



Тема

# Анализ продаж как инструмент маркетинга. Часть 1

Анализ гостевого потока в ресторане

Онлайн начинаем в 10:00 (МСК)  
Всем, кто смотрит в записи – welcome! %)



## Сергей Ицков

Директор по развитию Fusion Group (ресторан Zuma, сеть японских ресторанов Tokyo).

Руководитель направления Zuma Consulting.

Спикер ресторанных фестивалей ПИР и GASTREET .

Колумнист журнала «Ресторанные ведомости» и портала Restoranoff.ru

Преподаватель онлайн-университета ресторанного бизнеса [WelcomePro.ru](http://WelcomePro.ru)



# Тестирование для ключевых сотрудников ресторанного бизнеса:

<https://welcomepro.ru/verify-certificate/>

WELCOMEPRO.ru  
Первый онлайн-университет ресторанного бизнеса

Звоните нам бесплатно 8 800 301 13 38  
+7 (812) 679 13 38

НАЧАТЬ БЕСПЛАТНО

Войти

Главная Программы университета Преподаватели Библиотека Стоимость Процесс обучения **Проверка компетенций сотрудника** FAQ Контакты

### Календарь вебинаров

#### Управление ресторанами

- Курс для сильного управляющего рестораном (18)
- Управление залом (12)
- Для специалистов по маркетингу (16)
- Для шеф-поваров (9)
- Для бар-менеджеров (3)
- Управление экономикой ресторана (10)
- Управление людьми (13)
- Организация системы обучения сотрудников (2)
- Управление закупками (4)
- Управление качеством (3)
- Безопасность ресторана (2)
- Открытие ресторана (3)
- Организация службы доставки (3)

## Проверить компетенции сотрудника

На площадке WelcomePro открыта возможность проверки уровня компетенций ключевых сотрудников ресторана - управляющего, шеф-повара и менеджера по маркетингу.

Теперь собственник или генеральный директор получат возможность проверить знания человека при приеме на работу, а также проверить компетенции у работающих специалистов.

В результате тестирования вы не только выявите сильные стороны сотрудников, но также обнаружите слабые навыки, которые можно будет развить на площадке нашего университета.

Специальный тест разработан преподавателями WelcomePro и длится 60-90 минут. За это время мы проверяем основные блоки компетенций. В результате тестирования будет присвоена оценка по 100 бальной шкале, а также дана рекомендация по работе над слабыми компетенциями.

Насколько силен кандидат на должность? Что знают ваши сотрудники? Проверьте бесплатно и учтите их - это лучшая инвестиция, которую вы можете сделать.

### Тесты

- [Тест для Менеджера ресторана. Уровень 1](#) [Перейти](#)
- [Тест для Шеф-повара как Kitchen Manager. Уровень 1](#) [Перейти](#)



# Содержание курса

## Часть 1.

*Анализ гостевого потока: как  
анализировать выручку?*

## Часть 2.

Анализ структуры среднего чека: какие  
атрибуты чека необходимо исследовать?



# Бесплатно в «мастер-классах»!



Сергей Ицков

## Портфельный анализ меню. Часть 1

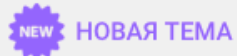
Супер-системы. Подготовка к профессиональному анализу продаж (настройка системы автоматизации)

Как наведение порядка в справочниках системы автоматизации помогает увеличивать прибыль?

Часть программы: Для специалистов по маркетингу

Подробнее

Смотреть запись





# Продлите срок лицензии!

## Мои вебинары



### Опция "Сохрани записи вебинаров на 1 год"

Данная опция дает возможность хранить записи вебинаров в течение года в своем личном кабинете.

После приобретения опции Вам так же будут доступны ранее купленные вебинары, срок действия которых истек в Вашем личном кабинете.

2 000 .-

Купить

Опция приобретается 1 раз в год и действует для всех вебинаров, а не для единичного.

