



Creëer rendabele menu's in de wereld na COVID-19

Gebruik POS-gegevens om je aanbod te stroomlijnen en
je winst te maximaliseren

In samenwerking met
yumpingo[®]



Unilever
Food
Solutions

Support. Inspire. Progress.

Horeca gelegenheden hebben tegenwoordig te kampen met verschillende uitdagingen. Van een beperkt personeelsbestand tot een in het algemeen veranderende blik op uit eten gaan.

Al deze factoren samen zorgen ervoor dat je niet zomaar weer gemakkelijk kunt beginnen. In plaats daarvan moeten bedrijven bekijken hoe ze hun menu's en inkomstenbronnen kunnen aanpassen om de winstgevendheid te maximaliseren en weer klanten aan te trekken.



Het goede nieuws is dat dit compleet haalbaar is. **Met een beetje vindbaarheid en de ondersteuning van jouw verkoop- of POS-gegevens is het mogelijk om menu's samen te stellen die met de uitdagingen van deze 'nieuwe wereld' haalbaar zijn.** We willen je op weg helpen en werken daarom samen met de experts van Yumpingo zodat we je praktisch advies en beste praktijken kunnen bieden met betrekking tot het samenstellen van jouw menu's.

Rendabel en populair?

Met de Star/Dog-analyse tool analyseer je snel jouw menu. Je ziet eenvoudig welke gerechten en sterren je hebt, en wat je kunt verbeteren.

pag3

Complexiteit van gerechten

Bekijk waar je op je menu de complexiteit kan verminderen terwijl je wel hoge standaarden houdt.

pag7

Prijsflexibiliteit

Bekijk waar je jouw prijzen kunt aanpassen voor de grootste invloed op jouw bedrijfsresultaat.

pag9

Waar te beginnen: Haal de verkoopgegevens uit jouw POS-systeem

Een **Star/Dog-analyse** lijkt misschien een vreemd concept, maar het is een zeer nuttig hulpmiddel om te bepalen welke gerechten het meeste opleveren voor jouw bedrijf. We laten je hier zien hoe je een Star/Dog-analyse op jouw menu kunt uitvoeren.

Zo krijg je een duidelijk beeld van de prestaties van alle gerechten in elke gang, maar kunt je ook zien hoe de bestelfrequentie per gang verschilt.

tip:

Analyseer jouw bijgerechten en bekijk de resultaten naast jouw hoofdgerechten om zo te zien waar je meer kunt upsellen.



Dus waar begin je dan?

We hebben een gebruiksvriendelijke Excel-sjabloon opgesteld die je [hier](#) kunt downloaden.

Zodra je het bestand hebt, volgt je deze instructies om jouw analyse te voltooien:

- 1** Voeg in het eerste tabblad van de sjabloon (dat '**Basis**' heet) de namen van jouw gerechten, de kostprijs en de verkoopprijs in de relevante velden toe. De overige velden in elke rij worden automatisch ingevuld.
- 2** Zet in het tweede tabblad van de sjabloon (dat '**Verkoopvolumes**' heet) het aantal verkochte eenheden per gerecht voor een bepaalde periode in kolom J ('Verkoop'). We raden aan om een periode van 3 maanden te nemen, zodat je een goed bereik krijgt.

