

Kitchen.doc

A conceptual image featuring Darth Vader in a white chef's uniform and tall toque, standing in a kitchen-like setting. He is flanked by two Stormtroopers in white armor, each holding a blaster. The scene is lit with warm, golden light, creating a surreal juxtaposition of the Star Wars universe with a culinary theme.

Общепит в Фокусе: Инсайды и Инновации

Сила - потока чеков

- Что такое поток чеков?
- Пример анализа чеков

<https://t.me/Kitchentherapist>

+7 (965) 091-73-53

barinbro24@gmail.com

14.10.2023

Одним из важных инструментов в арсенале владельцев и менеджеров ресторанов и кафе является анализ чеков. В этой статье мы рассмотрим, как провести "ручной" анализ чеков, чтобы оптимизировать бизнес и удовлетворить потребности клиентов.

Цель анализа чеков в ресторанном бизнесе заключается в том, чтобы:

Эффективно управлять ценообразованием:

Анализируя прибыльность блюд и групп блюд, рестораторы могут регулировать цены, чтобы максимизировать прибыль.

Понимать потребительское

поведение: Изучая данные о соотношении выручки от алкоголя, кондитерских изделий и основных блюд в чеках, можно определить, какие товары приносят наибольшую выручку и регулировать ассортимент.

Оптимизировать ресурсы:

Анализ колебаний спроса, в зависимости от времени суток и дней недели, помогает оптимизировать персонал и ресурсы.

Создавать специальные

предложения: Изучение сочетаний блюд в чеках позволяет разрабатывать привлекательные спецпредложения для клиентов.

Уделять внимание крупным чекам:

Ранжируя суммы чеков и анализируя характеристики клиентов, делающих

крупные заказы, можно привлечь эту аудиторию специальными предложениями.

Развивать стратегии для увеличения среднего чека и

потока гостей: Основываясь на данных анализа, рестораторы могут разрабатывать стратегии, включая программы лояльности и акции, чтобы достичь своих целей.

Понимать потребительское поведение при разном количестве

посетителей: Анализ данных о группах разного размера помогает выявить предпочтения клиентов, в зависимости от их числа.

Проведение "ручного" анализа чеков — это неотъемлемая часть успешного управления ресторанным бизнесом. Понимая потребности и предпочтения клиентов, рестораторы могут



1. Ранжирование гостей по типу чека

Первым шагом разделяем гостей на категории:

Grand guest (Большой гость): гости, заказавшие более 4 позиций в меню.

Average guest (Средний гость): гости, заказавшие не менее 3, но не более 4 позиций меню.

Budget eater (Бюджетный): гости, заказавшие менее 3 позиций в меню.

Lonely (Одиночка): гости, посетившие заведение одни.

Это ранжирование позволяет оценить вклад гостей в структуру оборота заведения и определить, каким образом стимулировать спрос различных групп гостей.

2. Анализ среднего чека на группу чеков

Для более глубокого понимания мы проводим анализ среднего чека на гостя в разные временные периоды работы заведения. Сравнивая эти данные по разным дням и часам, мы выявляем, как влиять на увеличение среднего чека. Это позволяет разрабатывать специальные акции и предложения, адаптированные к разным часам посещения гостей.

3. Количество гостей за одним столом

Анализ количества гостей, сидящих за одним столом, позволяет понять заполняемость заведения в разные временные периоды. Мы считаем количество столов с разными посадками и сопоставляем это с планограммой столов, чтобы оценить загрузку заведения в разные часы. Эти данные помогают разработать программы для увеличения заполняемости столов в пиковые периоды.

4. Средний чек на стол в 1, 2, 3... посадки

Анализ среднего чека, в зависимости от количества посадок на столе, позволяет

определить выгоднее ли групповое или одиночное посещение. Эти данные помогают устанавливать стандарты размещения столов, оптимизируя их количество и расположение.

5. Количественный анализ чеков по группам ассортимента

Анализ чеков по группам ассортимента помогает понять, какие блюда и напитки чаще сочетаются в заказах гостей. Эта информация полезна для корректировки ассортиментной политики, разработки специальных предложений и определения ценовой стратегии.

6. Эффект от введения специальных предложений

Мы анализируем, как специальные предложения влияют на поведение гостей и прибыль заведения. Этот анализ позволяет оценить эффективность акций в количественном и финансовом выражении, а также определить, насколько они лояльно воспринимаются гостями.

7. Резерв увеличения наценки

В некоторых случаях можно повысить наценку на популярные блюда, сохраняя при этом спрос. Этот анализ позволяет выявить наиболее продаваемые позиции и определить возможность незначительного увеличения цен на них.

Все вышеперечисленные анализы и ранжирования играют важную роль в оптимизации ресторанного бизнеса, позволяя улучшить обслуживание гостей, адаптировать меню и ценообразование, и, следовательно, увеличить прибыль.