[Подробнее](#) ▶

---

Ваши ближайшие записи на вебинары



# Эпиграф



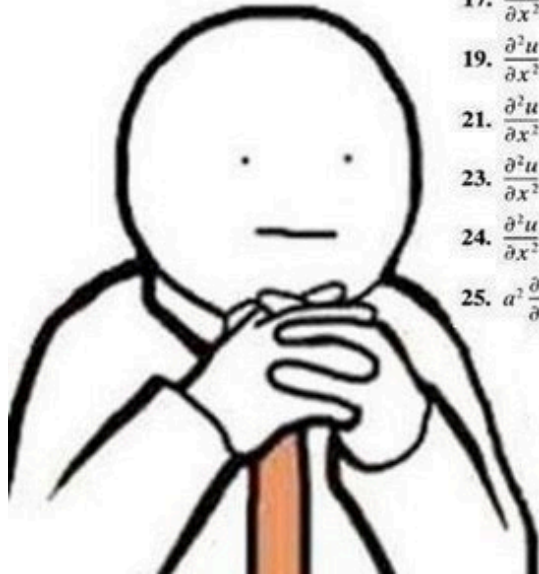
*Аналитика ради аналитики –  
это блудень.*

Виола Гвоздовская

Практик по управлению ресторанами,  
бизнес-консультант по  
управлению ресторанами



Я все еще жду тот день,  
когда я буду использовать это



17.  $\frac{\partial^2 u}{\partial x^2} + \frac{\partial^2 u}{\partial x \partial y} + \frac{\partial^2 u}{\partial y^2} = 0$

19.  $\frac{\partial^2 u}{\partial x^2} + 6 \frac{\partial^2 u}{\partial x \partial y} + 9 \frac{\partial^2 u}{\partial y^2} = 0$

21.  $\frac{\partial^2 u}{\partial x^2} = 9 \frac{\partial^2 u}{\partial x \partial y}$

23.  $\frac{\partial^2 u}{\partial x^2} + 2 \frac{\partial^2 u}{\partial x \partial y} + \frac{\partial^2 u}{\partial y^2} + \frac{\partial u}{\partial x} - 6 \frac{\partial u}{\partial y} = 0$

24.  $\frac{\partial^2 u}{\partial x^2} + \frac{\partial^2 u}{\partial y^2} = u$

25.  $a^2 \frac{\partial^2 u}{\partial x^2} = \frac{\partial^2 u}{\partial t^2}$

18.  $3 \frac{\partial^2 u}{\partial x^2} + 5 \frac{\partial^2 u}{\partial x \partial y} + \frac{\partial^2 u}{\partial y^2} = 0$

20.  $\frac{\partial^2 u}{\partial x^2} - \frac{\partial^2 u}{\partial x \partial y} - 3 \frac{\partial^2 u}{\partial y^2} = 0$

22.  $\frac{\partial^2 u}{\partial x \partial y} - \frac{\partial^2 u}{\partial y^2} + 2 \frac{\partial u}{\partial x} = 0$

26.  $k \frac{\partial^2 u}{\partial x^2} = \frac{\partial u}{\partial t}, \quad k > 0$

в реальной жизни





# Содержание тренинга

1. Основные принципы анализа продаж
2. Алгоритм исследования
3. Поток гостей и основные производные
4. Оборачиваемость места и стола
5. Средний чек
6. Среднее количество гостей и блюд
7. Домашнее задание



# Принципы анализа

1. Анализ продаж – это элемент исследования, а в основе любого исследования лежит гипотеза.
2. Анализ продаж строится по принципу дедукции – «от общего к частному».
3. Анализ продаж динамичен.
4. Гостевой поток (количество заказов) – главный показатель, с которого нужно начинать.



## Примеры гипотез

1. Как ведет себя гостевой поток?
2. Какова особенность аудитории в динамике?  
Изменились ли наши гости?
3. Изменилась ли структура продаж (СКБ)?
4. Какие периоды стали наиболее эффективными или провальными? – выстраиваем новые гипотезы
5. Кто из персонала наиболее эффективен?
6. Ваши собственные предположения – вы можете «раскрутить» любое предположение!

*Помните, что исследование ради обнаружение гипотез –  
это тоже гипотеза!*



# Дедукция





## Динамика/гости/ошибки

<i>Период</i>	<i>Гости</i>	<i>Чек на гостя</i>	<i>Выручка</i>
2015	30 000	650	19 500 000
2016	25 000	780	19 500 000
<i>Динамика</i>	<i>-17%</i>	<i>20%</i>	<i>0%</i>



# Алгоритм

Цель => план => действие => вывод

1. Выдвигается гипотеза
2. Формируется план исследования
3. Анализ показателей
4. Формализация выводов



## Например

1. Определение гипотезы: проанализировать гостевой поток
2. *План исследования: сравнить несколько лет по месяцам, выявить периоды с максимальными отклонениями, разобрать каждый день по часам*
3. Анализ показателей: определить в какой период времени и дней недели наблюдаются пиковые значения
4. Формализовать выводы: по результату исследования выдвинуть гипотезы о причинах динамики и продолжить их исследовать.