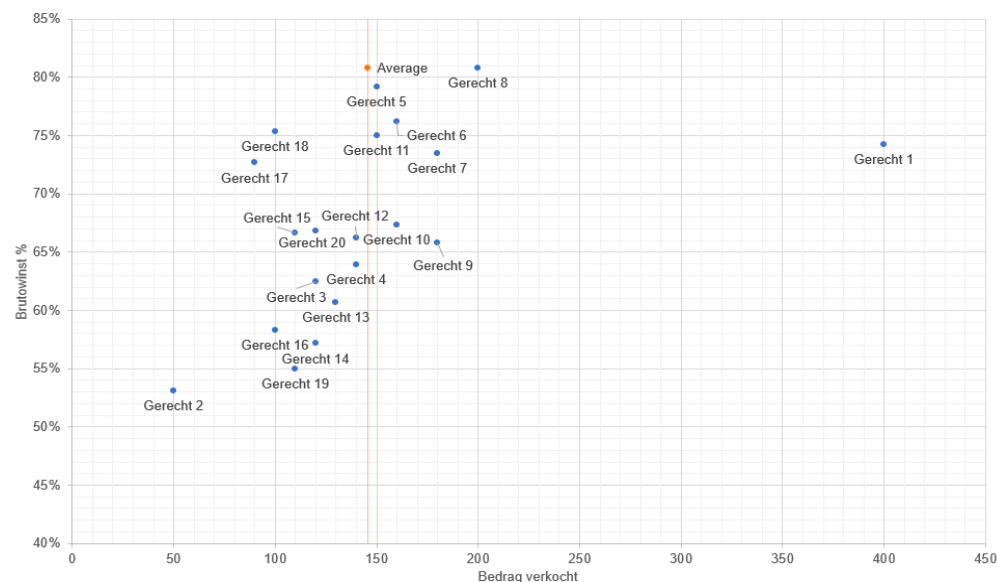


Gang	Naam van gerecht	Kostprijs	Verkoopprijs	Verkoopprijs excl. btw	Marge	Verkoopkosten	Brutowinst
	Gerecht 1	€ 1,75	€ 8,50	€ 6,80	€ 5,05	26%	74%
	Gerecht 2	€ 3,00	€ 8,00	€ 6,40	€ 3,40	47%	53%
	Gerecht 3	€ 1,80	€ 6,00	€ 4,80	€ 3,00	38%	63%
	Gerecht 4	€ 1,73	€ 6,00	€ 4,80	€ 3,07	36%	64%
	Gerecht 5	€ 1,00	€ 6,00	€ 4,80	€ 3,80	21%	79%
	Gerecht 6	€ 1,24	€ 6,50	€ 5,20	€ 3,96	24%	76%
	Gerecht 7	€ 1,38	€ 6,50	€ 5,20	€ 3,82	27%	73%
	Gerecht 8	€ 1,00	€ 6,50	€ 5,20	€ 4,20	19%	81%
	Gerecht 9	€ 1,78	€ 6,50	€ 5,20	€ 3,42	34%	66%
	Gerecht 10	€ 1,70	€ 6,50	€ 5,20	€ 3,50	33%	67%
	Gerecht 11	€ 1,40	€ 7,00	€ 5,60	€ 4,20	25%	75%
	Gerecht 12	€ 1,89	€ 7,00	€ 5,60	€ 3,71	34%	66%
	Gerecht 13	€ 2,20	€ 7,00	€ 5,60	€ 3,40	39%	61%
	Gerecht 14	€ 2,40	€ 7,00	€ 5,60	€ 3,20	43%	57%
	Gerecht 15	€ 1,87	€ 7,00	€ 5,60	€ 3,73	33%	67%
	Gerecht 16	€ 2,50	€ 7,50	€ 6,00	€ 3,50	42%	58%
	Gerecht 17	€ 1,64	€ 7,50	€ 6,00	€ 4,36	27%	73%
	Gerecht 18	€ 1,48	€ 7,50	€ 6,00	€ 4,52	25%	75%
	Gerecht 19	€ 2,70	€ 7,50	€ 6,00	€ 3,30	45%	55%
	Gerecht 20	€ 1,99	€ 7,50	€ 6,00	€ 4,01	33%	67%

Gang	Naam van gerecht	Nummer van het gerecht	Brutowinst	Verkoop	Gemiddeld	Hoger of lager dan het gemiddelde
	Gerecht 1	1	74%	400	146	275%
	Gerecht 2	2	53%	50		34%
	Gerecht 3	3	63%	120		82%
	Gerecht 4	4	64%	140		96%
	Gerecht 5	5	79%	150		103%
	Gerecht 6	6	76%	160		110%
	Gerecht 7	7	73%	180		124%
	Gerecht 8	8	81%	200		137%
	Gerecht 9	9	66%	180		124%
	Gerecht 10	10	67%	160		110%
	Gerecht 11	11	75%	150		103%
	Gerecht 12	12	66%	140		96%
	Gerecht 13	13	61%	130		89%
	Gerecht 14	14	57%	120		82%
	Gerecht 15	15	67%	110		76%
	Gerecht 16	16	58%	100		69%
	Gerecht 17	17	73%	90		62%
	Gerecht 18	18	75%	100		69%
	Gerecht 19	19	55%	110		76%
	Gerecht 20	20	67%	120		82%

