

Wie is jouw gast?

Wat zijn belangrijkste drijfveren?

- ★ Geslacht?
 - ★ Generatie?
 - ★ Geld?
 - ★ Gemak?
 - ★ Genieten?
 - ★ Gezond?
 - ★ Goed gedrag?
-
- ★ Hoe beweegt jouw gast zich? Waar komt hij vandaan, waar gaat hij naar toe? Is dit anders tijdens de verschillende dagdelen of tijdens verschillende dagen?
 - ★ Kiest hij jou of jij hem?

Productaanbod

STAP 1 – Kies je productgroepen

- ★ Begin met een leeg vel.
- ★ Kies de productgroepen die je biedt
- ★ Houd het smal en goed
- ★ Logische combi's

STAP 2 – Indeling per dagdeel

- ★ Bedenk welke producten je het meest verkoopt op tijdens de verschillende dagdelen
- ★ Deel je indeling en routing van je restaurant hierop in
- ★ Houd je assortiment beperkt en wissel

STAP 3 – Varianten

- ★ Bied in alle prijscategorieën iets aan
- ★ Creëer meer waarde bij duurdere producten
- ★ Maak duurdere producten door meer waarde toe te voegen
- ★ Gebruik upselling & crossselling
- ★ Geef meer aandacht, meer tijd
- ★ Meer beleving

Productaanbod

STAP 3 – Varianten (vervolg)

- ★ Passend bij jouw gast (bio, vega(n), lokaal etc)
- ★ Specificeer wat jou uniek maakt
- ★ Hogere prijs, meer waarde (keuze A, B en C)
- ★ Gebruik prijspunten, dus ook een basisprijs (liefst 3 a 4) zodat je kunt upsellen
- ★ Combi's om te kunnen cross sellen
- ★ Denk aan portiegrootte en maagvulling
- ★ Vergelijkbare producten vs niet-vergelijkbare producten
- ★ Dagspecials vs zelf samenstellen
- ★ Bediend vs zelfbediening

Productaanbod

STAP 4 - prijsstrategie

- ★ Bied een goedkoopste en duurste optie per productgroep.
- ★ Basis: kostprijs +
- ★ Premium: benchmarking
- ★ Maak logische prijsstapjes
- ★ Gebruik bij communicatie geen euroteken
- ★ Duidelijke prijzen, bij alle producten
- ★ Afgeronde prijzen & oneven getallen
- ★ Gebruik van 0-en, kleuren, komma's en punten
- ★ Keep it stupid simple
- ★ Overal prijzen bij!

