

Covid sonrası dünyada karlı menüler tasarlamak

Teklifinizi Desteklemek ve Kârı En Üst Düzeye Çıkarmak için POS
Verilerini Kullanma

Ortak çalışma

yumpingo®



Unilever
Food
Solutions

Support. Inspire. Progress.

İşletmeniz muhtemelen daha az bir iş gücüyle, imkânsız gibi görünen veya kesinlikle karmaşık ve mali açıdan zorlayıcı olan sosyal mesafe önlemlerini uygulama koşuluyla ve dışarıda yemek yemeye karşı tutumları değişmiş bir tüketici grubu karşısında yeniden açılacaktır.

Bütün bunlar, işletmenizi açmanızın o kadar da kolay olmayacağı anlamına gelir. İşletmelerin karlılığı en üst düzeye çıkarmak ve müşterileri geri çekmek için menülerini ve gelir kaynaklarını esnetmeyi düşünmeleri gerekmektedir.



Bunların hepsi de uygulanabilir aksiyonlardır. **Biraz beceri ve satış veya POS verilerinizin desteklenmesiyle, bu "yeni dünyanın" zorluklarını aşacak menüler tasarlamak mümkündür.** Size yardımcı olmak amacıyla, menü mühendisliği konusunda pratik tavsiyeler ve en iyi uygulama rehberliğini sağlamak için Yumpingo'daki uzmanlarla birlikte çalıştık.

Karlı ve Popüler mi?

Yıldız/Köpek (Popülerlik) analiz aracı menünüzü gözden geçirmenin hızlı bir yoludur, yemeklere, en popüler ürünlere ve neleri değiştirmekten fayda sağlayabileceğinize bakabilirsiniz.

p3

Yemeğin Karmaşıklığı

Standartları korurken karmaşıklığı hangi noktada azaltabileceğinize dair bir görüş sağlamak için menünüzü parçalara ayırın.

p7

Fiyat Esnekliği

Karlılıkta en büyük etkiyi sağlayacak şekilde, fiyatlandırmanızı nerelerde esnetebileceğinize bakın.

p9

Nereden başlamalısınız: Satış verilerini POS sisteminizden çekin

Bir **Yıldız/Köpek** (Popülerlik) analizi kulağa tuhaf bir kavram gibi gelebilir, ancak işletmeniz için en yüksek karı hangi yemeklerin sağladığını belirlemenize yardımcı olacak çok yararlı bir araçtır. Burada, menünüzde bir Yıldız/Köpek (Popülerlik) analizini nasıl yapacağınızı gösteriyoruz.

İlk olarak, işletmeniz ve menünüz hakkında gerçekten net bir bakış açısı elde etmek için öğün öğün yapmanızı öneririz. Bu size yemeklerin özel olarak her bir öğünde nasıl performans gösterdiğine dair net bir görüş sunacak, sipariş sıklığının öğüne göre nasıl değiştiğini de görmenizi sağlayacaktır.

Nerelerde daha fazla satış yapabileceğinizi görmek için yan yemekleri analiz edin ve sonuçları ana yemeklerle birlikte değerlendirin.



Peki, nereden başlayacaksınız?

Buradan yükleyebileceğiniz kullanımı kolay bir Excel şablonu yarattık.

İndirdikten sonra, analizinizi tamamlamak için şu talimatları izleyin:

- 1 Şablonun "**Temel**" adlı ilk sekmesinde ilgili alanlara yemeklerinizin adlarını, maliyet fiyatını ve satış fiyatını ekleyin. Her satırda kalan alanlar otomatik olarak doldurulacaktır.
- 2 Şablonun "**Satış Hacimleri**" adlı ikinci sekmesinde, belirli bir süre boyunca yemek başına satılan birim sayısını J sütununa ("Satışlar") girin. Size iyi bir aralık sağlamak için 3 aylık bir süre öneriyoruz.



