

GESTIÓN



PRESENTACIÓN. 1. OBJETIVOS. 2. CONTENIDOS. 3. METODOLOGÍA.

- ✚ Conocer los principios fundamentales del marketing y las ventas del restaurante.
- ✚ Crear promociones de venta exitosas en su restaurante.
- ✚ Entender el proceso para calcular los impactos del marketing y comunicación en la previsión de ventas.
- ✚ Promover una oferta gastronómica vendedora con precios adecuados a la demanda.
- ✚ Conocer la estrategia para aumentar las ventas del restaurante a través de una comunicación mucho más eficaz.
- ✚ Aprender a diseñar e implementar promociones y acciones de venta.



2. CONTENIDO

Módulo 1: Planificación de la oferta en establecimientos de restauración.

1. Introducción al marketing de restaurantes.
2. El túnel de ventas del restaurante.
3. Promociones, comercialización y ventas del restaurante.
4. Estrategias de venta y marketing. ▫ Políticas de mercado (emplazamiento, clientela potencial). Cross Selling y Upselling.
5. Caso práctico

Módulo 2: Cartas de Vinos y de comidas.

1. La confección de una carta. Normas básicas. - Composición, características y categorías de cartas de vinos y comidas.
2. Diseño gráfico de cartas.
3. La Previsión de ventas para restaurantes en marcha
4. Calculo de los impactos del marketing y comunicación en la previsión de ventas.
5. Caso práctico.

Módulo 3: Marketing y ventas del restaurante

1. Criterios sobre la oferta y organización de la cocina.
2. Elementos de venta y coste en restauración.
3. Ley de Pareto.
4. Menú Engineering. Análisis de los platos de la carta: - Platos estrella. - Platos vaca. - Platos perro. - Platos puzle
5. Ley de Omnes
6. Métodos y técnicas para la gestión de costes.
7. Fijación y gestión de precios desde el punto de vista del marketing.
8. Herramientas de análisis. Manejo de TPV, comandero móvil, sistema operativo de gestión para restaurante DUAL LINK.
9. Caso práctico.



Módulo 4: Atención al cliente en Restauración.

1. La atención y el servicio:
2. Acogida y despedida del cliente.
3. La empatía.
4. La importancia de nuestra apariencia personal.
5. Importancia de la percepción del cliente.
6. Finalidad de la calidad de servicio.
7. La fidelización del cliente.
8. Perfiles psicológicos de los clientes
9. Manuales de procedimientos y operaciones en los departamentos de servicio de alimentos y bebidas: análisis, comparación y redacción.

Módulo 5: Dirección de equipos de trabajo en los departamentos de servicio de alimentos y bebidas

1. La comunicación en las organizaciones de trabajo: procesos y aplicaciones.
2. Negociación en el entorno laboral: procesos y aplicaciones.
3. Solución de problemas y toma de decisiones.
4. Sistemas de dirección y tipos de mando/liderazgo: justificación y aplicaciones.
5. Análisis de herramientas para la toma de decisiones. Simulaciones.
6. Dirección y dinamización de equipos y reuniones de trabajo.
7. La motivación en el entorno laboral.



3. METODOLOGIA

Nuestra metodología forma a los asistentes, exponiendo el contenido, de forma progresiva y gradual para que el alumno vaya adquiriendo los conocimientos en un entorno de aprendizaje fácil, práctico y participativo en todo momento de la formación.

Todo esto se basará en explicaciones orales y escritas del profesor, visualizaciones de videos, preguntas de los alumnos para conocer su estructura, brindándoles todo el material necesario para realizarlo.