# Шаг 1: разбивка по подразделениям

Подразделение	Год	Кол-во чеков	Динамика чеков к пр. году	Кол-во гостей	Динамика ГП к пр. году
Зал	2014	44 423	0%	101 327	0%
Зал	2015	46 729	5%	106 859	5%
Зал	2016	43 180	-8%	103 905	-3%
Летняя веранда	2014	10 398	0%	23 351	0%
Летняя веранда	2015	11 391	10%	25 265	8%
Летняя веранда	2016	18 301	61%	43 464	72%
Доставка	2014	4 332	0%	4 856	0%
Доставка	2015	7 394	71%	7 902	63%
Доставка	2016	9 844	33%	10 438	32%





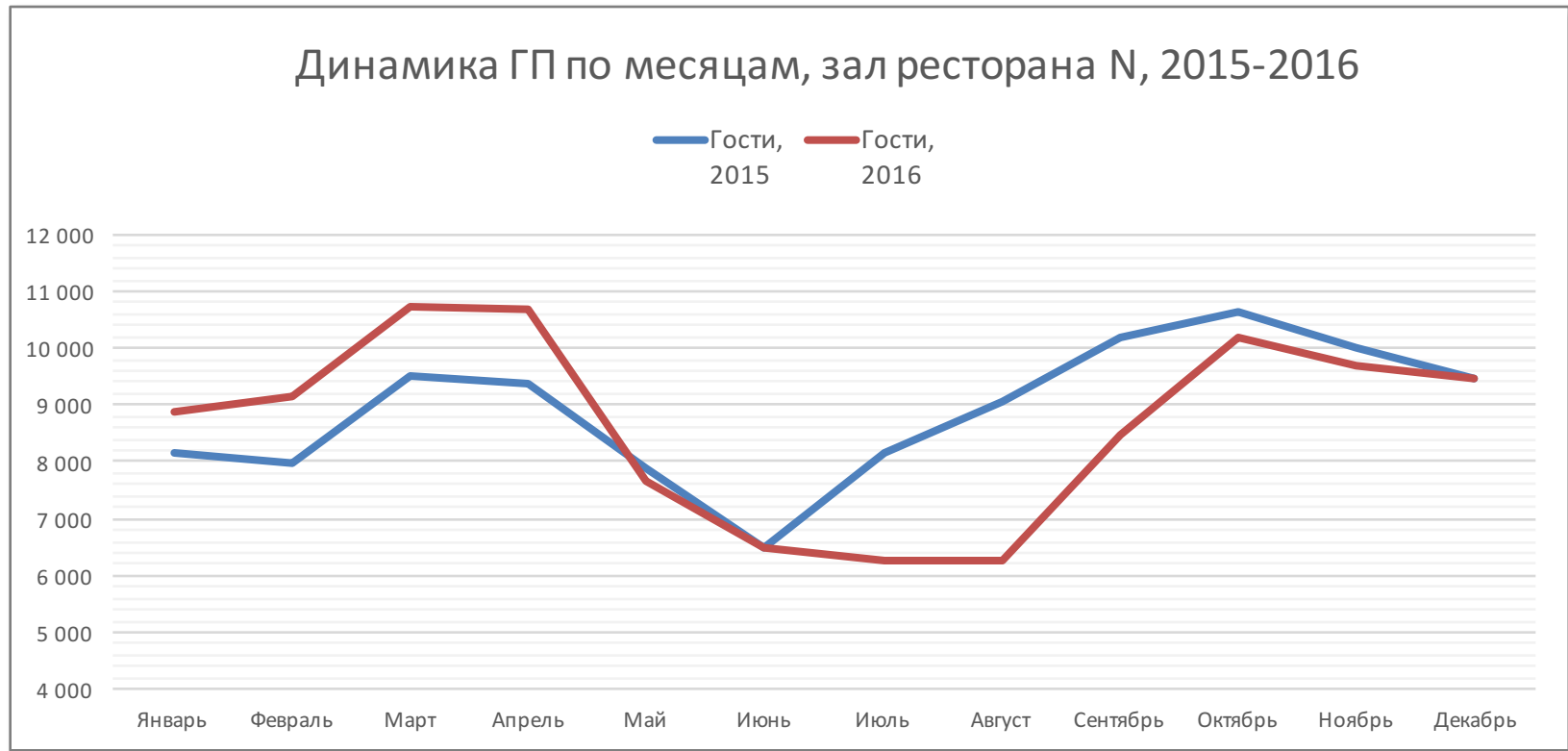


## Шаг 2: детализация подразделения по месяцам

Месяц	Гости, 2015	Гости, 2016	Динамика, гости	Динамика, %
Январь	8 145	8 867	722	9%
Февраль	7 972	9 146	1 174	15%
Март	9 495	10 740	1 245	13%
Апрель	9 365	10 665	1 300	14%
Май	7 893	7 647	-246	-3%
Июнь	6 474	6 480	6	0%
<b>Июль</b>	<b>8 174</b>	<b>6 273</b>	-1 901	-23%
<b>Август</b>	<b>9 044</b>	<b>6 259</b>	-2 785	-31%
<b>Сентябрь</b>	<b>10 183</b>	<b>8 475</b>	-1 708	-17%
Октябрь	10 642	10 191	-451	-4%
Ноябрь	10 005	9 695	-310	-3%
Декабрь	9 467	9 467	0	0%