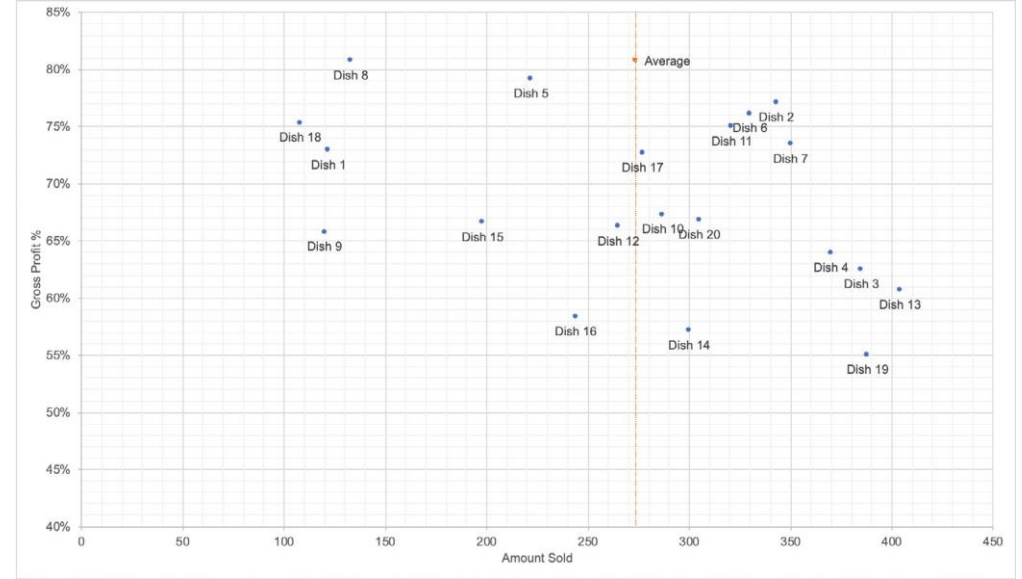
Course	Dish Name	Cost	Selling Price	Selling Price ex Vat	Margin	Cost of Sale	Gross Profit
	Dish 1	R 35.30	R 174.25	R 139.40	R 104.10	25%	75%
	Dish 2	R 60.51	R 164.00	R 131.20	R 70.69	46%	54%
	Dish 3	R 36.31	R 123.00	R 98.40	R 62.09	37%	63%
	Dish 4	R 34.80	R 123.00	R 98.40	R 63.51	35%	65%
	Dish 5	R 20.17	R 123.00	R 98.40	R 78.23	20%	80%
	Dish 6	R 25.01	R 133.25	R 106.60	R 81.59	23%	77%
	Dish 7	R 27.83	R 133.25	R 106.60	R 78.77	26%	74%
	Dish 8	R 20.17	R 133.25	R 106.60	R 86.43	19%	81%
	Dish 9	R 36.90	R 133.25	R 106.60	R 70.70	34%	66%
	Dish 10	R 34.29	R 133.25	R 106.60	R 72.31	32%	68%
	Dish 11	R 28.24	R 143.50	R 114.80	R 86.56	25%	75%
	Dish 12	R 38.12	R 143.50	R 114.80	R 76.68	33%	67%
	Dish 13	R 44.37	R 143.50	R 114.80	R 70.43	39%	61%
	Dish 14	R 48.41	R 143.50	R 114.80	R 66.39	42%	58%
	Dish 15	R 37.72	R 143.50	R 114.80	R 77.08	33%	67%
	Dish 16	R 50.43	R 153.75	R 123.00	R 72.58	41%	59%
	Dish 17	R 33.08	R 153.75	R 123.00	R 89.92	27%	73%
	Dish 18	R 29.85	R 153.75	R 123.00	R 93.15	24%	76%
	Dish 19	R 54.46	R 153.75	R 123.00	R 68.54	44%	56%
	Dish 20	R 40.14	R 153.75	R 123.00	R 82.85	33%	67%

