Возможно, вы уже приобрели некоторый опыт в сфере организации самовывоза и доставки. Но мир доставки на дом постоянно меняется. Каковы наиболее важные советы и тенденции в области доставки на дом и еды навынос? Вы можете ознакомиться с ними здесь.

Блюда на вынос и доставка на дом стали неотъемлемой частью индустрии гостеприимства. Многочисленные курьеры на велосипедах – неотъемлемая часть уличной жизни.

Но как добиться наилучшего результата? Для предпринимателя, работающему в сфере общественного питания, это не всегда просто. Вы сами организуете доставку или отдаете часть прибыли крупной торговой площадке? Что вы добавляете в меню на вынос? Чего хочет потребитель? С этими советами и будущими тенденциями вы можете ознакомиться в этой статье:

Советы:

- Ограничьте выбор, если вы начинаете с самовывоза или доставки
- Добавьте в меню специальные блюда
- Не забудьте про упаковку
- Большие платформы обладают многими преимуществами, но и стоят некоторых денег.

Тенденции:

- Оперативная доставка продуктов
- Кухни “Призрак” и “Дарк”
- Данные помогут вам определиться с выбором
- Ограничьте излишки
- Будущее доставки в 3-х примерах
- Ограничьте выбор, если вы начнете со сбора и / или доставки

Когда вы только начинаете, разумно ограничить выбор блюд в вашем меню – как для ваших гостей, так и для персонала. Сбор и / или доставка блюд должны быть быстрыми и простыми. Гости хотят иметь возможность принимать решение немедленно и получать удовольствие от выбора из множества вариантов. В то же время ваша кухня

должна быть способна вместить все это. Если в вашем бизнесе гости могут есть на месте, вы же не хотите, чтобы они страдали от заказов на вынос.

Таким образом, вы ограничиваете количество блюд в своем меню на вынос. Например, многие рестораны предлагают 2 закуски, 2 основных блюда и 2 десерта. Это упрощает выбор для ваших гостей, а вы можете более эффективно закупать ингредиенты.

Дополнительный совет: при ограниченном ассортименте полезно регулярно вносить изменения в меню. Каждые 2 недели слегка корректируйте свое меню и используйте новые сезонные ингредиенты. Таким образом, вы будете привлекать внимание своих постоянных гостей к тому, что их ждет.

Хотите узнать больше советов, как начать делать онлайн-заказы и доставку?

Добавляйте в меню фирменные блюда.

Вы можете еще больше упростить процесс выбора для своих гостей. Многие заведения общественного питания предлагают всевозможные фирменные блюда и комбинированные блюда на вынос. Блюдо, к которому можно подать соответствующий напиток и предварительную закуску. Спешите, что может быть проще, не так ли? Вы все еще ищете правильные сочетания? На нашем сайте вы можете узнать больше об идеальных сочетаниях соусов и закусок, а также о пивных парах.

Конечно, ваше меню на вынос – это нечто большее, чем просто сокращенная версия вашего меню. Смело экспериментируйте с ним. Не стесняйтесь добавлять новые блюда, которые вы хотите попробовать, или вариации ваших популярных блюд. Такие эксклюзивные онлайн-предложения часто оказываются выгоднее, чем вы ожидаете.

> Многие предприятия гостиничного бизнеса считают, что специальные продукты, такие как бургеры высшего качества и картофель фри с начинкой, лучше продаются онлайн. Дома у них есть немного больше времени, чтобы подробно ознакомиться с вашим меню, в то время как на вашем предприятии они часто испытывают трудности с выбором и часто делают обычный выбор.

Не забудьте про упаковку!

Как предпринимателю, вам нужно не просто продумать свое меню. Выбор узнаваемой упаковки, позволяющей аккуратно транспортировать блюда, иногда более важен для успеха доставки, чем само блюдо. Кстати, знаете ли вы, что упаковку ваших блюд также можно использовать как средство коммуникации? Удивите своих гостей приятным сообщением, оригинальным рисунком или красивым дизайном.

Крупные платформы предлагают множество преимуществ, но при этом требуют определенных затрат

Если вы хотите сразу привлечь внимание очень широкой аудитории, то выбор в пользу одной из крупных платформ, таких как Яндекс Еда или Wolt, очевиден. Вы сразу же начинаете продавать, не тратя времени на узнаваемость бренда, маркетинг, курьеров или поддержку гостей. Именно это делают эти платформы. Недостатком является то, что вы отказываетесь от части своей прибыли ради этих многочисленных преимуществ. Поэтому обязательно проделайте это упражнение заранее, чтобы понять, какие инвестиции лучше всего подходят для вашего бизнеса.

Популярность экспресс-доставки растет

Потребитель стремится к удобству. Гости, которые живут в нескольких минутах ходьбы, по-прежнему предпочитают доставку. Обычно из-за нехватки времени или из-за удобства доставки. И гости готовы оплатить дополнительные расходы или плату за

доставку для этого удобства.

Это особенно заметно, если посмотреть на последние достижения в области доставки продуктов. Все больше и больше платформ ориентируются на “мгновенную доставку”, при которой продукты доставляются на дом в течение 10-20 минут. Что это значит для вас, как для предпринимателя в сфере организации питания? Бакалея и еда идут рука об руку. Это вопрос времени, когда эта эволюция распространится и на доставку еды.

Призрачные и темные кухни

Также важно обратить внимание на темные кухни. В связи с ростом арендной платы в крупных городах, растущим спросом на доставку блюд, а также новыми технологиями и платформами, для многих предприятий общественного питания создание темной кухни – это логичный шаг. Это позволяет многим предприятиям общественного питания расширить свою целевую аудиторию и превратить свой бизнес в настоящий бренд в нескольких городах.

