Одна или несколько позиций в десертной карте могут привлечь новых посетителей и повысить прибыль заведения. Рассказываем о том, какие десерты заставят гостей возвращаться снова и снова, рассказывать о них знакомым и размещать фото в соцсетях.

Каждый регион имеет не только культурные и природные особенности, но и выделяется продуктами, которые свойственны только для этого климата

С чего начать разработку десертов

При разработке новых десертов оцените технические возможности своего заведения, опишите концепцию и уделите должное внимание ассоциативным связям. Вам необходимо максимально точно определить свою целевую аудиторию и хорошо ориентироваться в современных трендах. Если целевая аудитория индивидуальна для каждого заведения, и обобщать эту информацию не имеет смысла, то тренды кондитерской отрасли известны и описаны во многих профессиональных источниках.

Полезные десерты давно в моде, они демонстрируют заботу людей о здоровье. А вот использование локальных продуктов пока не так развито, хотя имеет большой потенциал. Блюда и десерты с местными продуктами посетители начинают отождествлять с конкретной локацией, а туристы чувствуют, что, попробовав такое угощение, смогут ближе познакомиться с особенностями города или региона.

Как использовать локальные продукты

Каждый российский регион имеет не только свои культурные и природные особенности, но и выделяется продуктами, которые свойственны только для его климата.

Так, один из десертов, который разработала для сибирского ресторана «Шишки» **Марина Романова** (шеф-кондитер и основатель компании Rosemarycake), — булочка-пышка, которая подается с пастой из редьки и лесных сибирских ягод. Дополняет десерт карамелизованная веточка можжевельника. Такой теплый, уютный сибирский десерт красноречиво говорит об особенностях региона, о характере сибиряков. А его себестоимость была гораздо ниже, чем у десертов, которые

готовились из импортных ингредиентов.

©Марина Романова

Булочка-пышка, которая подается с пастой из редьки и лесных сибирских ягод

Чем заинтересовать посетителей

В разработке десертов удивить клиентов можно, в первую очередь, необычной подачей, ведь визуальная составляющая играет решающую роль в формировании впечатления. Если внешний вид десерта не понравился гостю, это негативно скажется и на вкусовом восприятии. С другой стороны, если его заинтересует подача, он захочет попробовать десерт, расскажет о своих впечатлениях знакомым и, скорее всего, сделает фотографии.

Как это работает на практике

По словам Марины Романовой, в ее практике был случай, когда необычная подача увеличила прибыль заведения почти в 6 раз.

Изначально клиент пришел с задачей отработать альтернативные рецептуры имеющихся десертов и продумать новые варианты подачи для повышения лояльности гостей. Также он хотел увеличить средний чек за счет улучшения вкусовых и эстетических параметров. Среди других важных условий — возможность замораживать и длительно хранить десерты с последующей минимальной тепловой обработкой. Чтобы быстро увеличить средний чек, использовали wow-эффект: был разработан визуально необычный десерт с нетипичным вкусом и высокой стоимостью. Он вызвал настоящий ажиотаж, поэтому гости спокойно реагировали на его дороговизну. В результате получилось повысить цены и на новые десерты базовой линейки, не вызвав негативной реакции посетителей. В итоге средняя стоимость десерта выросла со 170 до 280 рублей. Благодаря оптимизации работы кондитерского цеха, выручка кафе увеличилась с 90 тыс. до 525 тыс. рублей.

Владельцы ресторанов и кафе могут взять на заметку эти инструменты и быть в тренде. Самостоятельно или с помощью специалистов вы можете разработать для своего заведения десерт, который не только полюбится гостям и позволит хорошо заработать, но и привлечет дополнительный трафик. У такого угощения будут все шансы стать визитной карточкой вашего кафе или ресторана.