# Визуализация 1





# Визуализация 2



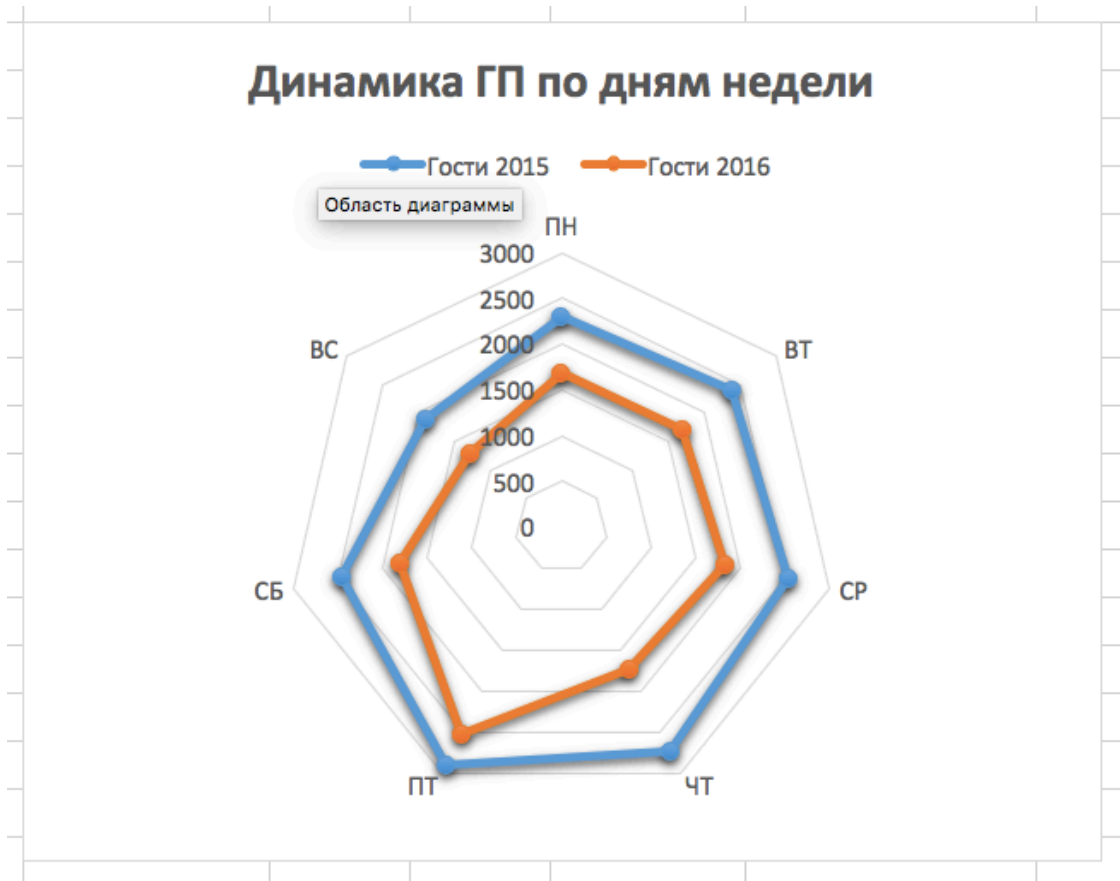


## Шаг 3: детализация месяцев по дням недели

<i>День недели</i>	<i>Гости 2015</i>	<i>Гости 2016</i>	<i>Динамика, гости</i>	<i>Динамика, %</i>
ПН	2303	1676	-627	-27%
ВТ	2 390	1 699	-691	-29%
СР	2 539	1 828	-711	-28%
ЧТ	2 731	1 716	-1 015	-37%
ПТ	2 898	2 518	-380	-13%
СБ	2 464	1 809	-655	-27%
ВС	1 893	1 286	-607	-32%



# Визуализация





## Шаг 5: детализация по часам

День недели	Гости 2015	Гости 2016	Динамика, гости	Динамика, %
11	168	138	-30	-18%
12	2 232	1 548	-684	-31%
13	2 113	1 479	-634	-30%
14	1 570	1 042	-528	-34%
15	1 357	740	-617	-45%
16	1 127	715	-412	-37%
17	1 093	720	-373	-34%
18	1 609	1 260	-349	-22%
19	1 979	1 533	-446	-23%
20	1 542	1 234	-308	-20%
21	1 096	1 059	-37	-3%
22	720	571	-149	-21%
23	392	325	-67	-17%



## Корректировка группировки

Подразделение	Год	Кол-во чеков	Динамика чеков к пр. году	Кол-во гостей	Динамика ГП к пр. году
Зал	2014	44 423	0%	101 327	0%
Зал	2015	46 729	5%	106 859	5%
Зал	2016	43 180	-8%	103 905	-3%
Летняя веранда	2014	10 398	0%	23 351	0%
Летняя веранда	2015	11 391	10%	25 265	8%
Летняя веранда	2016	18 301	61%	43 464	72%
Доставка	2014	4 332	0%	4 856	0%