3 Nadat je jouw gegevens hebt ingevoerd, kijk je naar het derde tabblad van de sjabloon, '**StarDog**'. De grafiek zou automatisch bijgewerkt moeten zijn en voor elk gerecht jouw winst- en verkooppercentage moeten weergeven. De verticale lijn die ergens dicht bij het midden van de grafiek verschijnt, vertegenwoordigt jouw gemiddelde.

4 Bepaal de brutowinstmarge die jouw bedrijf moet behalen (bijv. 70%). **Teken deze lijn horizontaal over jouw grafiek op het relevante punt.**



De twee lijnen kruisen elkaar en je ziet een grafiek met vier kwadranten.

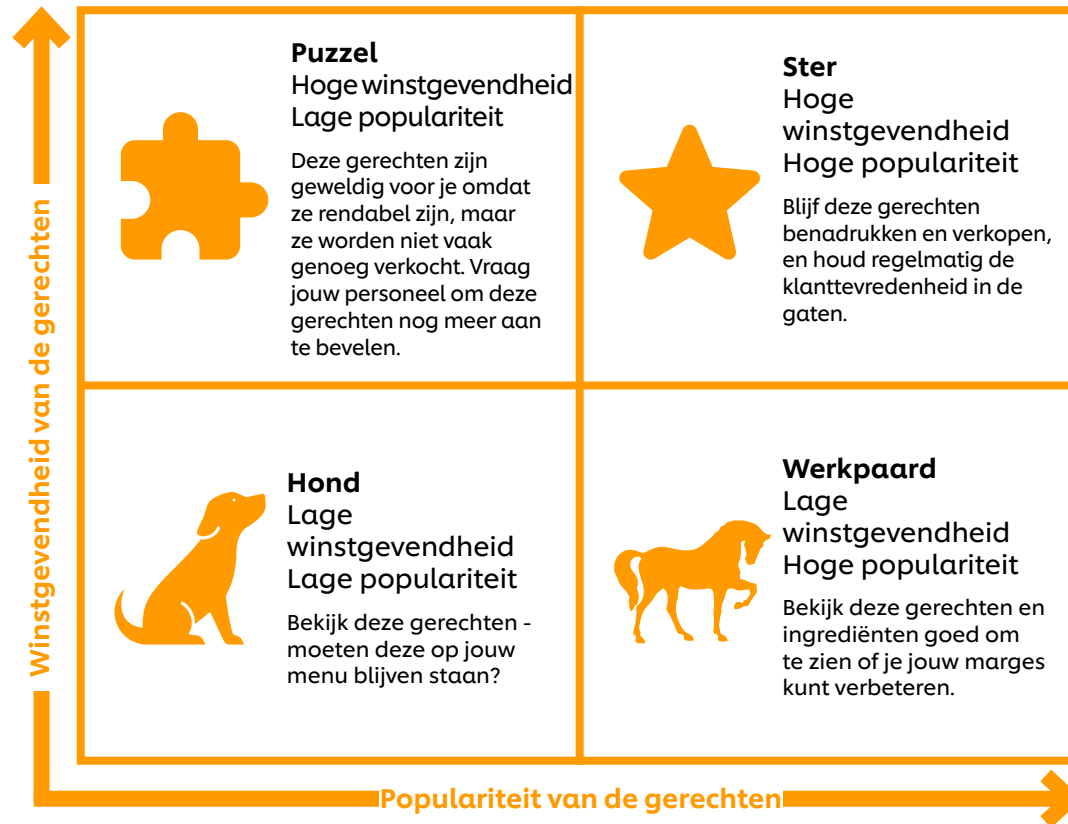


Wat betekent dit nu allemaal voor jouw menu?

