

# MENU RE-ENGINEERING

Food & Beverage

## Mission

**Il menu deve vendere e portare profitto senza la presenza dei camerieri** ed eliminare i costi nascosti Ingegneria del menu. Il menu nasce con l'idea imprenditoriale, senza la quale non si hanno le linee guida per le attrezzature necessarie, quali e quante risorse umane, accordi con fornitori, gestione degli spazi del locale e marketing di comunicazione. Quindi il menu è la madre di tutte le madri. 12 passi per un menu esclusivo che sia lo specchio dell'anima del titolare, la guida per i collaboratori e la piena soddisfazione per i clienti.

Destinatari	Gestori di attività bar e ristoranti F&B Manager Bar Manager Restaurant Manager Aspiranti imprenditori che vogliono aprire un'attività del Food & Beverage o che vogliono far carriera
Requisiti	Buona abilità utilizzo Excel - Word
Dotazioni necessarie	Personal Computer fornito di pacchetto Microsoft Office
Documenti necessari	Da portare una copia del (di 1 anno di esercizio) Rendicontazione dei costi di MATERIA PRIMA diviso fra Food e Beverage  Qualora lo studente non fosse in possesso di questi documenti gli verranno forniti
Modalità	Corso Frontale oppure Online

Durata	12 ore in 2 giorni Orari: 10 -13 / 14 -17
Prezzi	On line € 1.100 +IVA Frontali € 1.800 + IVA max 2 persone
Servizi Inclusi	2 ore online di personal coaching con il docente su qualsiasi tema
Materiali didattici	6 Dispense e programmi cablati di gestione 10 Esercizi
Riconoscimenti	Attestato di Partecipazione
Scarica il pdf con il programma	

## Programma

### Introduzione

- Mission del corso
- Road map re-engineering menu
- Funzionalità del menu
- Tipologie menu
- Ciclo di vita del menu

### Fase 1 – Fattore economico del menu

- Menu engineering financial
  - Bilanci economici aziendali (accenni)
  - Centri di costo materia prima
  - Costi nascosti /alert
- Business unit (1^ e 2^ livello)

## Fase 2 – Analisi di mercato

- 12 passi fondamentali per costruire un menu “imperfetto”
- I cluster dei locali - punti di vendita
  - Bar
  - Ristorazione
- Target: analisi dei consumatori e delle esigenze di consumo
  - Tendenze e abitudini al consumo drink
  - Tendenze e abitudini al consumo food
  - Bisogni primari & voluttuari
  - Differenze di genere uomo/donna
  - Bisogni speciali legati alla salute
  - Bisogni speciali ben-essere
  - Bisogni speciali scelte culturali
  - Bisogni speciali le tradizioni territoriali
  - Comportamento di acquisto (fattore t – c)
  - Amici a 4 zampe - cani
- Potere di spesa
- Best competitor: analisi dei menu

## Fase 3 – Cosa si intende vendere

- Mix merceologico
- Core-business del food & beverage
- Data-base e forniture (materia prima)
- Menu list – procedure di costruzione
- Mix merceologico
- Ricette: food, beverage cost & profit – price list (sviluppo listino prezzi)
- Aspetto economico delle ricette
- Profittabilità delle proposte / ricette
- Parametri / range alert famiglia caffetteria / beverage / food
- Fattori chiave di differenzianti di successo del menu (2<sup>^</sup> liv. menu)

- Schede identikit ricette dei prodotti focus (menu making order) (storytelling 1^ liv)
- Premiumizzazione incrociata e verticale (food & beverage)
- Fattori chiave di successo
- Comparazioni profits birra vs cocktail (cost & profit)
- Supporti per la presentazione dei prodotti premium
- Le proposte combo strumento per l'up selling
  - Fattore T
  - Fattore C
- Menu di start up
- Parametri check control: prime & alert
- Menu di re-start
  - Kpi (key performance indicator)
  - Parametri di prime & alert
  - Obiettivi di crescita
- Menabò menu - impostazioni grafica strategica per la vendita
  - Sequenza delle famiglie
  - sequenza delle categorie nelle pagine
  - Prime 4 pagine
  - Top sellers
  - Combo
  - Sequenza singole proposte nelle diverse categorie
  - Quantita' proposte nelle diverse categorie
  - Focus prodotti strategici
  - Inserimento di nuove proposte (prodotti challenger)
  - Trigger (amplificatori)
  - Posizionamento prodotti in menu - hot spot (zone calde)
  - Prima - ultima di copertina e spazi di legge
  - Spazi per partner/sponsor
- Layout menu, supporti & stili grafici
- Storytelling
- Menu da banco - guida per la formazione dei bartender
- Visual merchandising

- Rotazione prodotti