Доставка	2015	7 394	71%	7 902	63%
Доставка	2016	9 844	33%	10 438	32%



## Корректировка группировки

<i>Подразделение</i>	<i>Год</i>	<i>Кол-во чеков</i>	<i>Динамика чеков к пр. году</i>	<i>Кол-во гостей</i>	<i>Динамика ГП к пр. году</i>
Зал	2014	54 821	0%	124 678	0%
Зал	2015	58 120	6%	132 124	6%
Зал	2016	61 481	6%	147 369	12%





# Шаг 5: детализация по часам / верно



Будни (с пн-чт)	Ноябрь 2015, гости, срзнач	Ноябрь 2016, гости, срзнач	Динамика, гостей	Динамика, %	Период	Динамика по периодам
8:00	6,8	8,3	1,5	22,7%	Завтрак	9,76%
9:00	7,8	8,1	0,3	4,3%		
10:00	7,9	8,5	0,6	7,4%		
11:00	9,4	10,0	0,6	6,9%		
12:00	18,9	10,4	-8,5	-44,9%	Обед	-19,31%
13:00	31,5	19,9	-11,6	-36,8%		
14:00	15,4	14,1	-1,3	-8,5%		
15:00	12,4	13,5	1,1	9,3%		
16:00	10,0	10,8	0,8	8,0%		
17:00	7,1	8,1	1,0	14,8%		
18:00	5,4	4,0	-1,4	-26,1%	Ужин	-5,42%
19:00	5,1	2,8	-2,4	-46,0%		
20:00	7,2	6,2	-1,0	-14,3%		
21:00	10,6	12,1	1,5	13,6%		
22:00	10,5	11,1	0,6	6,0%		



## Выводы

Как видно из таблицы, основная доля снижения гостевого потока прилась на будние дни (пн-чт) и составила -17% по сравнению с аналогичным периодом в прошлом году.

Детальная проработка показала, что основной отток произошел в обеденные часы с 12 до 14 часов.