LEES VERDER VOOR HET ANTWOORD



Je kunt de gerechten in elk van de vier kwadranten van jouw Star/Dog-analyse op de volgende manier evalueren:



Overwegingen:

- Bekijk jouw analyse als een totaalplaatje. Heb je gerechten met een lage marge, lage populariteit die complex zijn om te maken? Zo ja, hoe kun je de marges verbeteren en/of de complexiteit verlagen?
- De complexiteit verlagen kan van alles betekenen, bijvoorbeeld jouw slager zo ver krijgen dat hij meer doet, een gulden middenweg vinden voor wat er intern wordt gemaakt of jouw aanbod op de korte termijn eenvoudiger maken.
- Bekijk jouw menu en kijk waar je de ingrediënten nog meer kunt gebruiken - of gebruik ze als hulpmiddel om gerechten te upsellen en uw verkoopprijs te verhogen. Als je bijvoorbeeld nacho's met chili aanbiedt, kun je de chili ook als extra topping voor een burger aanbieden.

De complexiteit van de gerechten meten

De complexiteit van de gerechten verwijst naar de hoeveelheid inspanning en vaardigheid die nodig is om een gerecht met succes klaar te maken. Dit kunnen factoren zijn zoals de bereidingstijd, het aantal stappen in het recept, het aantal werkplaatsen dat nodig is om het gerecht voor te bereiden, de foutmarge, enz.

Hoe meet je de complexiteit van de gerechten?

Als je de complexiteit wilt meten, bekijkt je jouw gestandaardiseerde recepten, raadpleeg je jouw BOH-team en bekijk je de vergelijkbare waarden per gerecht uit je POS-gegevens. Gebruik deze informatie om elk gerecht te beoordelen op een schaal van 1 tot 5. Je vindt hiervoor een handleiding in onze gratis Excel-sjabloon op tabblad vier ('Complexiteit van de gerechten').

Zet dit uit tegen het bestelde volume en de marge van elk gerecht, **zoals weergegeven in de tabel hiernaast.**

Door de complexiteit van de gerechten af te wegen tegen de andere factoren die je in de Star/Dog-analyse hebt gemeten, schets je een duidelijker beeld van de mogelijke valkuilen in jouw uw menu, vooral als je wil beginnen met bezorging of afhalen.

	Verkoop	Marge van gerecht (%)	Complexiteit van de gerechten
Gerecht 1	3697	70,2	4
Gerecht 2	2659	78,4	3
Gerecht 3	2068	76,6	3
Gerecht 4	1741	77,7	4
Gerecht 5	1702	75,3	2
Gerecht 6	1682	71,5	3
Gerecht 7	1637	74,4	3
Gerecht 8	1595	77,9	4
Gerecht 9	1524	76,9	3
Gerecht 10	1495	75	3
Gerecht 11	1480	80,2	2
Gerecht 12	1402	73,6	1
Gerecht 13	1200	77,3	4
Gerecht 14	1185	78	3
Gerecht 15	1129	70,1	5
Gerecht 16	1122	69,8	4

Mogelijk probleem, lagere complexiteit

Geweldige gerechten, meer aanbevelen

Probleem vastgesteld, verwijderen of aanpassen

Hoe het aanpassen van de complexiteit van de gerechten jouw bedrijf kan helpen

Als je de complexiteit van de gerechten verlaagt, wordt jouw bedrijfsvoering efficiënter, kun je jouw gasten een consistenter product aanbieden en worden je voedselkosten dikwijls ook lager, vooral als werkkrachten een uitdaging zijn voor jouw bedrijf.

Stel dat je je sauzen vanuit de basis helemaal zelf maakt. Als u de complexiteit van de gerechten wilt verminderen, kun je overwegen om producten te gebruiken die je daarbij helpen. Het bestellen, afwegen en daarna koken van 12 verschillende kruiden en specerijen is bijvoorbeeld complexer dan het gebruik van een product zoals de vloeibare Knorr Garde d'Or sauzen. Met één product bespaar je tijd, terwijl je de consistentie krijgt die je nodig hebt en de authenticiteit behouden blijft.

Weeg de voor- en nadelen van elke methode af en bepaal welke mate van complexiteit het beste voor jouw restaurant werkt.

Vele fine-dining restaurants gaan voor een lagere complexiteit door combinatiemenu's en à-la-cartemenu's aan te bieden. De klant kan kiezen tussen de 'volledige ervaring' of gewoon één enkel gerecht kiezen.