Course	Dish Name	Dish Number	Gross Profit	Sales	Average	Higher or lower than average
	Dish 1	1	73%	122		45%
	Dish 2	2	77%	343		125%
	Dish 3	3	63%	385		141%
	Dish 4	4	64%	370		135%
	Dish 5	5	79%	222		81%
	Dish 6	6	76%	330		121%
	Dish 7	7	73%	350		128%
	Dish 8	8	81%	133		49%
	Dish 9	9	66%	120		44%
	Dish 10	10	67%	287		105%
	Dish 11	11	75%	321		117%
	Dish 12	12	66%	265		97%
	Dish 13	13	61%	404		148%
	Dish 14	14	57%	300		110%
	Dish 15	15	67%	198		72%
	Dish 16	16	58%	244		89%
	Dish 17	17	73%	277		101%
	Dish 18	18	75%	108		39%
	Dish 19	19	55%	388		142%
	Dish 20	20	67%	305		111%

3 Verilerinizi girdikten sonra, şablonun üçüncü sekmesi olan "**StarDog**"a bir göz atın Grafik, her bir yemeğinizin kâr yüzdesine karşı satılan miktarı gösterecek şekilde otomatik olarak güncellenecektir. Grafiğin ortasına yakın bir yerde görünen dikey çizgi, ortalama atışlarınızı temsil eder.

4 İşletmenizin üzerinde çalışması gereken brüt kar marjını (ör. %70) belirleyin.
Grafiğiniz boyunca ilgili noktada bu çizgiyi yatay olarak çizin.

İki çizgi kesişecek ve çeyrek dairelerden oluşan bir grafiğiniz olacak.



Tüm bunlar menünüz için ne anlama geliyor?

**ÖĞRENMEK İÇİN OKUMAYA
DEVAM EDİN**



Yıldız/Köpek (Popülerlik) analizinizin dört çeyreğinin her birindeki yemekler şu şekilde değerlendirilebilir:



Önemli noktalar:

- Analizinize bütüncül olarak bakın. Karı düşük, popürlüğü düşük ve üretimi karmaşık yemekleriniz mi var? Cevabınız evet ise, karı nasıl iyileştirebilir ve/veya karmaşıklığı nasıl azaltabilirsiniz?
- Karmaşıklığı azaltmak, kasabınızdan daha fazlasını istemek restoranda yapılanlardan taviz vermek veya kısa vadede teklifinizi sadeleştirmek gibi bir şey olabilir.
- Menünüze bakın ve malzemeleri nerede ortak kullanabileceğinizi görün veya bunları yemeklerin satışını ve satış fiyatınızı artırmak için bir araç olarak kullanın. Örneğin, Acı Biberli Nacho sunuyorsanız, neden özel olarak bir burgere ilave sos olarak Acı Biber sunmuyorsunuz?

Yemeğin karmaşıklığını değerlendirmek

Yemeğin karmaşıklığı, bir yemeği başarılı bir şekilde harcanan için gereken çabadır. Bu, hazırlık süresi, tariftaki adım sayısı, yemeği hazırlamak için gereken istasyon sayısı, hata payı vb. faktörleri içerebilir.

Yemeğin karmaşıklığını nasıl değerlendirirsiniz?

Karmaşıklığı ölçmek için standartlaştırılmış tariflerinize bakın, BOH ekibinize danışın ve POS verilerinizden yemek başına karşılaştırma değerlerine bakın. Bu bilgiyi kullanarak, her yemeği 1'den 5'e kadar derecelendirin. Bunun için ücretsiz Excel şablonumuzda dördüncü sekmede ("Yemeğin Karmaşıklığı") bir kılavuz bulacaksınız.

Bunu, **yandaki tabloda gösterildiği gibi**, sipariş edilen hacme ve her yemeğin marjına göre belirleyin.

Yemek karmaşıklığını Yıldız/Köpek analizinde ölçtüğünüz diğer faktörlere karşı değerlendirmek, **özellikle paket servis veya eve teslimi geçmeyi düşünüyorsanız**, menünüzdeki potansiyel tuzakların daha açık bir resmini çizmenize yardımcı olur.