Необходимо сравнить структуру чеков данных периодов по атрибутам:

- величина чеков
- состав чеков (блюда/напитки)
- длительность посещения
- структура по группам посещения





# Подробнее о том, «кто ушел»



Сергей Ицков

## Анализ продаж как инструмент маркетинга. Часть 2

Анализ гостевых чеков ресторана в динамике

Кто ваши гости и чего они хотят на самом деле? Исследования через анализ продаж  
Уровень: специалист

[Подробнее](#)



НОВАЯ ТЕМА



## План по гостям: оборачиваемость

$K = \frac{\text{количество гостей в месяц}}{\text{кол-во мест} / \text{количество дней}}$

до 650 руб./гостя =	от 3 и выше
650 - 1000 руб. =	2,2-3
1000 - 1500 руб. =	1,8-2,2
выше 1500 руб. =	1,3-1,8



## Прогноз при открытии нового ресторана

Мы планируем открыть ресторан с чеком 800 руб/гость

Площадь ресторана: 300 кв. м.

Площадь торгового зала: 150 кв.м.

Плотность посадки для такого формата: 1.8 кв.м. на  
гостя

Итого посадочных мест (план дизайнеру) =  
 $150/1,8 = 83$  места

План по выручке =  $800 * 2,2 * 83 * 30 = 4\,382\,400$  рублей.



# Оборачиваемость/загруженность столов

<i>Гостей в чеке</i>	<i>Количество чеков</i>	<i>Выручка</i>	<i>Количество гостей</i>
1	28,50%	17,00%	13,10%
2	50,50%	45,20%	46,40%
3	11,40%	14,80%	15,70%
4	5,10%	8,90%	9,30%
5	2,20%	4,40%	5,10%
6 и более	2,20%	9,80%	10,20%



A	B	C	D	E	F
Полужирный Выгрузить из системы автоматизации			Ручной ввод	C/B	E/D
№ стола	Количество чеков	Количество гостей	Реальное количество мест за столиком	Коэффициент загрузки - среднее количество гостей за столиком	Средний % загрузки столика
1	344	652	4	1,9	47%
10	294	531	2	1,8	90%
101	327	524	2	1,6	80%
102	351	638	4	1,8	45%
103	284	585	4	2,1	51%
104	254	393	2	1,5	77%
105	237	558	4	2,4	59%
106	243	560	4	2,3	58%
107	186	419	2	2,3	113%
108	218	524	4	2,4	60%
109	264	570	4	2,2	54%
11	299	709	5	2,4	47%
110	329	607	4	1,8	46%

<b>№ стола</b>	<b>Количество чеков</b>	<b>Количество гостей</b>	<b>Реальное количество мест за столиком</b>	<b>Коэффициент загрузки - среднее количество гостей за столиком</b>	<b>Средний % загрузки столика</b>
1	344	652	4	1,9	47%
10	294	531	2	1,8	90%
101	327	524	2	1,6	80%
102	351	638	4	1,8	45%
103	284	585	4	2,1	51%
104	254	393	2	1,5	77%
105	237	558	4	2,4	59%
106	243	560	4	2,3	58%
107	186	419	2	2,3	113%
108	218	524	4	2,4	60%
109	264	570	4	2,2	54%
11	299	709	5	2,4	47%
110	329	607	4	1,8	46%
111	277	508	4	1,8	46%
112	258	406	2	1,6	79%
113	250	408	2	1,6	82%
13	314	694	4	2,2	55%
14	313	642	4	2,1	51%
15	307	655	4	2,1	53%
16	308	631	4	2,0	51%
17	280	628	4	2,2	56%
18	298	631	4	2,1	53%
19	331	628	4	1,9	47%
2	323	590	3	1,8	61%





## План зонирования

<i>Столики для (кол-во гостей)</i>	<i>Кол-во столиков</i>
2 (в том числе для 1)	50%
4	25%
6	15%
8 и более	10%



Тема: Анализ продаж как инструмент маркетинга. Часть 1






## Средний чек на гостя


Динамика величины зависит от 2 переменных:

- Структура потребления (ассортимент и количество позиций в чеке);
- Стоимость блюд и напитков.



