року велика кількість недорогих фруктів і овочів дозволяє заощадити на закупівлях і заробити набагато більше грошей, тамуючи бажання ваших відвідувачів.

При розробці сезонного меню важливо враховувати наступні фактори:

Літнє меню. У цю пору року хочеться більше прохолодних напоїв, а також легких страв. Замініть складну випічку на фруктові салати, а гарячі напої на безалкогольні коктейлі з льодом.

**Осіннє меню.** Це час року нерідко супроводжується дощами і першими заморозками, тому варто подбати не тільки про удосконалення квартири в інтер'єрі, але і підготовці гостей до сезону застуди. Наприклад, страви з гарбуза допоможуть заповнити вітамінний баланс в організмі, а теплі трав'яні напої - відпочити від вогкості і вогкою погоди.

**Зимове меню.** Це час року асоціюється у більшості з диво новорічних свят. Саме тому варто подбати про те, щоб в меню було якомога більше ситних і калорійних страв, а також гарячих напоїв. Оформлення меню повинно рясніє новорічними символами, включаючи гілочки ялини і яскраві іграшки.

**Весняне меню.** У цю пору року відвідувачі як ніколи чекають змін, а значить, пора розбавляти позиції новими нестандартними рішеннями, а також стравами від шеф-кухаря.

### **Практичне завдання**

Проаналізувати електронне меню закладу ресторанного господарства, враховуючи наступні аспекти:

- форма та оформлення;
- відповідність концепції ресторану;
- збалансованість, тобто кількість страв в меню по групах;
- відсутність страв-конкурентів;
- збалансований вихід страв;
- логічне групування страв;
- відсутність негативних факторів, інше;
- висновки