	Satış	Yemek Karlılığı (%)	Yemeğin
Yemek 1	3697	70,2	4
Yemek 2	2659	78,4	3
Yemek 3	2068	76,6	3
Yemek 4	1741	77,7	4
Yemek 5	1702	75,3	2
Yemek 6	1682	71,5	3
Yemek 7	1637	74,4	3
Yemek 8	1595	77,9	4
Yemek 9	1524	76,9	3
Yemek 10	1495	75	3
Yemek 11	1480	80,2	2
Yemek 12	1402	73,6	1
Yemek 13	1200	77,3	4
Yemek 14	1185	78	3
Yemek 15	1129	70,1	5
Yemek 16	1122	69,8	4

Potansiyel sorun, daha az karmaşıklık

Harika yemekler, bunları öne çıkarın

Sorun tanımlandı, çıkarın veya azaltın

Yemek karmaşıklığını ayarlamak işinize nasıl fayda sağlayabilir?

Yemeğin karmaşıklığını azaltmak, özellikle iş gücü konusunda güçlük yaşıyorsanız operasyonlarınızı daha verimli hale getirmenize, misafirlerinize daha tutarlı bir ürün sunmanıza ve genellikle yemek maliyetinizi düşürmenize yardımcı olabilir.

Örneğin soslarınızı genellikle sıfırdan yaptığınızı varsayalım. Yemek karmaşıklığını azaltmanız gerekiyorsa, size yardımcı olacak ürünler kullanabilirsiniz. Örneğin, 12 farklı bitki ve baharatı sipariş etmek, tartmak ve ardından pişirmek, Knorr Professional Patak Sosları gibi bir ürünü kullanmaktan daha zor olacaktır. Burada tek bir ürün, ihtiyacınız olan tutarlılığı sağlarken ve orijinalliği korurken size zaman kazandırabilir.

Her bir yöntemin artılarını ve eksilerini tartın ve restoranınız için hangi düzeyde bir yemek karmaşıklığının en iyi sonucu verdiğini belirleyin.

Pek çok lüks restoran, hem tatma hem de alakart menüler sunarak karmaşıklığı azaltır-müşteriye "eksiksiz deneyim" veya sadece herhangi bir yemeği tercih etmeleri arasında seçim yapma şansı verir.



Sos hazırlarkenki karmaşıklığı azaltmanız mı gerekiyor?

Knorr Professional'ın sos çeşitlerini deneyin

Menü fiyatlandırmada esneklik & değer algısı

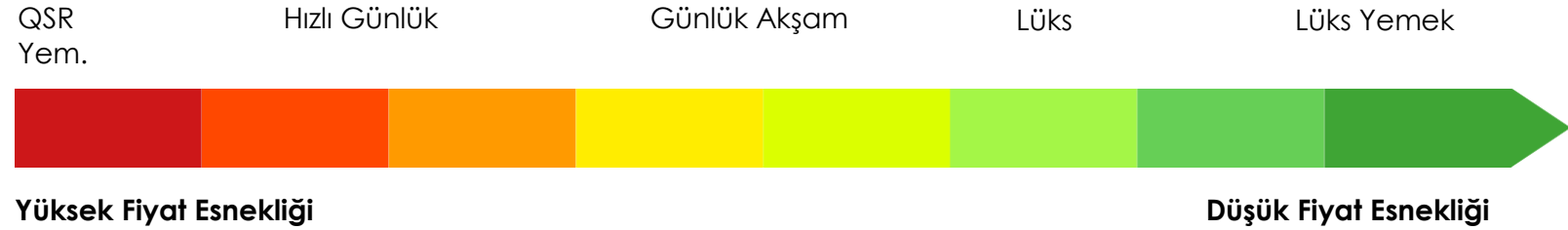
Her şey çok karmaşık gelse de, karmaşık olması gerekmez. İsterseniz inceleyelim.

Bir yemeğin fiyat esnekliği, o yemeğin fiyatını değiştirmenin o yemeğin sipariş edilme sıklığı üzerindeki etkisinin ne olacağı anlamına gelir.