8.Ценообразование

безалкогольных напитков

Анализ ценообразования безалкогольных напитков может раскрывать важную информацию о потребительском поведении в вашем заведении. Если доля чеков без безалкогольных напитков превышает 15% от общего числа чеков, это может свидетельствовать о несоответствии ценовой политики или ассортимента вашего заведения в области безалкогольных напитков. Помните, что напитки всегда актуальны для гостей, особенно при приеме пищи.

9.Количество двойных порций на гостя

Этот показатель, в первую очередь, касается напитков. Продажа двойных порций напитков, приготовленных в вашем заведении (таких как чай, кофе,

морсы, лимонады), может стать ключевым элементом для официантов или даже служить основой для системы дополнительных бонусов. Изучение структуры чеков дает представление о популярности этих напитков среди гостей и объеме продаж.

10.Количество порций "на компанию"

Анализ этого показателя может помочь определить эффективность предложений в меню, ориентированных на групповые заказы. Если специальные предложения для компаний пользуются недостаточным спросом, стоит провести дополнительное исследование, чтобы выявить причины низкой популярности этих предложений среди гостей и разработать меры для увеличения лояльности к ним.

Важно!

«Ручной» анализ чеков необходимо проводить не менее 1 раза в неделю. Анализ проводится директором с выборкой:

Количество чеков	Время суток	День недели
150	16:00-....	Пн, Вт, Ср
150	16:00-....	Пт, Сб
По факту	10:00 (12:00)-16:00	Сб

«Ручной анализ чеков» на примере заведения «Ваш Общепит»

В период с 16:00 до 21:00 25 мая 2023 года в кафе посетило 516 гостей, которые сформировали 350 чеков.

183 гостя посетили заведение в одиночестве. Их средний чек составил – 205 рублей на человека. Оставшиеся 333 гостя, который пришли группами от 2 до 12 человек и принесли средний чек в размере 177 рублей на человека. В структуру выручки за это время (96 409 рублей), одиночки внесли вклад в размере 39%, а группы – 61%, причем:

- Среди 516 гостей было:

Grand guest – 62

Average guest – 60

Budget eater – 370

Итого: 492

24 гостя не были опознаны, так как официанты не указали количество гостей за столом (в таблице значится как «0»).

Группа Grand guest принесла – 28 056 рублей (29%), Average guest -17 053 рублей (17%), Budget eater – 49 236 (50%).

5% выручки принесли н опознанные 24 гостя

Средний чек на гостя по рангам:

Grand guest – 452 рублей

Average guest – 284 рубля

Budget eater – 133 рубля

42 из 62 гостей группы Grand Guest

посетили заведение в одиночестве. 7

столиков были заняты двумя гостями

этой группы и 2 стола тройками. К

счастью, все гости данной группы были

опознаны официантами.

Таким образом, 67,7 % гостей данной

группы пришли в одиночестве и в

среднем купили на 19 000 рублей.

В группе Average guest 22 человека

пришли в одиночестве. Кроме того было

12 посадок по 2 человека (24 человека),

2 посадки по 3 человека (6 человек) и

две посадки по 4 человека.

Данная группа была также полностью

опознана официантами.

Таким образом, «одиночки» принесли

треть выручки, и еще примерно две три

принесли групповые посадки.

В группе Budget eater – 104 человека

ели в одиночестве. Оставшиеся 264

человека ели в группах от 2 до 12

человек.

Анализ чеков по сумме чека

Сумма чека	Кол-во чеков	% в обороте	Среднее количество блюд в чеке
1000-1700	10	14080 (около 14%)	3,4
800-1000	3	2720 (около 27%)	3,3
500-800	31	22133 (около 22%)	2,9
300-500	81	37750 (около 37%)	2,6
0-300	225	19717 (около 19%)	1,32

Выводы:

Вероятно, гости-одиночки едят больше, т.к. цель их визита – утоление голода. В двух группах – это около трети гостей, а в одной группе – две трети.

Учитывая тот факт, что около 40% гостей посещали заведение в одиночестве, говорит о том, что формат нашего кафе не является кофейным форматом в чистом виде.

Таблица чеков показывает, что 65% выручки приносит 43 чека из 350 чеков. Оставшиеся 313 чеков приносят 35% выручки.

Предположительно, наложение данного анализа на анализ бонусных карт, использованных в данный период, покажет, что возраст аудитории, внесшей 65% выручки в оборот – 25-40 лет.

Рекомендации:

1. Изменение ассортиментного перечня блюд. Введение полноценной кухни. Удаление низкомаржинальных позиций через маржинальный ABC - анализ
2. Существенное повышение цен на алкогольные напитки, чай и кофе (фейс контроль для низких чеков)
3. Позиционирование заведения, как «ресторан» с широкой чайно-кофейной картой