ЕСТЬ ЗАПИСЬ 

**100% гарантия  
увеличения чека в  
зале**



**Как мы увеличили зарплаты и  
стали больше зарабатывать**

Проверенные и работающие  
способы увеличения среднего чека,  
которыми не пользуются 99%  
рестораторов

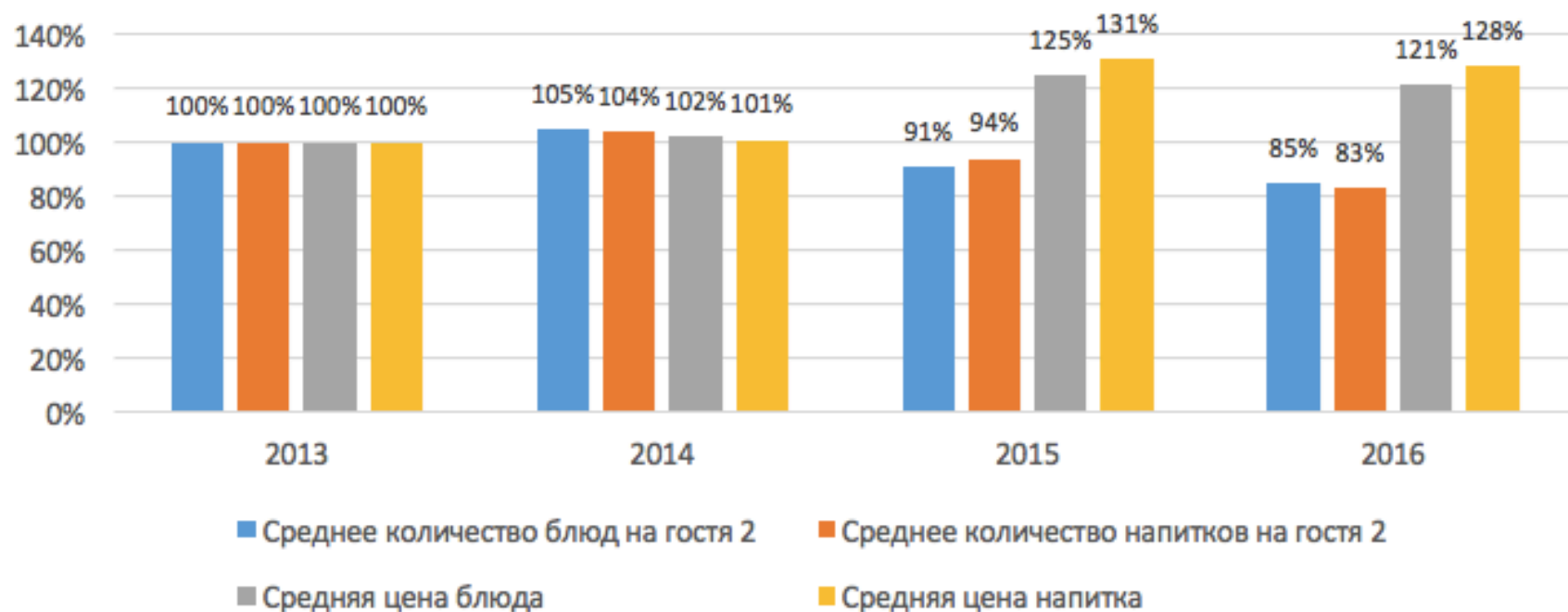
**Преподаватель: Сергей Ицков**

**Узнать больше**

Подробнее о теме  
среднего количества  
блюд и напитков на  
гостя – бесплатно в  
разделе «мастер-  
классы».

Параметр	2013	2014	2015	2016
Среднее количество блюд на гостя 2	100%	105%	91%	85%
Среднее количество напитков на гостя 2	100%	104%	94%	83%
Средняя цена блюда	100%	102%	125%	121%
Средняя цена напитка	100%	101%	131%	128%

### Динамика факторов влияния на чек, ресторан 2





## Гипотеза

В ресторане 2 снижение выручки обусловлено оттоком гостей и снижением количества заказываемых блюд.

Судя по анализу меню это обусловлено резким увеличением цен в меню (более чем на 20%), что является неприемлемым и недопустимым.