Bu, büyük ölçüde restoran türüne bağlıdır. Örneğin, düşük bir ortalaması olan ancak yüksek hacimli hızlı servis (QSR) konseptleri, lüks yemek konseptlerinden çok daha esnek olabilirler. QSR'lerde fiyat, orada yemek yemeyi seçen müşteriler için belirleyici faktörlerden biri olma eğilimindedir, bu nedenle fiyatlandırmada yapılacak herhangi bir ayarlamamanın hacim üzerinde önemli etkileri olabilir.

Buna karşılık, üst düzey restoranların müşterileri, fiyat dışındaki nedenlerle orada yemek yemeyi tercih etme eğilimindedir. Bu nedenle, fiyattaki küçük değişiklikler satış hacmini önemli ölçüde etkilemez.

Yemeğin fiyat esnekliğine bağlı olarak, fiyatlandırmada yapılacak küçük bir değişiklik, sipariş sıklığını ve değer algısını değiştirmek açısından çok önemli olabilir.



Bu işiniz için ne ifade ediyor?

Düşük fiyat esnekliği olan yemekler veya konseptler için,

fiyatı düşürmeden değer algısını iyileştirmenin bir yolu olarak menü açıklamasını veya yemek sunumunu/eşliklerini değiştirmeyi deneyin

. Bu yemeklerin fiyatını düşürmek, değer algısındaki iyileşmeden daha çok, kârlılığınız üzerinde büyük bir etkiye sahip olabilir.



Kahvaltı ve öğle yemeği, fiyata en duyarlı yemek dönemleri olma eğilimindedir. Bu yemeklerin fiyatında yapılacak küçük bir düşüş, değer algısını iyileştirmek ve talebi artırmak için çok işe yarayabilir. Buna karşılık, fiyattaki küçük bir artışın, özellikle yoğun rekabetin olduğu alanlarda (ör. teslimat platformu, yemek alanları vb.) sipariş sıklığı üzerinde büyük bir etkisi olacaktır.

Çok esnek yemekler veya konseptler için, menü fiyatlarında denemeler yaparak doğru fiyat ve hacim dengesini bulmaya çalışın. İstenmeyen Yıldız/Köpek kategorisinde yer alan düşük riskli yemeklerle başlayın ve değişiklikleri düzenli olarak takip edin.



İçecekler ve yan ürünler, fiyata en duyarlı menü kategorileri olarak görülür. Bunun nedeni, deneyimin önemli bir parçası yerine yemeğe eklentiler olarak görülmeleridir. Bununla birlikte, salata ve çocuk yemeklerine olan talep, onları sipariş eden insan grubu nedeniyle fiyattan daha az etkilenme eğilimindedir. Bu yemekler, kârlılığı artırmanıza yardımcı olmak için idealdir.



İçecekler Mezeler ve Tatlılar Ana Yemekler Vegan/Sağlıklı



Yüksek Fiyat Esnekliği

Düşük Fiyat Esnekliği



Doğru ürünlerle, yemeğin karmaşıklığını ve maliyet fiyatınızı azaltırken aynı zamanda popülerliği artırmak mümkündür.

**S12'DE DAHA FAZLASINI
BULACAKSINIZ**



Örnek: Crème Brûlée

Fiyatı düşürerek esnetmek - biraz deney yapmanızı gerektirir - o yemeği daha fazla sayıda müşteri için daha çekici hale getirerek popülerliği artırabilir.

Carte D'Or Crème Brûlée gibi bir ürün kullanıyorsanız, kârlılıktan fedakarlık etmek zorunda değildir.