> “Темная кухня” или “призрачная кухня” — это ресторан, который готовит блюда исключительно для онлайн-заказов и доставки. Поэтому в качестве гостя вы не сможете поесть на месте и, как правило, не сможете забрать их самостоятельно, отсюда и название “темная” или “призрачная”.

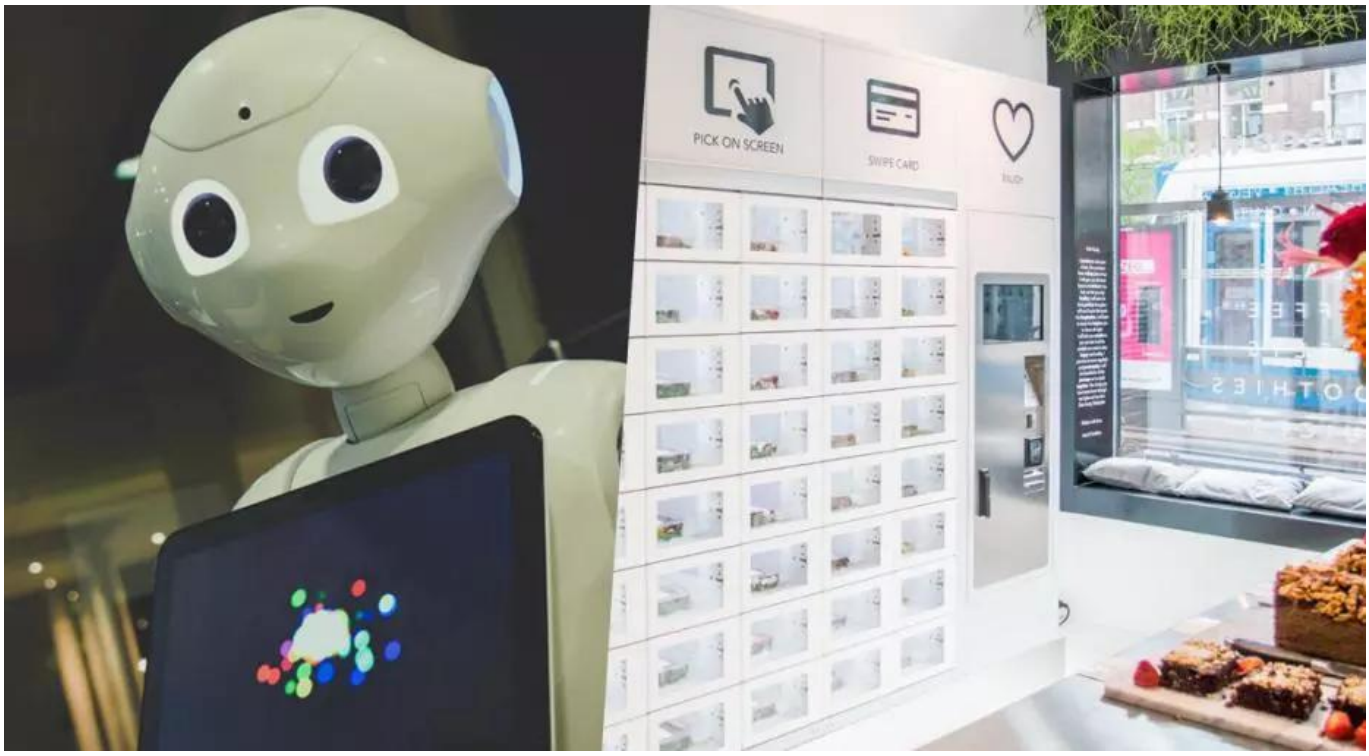
В чем преимущество? Низкие затраты на размещение вашего бизнеса. Для такой темной кухни вовсе не обязательно, чтобы она располагалась в интересном, но дорогом районе с большим количеством проходов. Важно только, чтобы курьеры доставляли ее без проблем.

Данные помогут вам сделать выбор

Как владелец кафетерия или предприятия общественного питания, вы располагаете большим объемом информации. По крайней мере, если вы работаете с современной кассовой системой и/или платформой онлайн-бронирования. Современная кассовая система собирает полезные данные, с помощью которых вы, как предприниматель, можете начать работу по улучшению функционирования своего бизнеса.

Вот несколько примеров:

- Оптимизируйте свое меню. Какие блюда хорошо продаются? Есть ли определенные позиции, которые часто заказываются вместе? Какие блюда получаются лучше или хуже при заказе? Обладая всей этой информацией, вы сможете сфокусироваться на своем меню и оптимизировать его.
- Уделите особое внимание планированию персонала. При онлайн-заказах очень быстро становится понятно, какие моменты наиболее востребованы. Используйте эту информацию, чтобы определить, когда вам нужны дополнительные люди, а когда вы можете обойтись меньшим количеством.
- Укрепите связь со своими гостями. С помощью цифровой системы вы можете легко настроить программу лояльности, например, цифровую сберегательную карту. Поощряйте своих постоянных гостей или делайте еще один шаг вперед, предлагая персонализированные предложения. Вариантов больше, чем вы думаете!



Ограничьте свои излишки.

Экологичность – это концепция, которая используется слишком часто и слишком неуместно, но она играет определенную роль в отношении пищевых отходов. Знаете ли вы, что около 1/3 всех продуктов питания выбрасывается впустую? Это не просто много еды, это стоит вам, как предпринимателю, немалых денег. Вот почему компаниям нравится приложения, вроде