Wil je de complexiteit verminderen bij het maken van sauzen?

Probeer de sauzen van Knorr Professional

Flexibiliteit voor de menuprijs en waardeperceptie

Het klinkt misschien allemaal heel ingewikkeld, maar dat hoeft niet zo te zijn. Laten we het eens in detail bekijken...

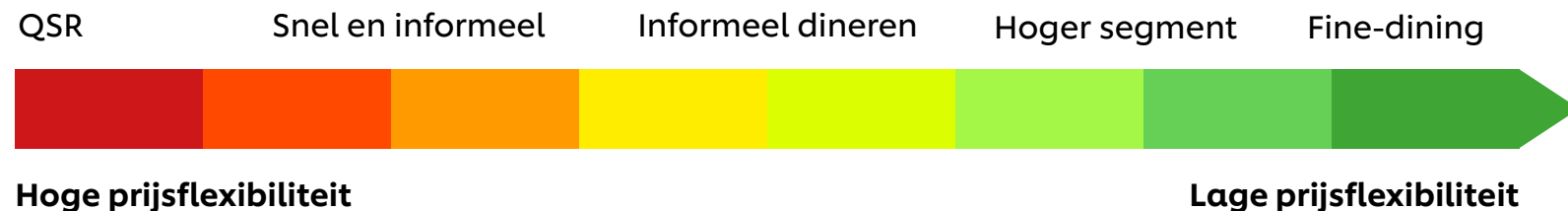
De prijsflexibiliteit van een gerecht geeft aan welke de invloed de wijziging van de prijs van een gerecht heeft op de frequentie waarop dat gerecht wordt besteld.

Dit wordt grotendeels beïnvloed door het type restaurant.

Zo zijn QSR-concepten (Quick Service) met een lage gemiddelde controle maar grote volumes vaak veel flexibeler dan hoogwaardige eetconcepten. Bij QSR's is de prijs meestal een van de beslissende factoren voor klanten die daar eten, dus elke aanpassing van de prijs kan aanzienlijke gevolgen voor het volume hebben.

Aan de andere kant gaan de gasten van hoogwaardigere restaurants meestal voor andere redenen dan de prijs daar eten. Daarom hebben kleine prijswijzigingen vaak geen grote invloed op het verkoopvolume.

Afhankelijk van de prijsflexibiliteit van het gerecht kan een kleine prijsaanpassing een grote invloed hebben op de veranderende bestelfrequentie en waardeperceptie.



Wat betekent dit voor jouw bedrijf?

Probeer **voor gerechten of concepten met lage flexibiliteit** de menubeschrijving of presentatie/begeleiding aan te passen voor een betere waardeperceptie zonder de prijs te verlagen. Als je de prijs van deze gerechten verlaagt, loop je het risico dat het een groter effect heeft op je bedrijfsresultaat dan op de verbetering van de waardeperceptie.

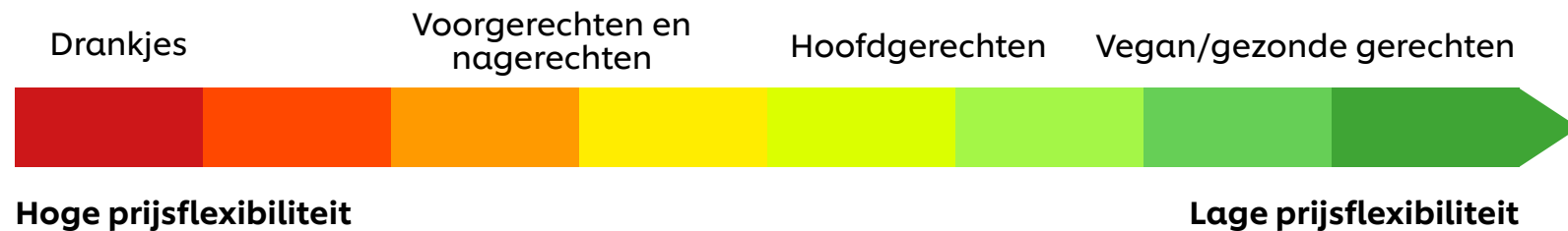
Ontbijt en lunch zijn meestal de **meest prijsgevoelige maaltijden**. Een kleine prijsverlaging voor deze gerechten betekent vaak een grote stap in de richting van een betere waardeperceptie en een hogere vraag. Omgekeerd zal een kleine prijsverhoging een grote invloed hebben op de bestelfrequentie, vooral in gebieden met veel alternatieven (bijv. bezorgplatform, foodcourts, enz.).