Sıfırdan bir Crème Brûlée yapmak yerine Carte D'Or kullandığınızda maliyet fiyatınız aşağıda gösterildiği gibi önemli ölçüde azalacaktır:



Yemek Adı	Maliyet	Satış Fiyatı	KDV hariç satış fiyatı	Kar Marjı	Satış maliyeti	Brüt Kar
Sıfırdan Crème Brûlée	R1.15	R6.95	R5.56	R4.41	%21	%79
Carte D'Or Crème Brûlée	R0.44	R6.95	R5.56	R5.12	%8	%92

Ancak popüleriteyi artırmak için, uzun vadede daha fazla satış ve ciro elde etmek amacıyla küçük bir miktar kazançtan ödün vererek bunu bir adım öteye taşıyabilirsiniz:

Yemek Adı	Maliyet	Satış Fiyatı	KDV hariç satış fiyatı	Kar Marjı	Satış maliyeti	Brüt Kar
Sıfırdan Crème Brûlée	R1.15	R6.95	R5.56	R4.41	%21	%79
Carte D'Or Crème Brûlée	R0.44	R6.25	R5.00	R4.56	%9	%91

Maliyet hesaplama fiyatlandırması yalnızca açıklama amaçlıdır ve gerçek fiyatlandırmadan farklı olabilir.

Kaynaklar

Menünüzün karlılığını nasıl artıracığınızı konusunda daha fazla tavsiye için şuraya bakın:

UFS ACADEMY

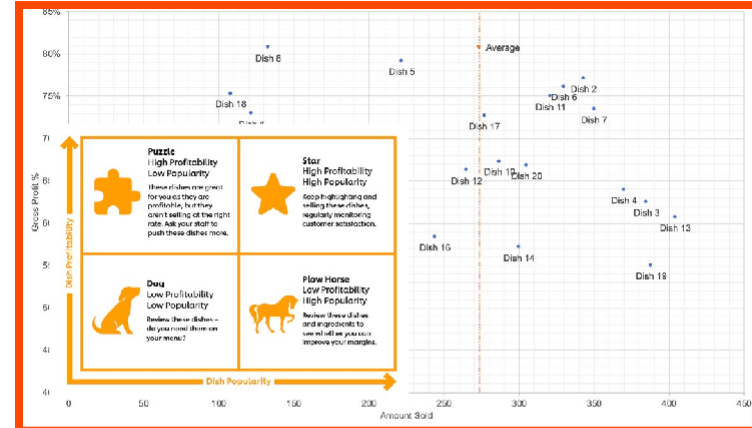


[Bu ÜCRETSİZ UFS Academy kursunu izlemek için buraya tıklayın](#)



İşletim Etkinliği

Unilever Food Solutions'da Yönetici Aşçı olan Alex Hall ve Yumpingo uzmanı Matt Holy'in bir **menü mühendisliği analizinin** nasıl yapılacağına dair videosunu izleyin.



[Yüklemek için buraya tıklayın](#)



Yıldız/Köpek Analizi

Yıldız/Köpek (Popülerlik) analizi yapmak için kullanımı kolay bir **Excel şablonu** oluşturduk.

yumpingo®



Unilever
Food
Solutions

Support. Inspire.

Daha fazla bilgi ve destek için:



UFS.com

yumpingo®

yumpingo.com

2017 yılında İngiltere'de kurulan Yumpingo, misafirinizin sesidir. Eşsiz misafir bilgileri platformumuz, tüm temas noktalarında misafir duyarlılığını yakalayıp analiz ederek restoranlara her kanalda, her vardiyada ve her yemekte NPS ve hizmet adımları hakkında portföy çapında bilgiler verir. Hızla konuşlandırılan ve her hizmet stiline kolayca yerleştirilen Yumpingo, misafirlerinizi neyin mutlu ettiği konusunda benzersiz bir netlik sağlayarak sizin ve restoran ekiplerinizin her gün ellerinden gelenin en iyisini yapmasına yardımcı olur.

California Pizza Kitchen, YO!, Azzurri Group ve John Lewis Partners gibi dünyanın en büyük ve en yenilikçi konaklama gruplarından bazıları için çalışıyoruz ve misafir verilerini benzeri görülmemiş düzeylerde eyleme geçirilebilir içgörülere dönüştürerek ekiplerinin daha fazla, daha hızlı ve daha güvenli karar almasını sağlıyoruz.

Support. Inspire. Progress.

