

# VENTAS EN LA RESTAURACION

20  
HORAS

## DESCRIPCIÓN

Este curso nos adentra en los secretos mejor en relación a las ventas en el sector de restauración.

Su objetivo es analizar la oferta gastronómica que podemos ofrecer a nuestros clientes; cómo son los alimentos que nutrirán los platos; cuáles son los gustos de la clientela nacional e internacional y cómo configurar una oferta adecuada para ellos; cómo ofertar nuestras propuestas; cuáles son los tipos y canales de reserva; y qué elementos debemos tomar en cuenta a la hora de fijar los precios de nuestros platos y banquetes.

## OBJETIVOS

- Conocer cómo tratar la oferta gastronómica - Conocer los gustos de la clientela según su origen y configurar una oferta adecuada - Aprender a gestionar los tipos y canales de oferta, la gestión de la capacidad y los diversos tipos de cobro existentes - Saber qué tarificación hay que aplicar a los platos que ofertamos y a los banquetes

## CONTENIDOS

### VENTAS EN LA RESTAURACIÓN

Introducción: La cocina

### UNIDAD 1: LA OFERTA GASTRONÓMICA

- Concepto y Tipos de Negocios de Restauración - Food Service - Food Service II - Restauración Comercial - QSR - La Venta de Servicios - Qué Vende un Restaurante - Componentes Hard y Soft del Producto Restauración - El Servicio como Componente del Producto Restauración - Diseño de la Oferta de Productos - La Carta Como Evidencia Física Del Producto - Tipos de Servicios - Criterios Técnicos en la Elaboración de la Carta - Los Alimentos - Alergias e Intolerancias Alimentarias - Criterios Estéticos de Diseño de la Carta - Criterios Estéticos de Diseño de la Carta II - Criterios de Oportunidad en la Elaboración de la Carta - Criterios de Combinación en la Elaboración de la Carta - Autoprácticas Evaluación técnica de la carta - Autoprácticas Análisis de la Carta

### UNIDAD 2: FUENTES INFORMATIVAS. IDENTIFICACIÓN Y USO.

- Intuición y Datos - Fuentes de Información - Indicadores de Gestión Internos - Segmentación del Mercado - Los Gustos de la Clientela Internacional: Norteamericanos - Los Gustos de la Clientela Internacional: Británicos - Los Gustos de la Clientela Internacional: Franceses - Los Gustos de la Clientela Internacional: Italianos - Los Gustos de la Clientela Internacional: Alemanes - El Concepto de Margen de Contribución - Analizar los Consumos - Configurar una Oferta desde Cero - Analizar La Cartera de Productos - Autoprácticas Oferta gastronómica - Autoprácticas Configurar oferta inicial

### UNIDAD 3: RESERVAR, VENDER, COBRAR

- Tipos y Canales de Reserva - Argumentar La Venta - Centrales de Reservas - Gestionar las Expectativas durante las Reservas - Gestión de la Capacidad - El Canal de Venta en Servicios de Restauración - Internet - Franquicia - Delivery - Take Away - Tipos de Cobro - Ticket Restaurant - Autoprácticas Factores de éxito

UNIDAD 4: TARIFICAR LOS PRECIOS Y SUS CONDICIONES DE APLICACIÓN.

- Criterios de Fijación de los Precios - Los Costes - ¿Precios y Platos son Adecuados? - Ingeniería de Menús - ¿Somos Caros o Baratos? - Calcular el Precio de un Banquete - Alteración de los Precios - Autoprácticas Tarificar precios - Autoprácticas Dispersión precios - Autoprácticas Clasificación platos