Probeer **voor zeer flexibele gerechten of concepten** de juiste balans tussen prijs en volume te vinden door te experimenteren met de menuprijzen. Begin met gerechten met een laag risico die ook in een minder goede Star/Dog-categorie vallen en houd veranderingen regelmatig bij.



Drankjes en bijgerechten worden gezien als de **meest prijsgevoelige menucategorieën**. Dit komt omdat ze worden gezien als extra's bij de maaltijd in plaats van als een essentieel onderdeel van de ervaring. De vraag naar salades en kindermaaltijden is echter minder gevoelig voor prijzen vanwege de demografie waardoor ze besteld worden. Deze gerechten helpen je winstgevendheid te vergroten.



Met de juiste producten verminder je de complexiteit van het gerecht en je kostprijs en verhoog je tegelijkertijd de populariteit.

MEER INFORMATIE OP PAGINA 12



Bronnen

Kijk **voor meer advies** over hoe je de winstgevendheid van jouw menu kunt verbeteren, naar:

UFS ACADEMY

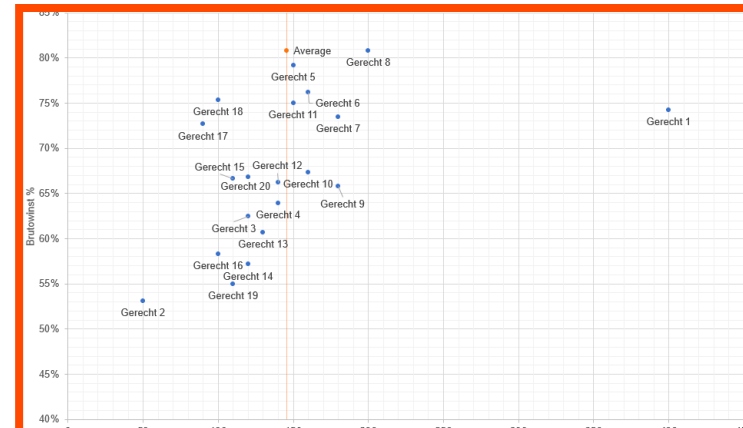


[Klik hier om deze GRATIS cursus van de UFS Academy te bekijken](#)



Operationele efficiëntie

Kijk hoe Alex Hall, chef-kok bij Unilever Food Solutions en Yumpingo-expert, Matt Holy, uitleggen hoe je een **analyse voor menu-opbouw** uitvoert.



[Klik hier om te downloaden](#)



Star/Dog-analyse

We hebben een gebruiksvriendelijk **Excel-sjabloon** opgesteld voor het uitvoeren van een Star/Dog-analyse.

Ga voor meer informatie en ondersteuning naar



UFS.com

yumpingo®

yumpingo.com

Yumpingo is in 2017 opgericht in het Verenigd Koninkrijk is de stem van uw gast. Ons unieke platform voor inzicht in gasten registreert en analyseert het gevoel dat gasten hebben op alle contactpunten, waardoor restaurants inzicht krijgen in NPS en de stappen van de service op elk kanaal, elke shift en elk gerecht. Yumpingo kan snel geïmplementeerd worden en past gemakkelijk in elke servicestijl. Het biedt unieke duidelijkheid over wat uw gasten blij maakt, zodat u en uw restaurantteams elke dag weer het beste kunnen leveren.

We werken voor een aantal van 's werelds grootste en meest innovatieve hospitality-groepen, waaronder California Pizza Kitchen, YO!, Azzurri Group en John Lewis Partners. Hierdoor kunnen hun teams sneller en met meer vertrouwen meer beslissingen nemen door gegevens over gasten op ongekennde niveaus in bruikbare inzichten om te zetten.