

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Увеличение выручки — одна из основных целей деятельности организации. Чтобы увеличить прибыль ресторана, как правило, нужно сделать так, чтобы гость посетил заведение еще раз.

Работа по повышению продаж — это серьезная и кропотливая работа по созданию определенных систем и программ внутри предприятия.

Для того чтобы увеличить продажи в ресторане, необходимо проработать следующие пять шагов: провести ABC-анализ, научить менеджеров делать анализ, научить официантов системам продаж, научить менеджеров мотивировать и заряжать, вести соревнование внутри команды.

В основе ABC-анализа лежит закон Парето: 20 % ресурсов приносят 80 % прибыли. Именно этот вид анализа позволяет выделить те самые группы товаров, ресурсов, клиентов, поставщиков и т.п., которые и приносят основную прибыль. Менеджеры должны следить за такими позициями и активно внедрять их через официантов. Эффективно, если в go-list находится не одна, а сразу 3–4 позиции для активных продаж. Таким образом, менеджер ставит задачи на день, исходя из анализа данных продаж, мотивирует сотрудников, а сотрудники, в свою очередь, активно предлагают дополнительные блюда гостям заведения.

Следующий этап — обучить официантов системам продаж. Система продаж основывается на знаниях типологии гостя, мотивах его заказа, работе с техниками продаж, а также на умении работать с возражениями. Например, «воронка продаж» — техника, использующаяся, когда гость не определился с заказом, а официант уже предлагает ассортимент из меню, подводя гостя соответствующими вопросами к заказу. Техника «Кстати» используется официантом при завершении презентации заказа или в середине заказа. Суть техники заключается в добавлении наречия «кстати» и последующем предложении позиции из меню.

Для увеличения продаж следует разобраться со всеми возможными возражениями. Спросить у официантов про возражения гостей и проработать все возможные варианты ответа на них. Официанту следует знать все о вкусе блюда, основах питания и вкусовых сочетаниях.

Мотивация сотрудников — основа успешной работы менеджера. Важно умение зарядить персонал для достижения результата.

Вести соревнование внутри команды — важный этап для успешных продаж в ресторанном бизнесе. Сперва следует спланировать конкурс (проведение, призы и концепции), затем следует донести информацию до сотрудников. Вести соревнования можно в любое время дня, недели и месяца [1].

Грамотное использование всех элементов и инструментов управления продажами значительно повышает эффективность работы ресторана. Сове-

менный посетитель в большей степени принимает решение самостоятельно, однако ловкое умение управлять продажами — необходимость для еще большего роста продаж.

Источник

1. Управление продажами. Как увеличить прибыль ресторана [Электронный ресурс] // Restostart. — Режим доступа: https://restostart.ru/services/restorannyj_konsalting/upravlenie_prodazhami_kak_uelichit_pribyl_restorana. — Дата доступа: 22.11.2022.