# Отчет для контроля

Период	Выручка			Гости			Чек/гость			СКБ		СКН	
	2015	2016	Динамика	2015	2016	Динамика	2015	2016	Динамика	2015	2016	2015	2016
Январь	100%	123%	23%	100%	118%	18%	100%	103%	3%	100%	106%	100%	105%
Февраль	100%	141%	41%	100%	109%	9%	100%	102%	2%	100%	107%	100%	106%
Март	100%	125%	25%	100%	124%	24%	100%	99%	-1%	100%	99%	100%	98%
Апрель	100%	151%	51%	100%	136%	36%	100%	101%	1%	100%	100%	100%	99%
Май	100%	134%	34%	100%	123%	23%	100%	104%	4%	100%	109%	100%	108%
Июнь	100%	112%	12%	100%	109%	9%	100%	98%	-2%	100%	105%	100%	104%
Июль	100%	89%	-11%	100%	91%	-9%	100%	100%	0%	100%	100%	100%	99%
Август	100%	105%	5%	100%	101%	1%	100%	101%	1%	100%	101%	100%	100%
Сентябрь	100%	110%	10%	100%	109%	9%	100%	102%	2%	100%	102%	100%	101%
Октябрь	100%			100%			100%			100%		100%	
Ноябрь	100%			100%			100%			100%		100%	
Декабрь	100%			100%			100%			100%		100%	



## Эту тему дополняют!

1. Курс «**Портфельный анализ меню**»: как создать эффективное меню и управлять им?
2. Часть 2 «**Анализ продаж как инструмент маркетинга**»: как увеличить прибыль с помощью аналитики
3. **Меню ресторана как коммерческое предложение**: как сверстать продающее меню?





Программы университета

- Календарь вебинаров
- Управление ресторанами
- Для директоров ресторанных компаний
- Кейтеринг
- Бесплатные мастер-классы от практиков**

Выбор преподавателя: -- Не выбрано --

Календарь вебинаров

Управление ресторанами

- Курс для сильного управляющего рестораном (18)

Программы университета

Программы для ключевых сотрудников ресторана: менеджеров и маркетологов.

0 тем (занятий) на ваш выбор. (ы), либо смотреть их видеозаписи.

Кейтеринг и выездные мероприятия

«100% гарантия увеличения чека в зале»

«Как "разморозить" морозильную камеру»

«Оценка потенциала сотрудников - как это и зачем»

«Как самостоятельно искать лучших сотрудников»

«Все про материальную мотивацию и не только»

29 января 2017 (воскресенье)

«Коучинг - инструмент достижения целей компании»

Бесплатные Мастер-классы»

обучающих мероприятий на площадке универси мероприятий на разные темы от наших преподавател ситета, чтобы получать расписание вебинар

Все мастер-классы бесплатно:

<https://welcomepro.ru/programs/master-classes/>



## Есть значок – есть видеозапись

31 января 2017 (вторник)

### [Управляем рестораном по целям](#)

Как сделать команду единой, нацеленной на результат

Если команда не нацелена на единую задачу, жди проблем. Будет как в басне про лебеда, рака и щуку. Если есть цель, то это тоже совершенно не значит, что команда побежит ее реализовывать. Все не так просто



[Виолетта  
Гвоздовская](#)

Уровень: специалист

Часть программы: [Управление людьми](#)

**НОВАЯ ТЕМА**

[Подробнее](#)

### [Идеальное собеседование. Часть 1. Собеседование линейных сотрудников](#)

Идеальное собеседование для барменов и официантов от А до Я

Ищем барменов, официантов и хостесс и не можем найти? А может виной тому неверный тон собеседования, после которого соискателю не хочется у вас работать?

Уровень: новичок

Часть программы: [Управление людьми](#)



[Евгения  
Пошехонцева](#)

**ВИДЕОЗАПИСЬ**

[Подробнее](#)



## СТА: что вы можете сделать сразу после тренинга?

1. Исследовать гостевой поток на предмет флуктуаций (изменений) – какие периоды оказались наиболее внеплановыми?
2. Рассчитать оборачиваемость места для своего ресторана, сопоставить с плановой величиной для отрасли – сколько гостей мы еще сможем принять?
3. Провести
4. Провести анализ динамики среднего чека – выявить причины и выдвинуть гипотезы изменений



Ваши лучики солнца ☺



+ ОТЗЫВ об этом вебинаре

<https://www.facebook.com/WelcomePro.ru>



WELCOMEPRO.ru

Первый онлайн-университет ресторанного бизнеса

Спасибо, что вы с нами! 😊