

PIR EXPO
RESTAURANT

19-22 октября
Москва, Крокус Экспо



Площадка
ИНТЕРАКТИВ
Территория идей

19-22 октября
Москва, Крокус Экспо



Территория идей
площадка
ИНТЕРАКТИВ

ВИОЛЕТА ГВОЗДОВСКАЯ

Специалист по управлению
ресторанами и ресторанными сетями.
Руководитель компании Welcomepro.

Тема: Как построить экономически эффективное меню ресторана

Полная схема анализа меню, для выявления ошибок и подходы по их корректировкам



WEL-
COME
PRO



КОМАНДА WELCOMERPRO



ТЕХНИКИ KITCHEN MANAGEMENT

Виолетта Гвоздовская

УПРАВЛЕНИЕ КУХНЕЙ: ВКУС, КОНТРОЛЬ, ЭКОНОМИКА, ЛИДЕРСТВО



Полное руководство
для шеф-поваров и управляющих

PIR



ВИОЛЕТТА
ГВОЗДОВСКАЯ

ОПЕРАЦИОННЫЙ ДИРЕКТОР СИЛА РЕСТОРАННОЙ КОМПАНИИ

#УПРАВЛЯЮЩАЯ
КОМПАНИЯ

#КРІ

#СЕРВИС

#ПРОИЗВОДСТВО

Ресторанные
бизнесмены

ТОМ 1

WEL-
COME
PRO



PIR
EXPO
RESTAURANT

19-22 октября
Москва, Крокус Экспо

ТЕМЫ ВСТРЕЧИ

WEL-
COME
PRO

PIR
RESTAURANT
EXPO

1. Полная схема экономического анализа меню со стороны коммуникации с гостем, со стороны влияния на выручку и доход.
2. Анализ меню с точки зрения товарных остатков и производственных потерь. Логика корректировки.
3. Правила управления эффективностью сырьевой матрицы и матрицы поставщиков. Примеры из практики.
4. Структурный подход в построении матрицы меню, чтобы были учтены интересы всех: и гостей, и производства, и бизнеса.
5. Операционный экспресс-анализ меню ресторана. Быстро обнаруживаем ошибки и корректируем их. Практика на примерах.

19-22 октября
Москва, Крокус Экспо

1. ABC
2. AM
3. НАПОЛНЯЕМОСТЬ
4. Цена меню
5. Стратегия МЕНЮ
6. ТЗ для ШП
7. Дегустации БЛЮД

Концепция развития меню ресторана

СТРУКТУРА КОНЦЕПЦИИ МЕНЮ

- Группы меню - 4
- Количество позиций - ???**
- Ценовые категории
- Широта представленности**
- Уровни себестоимостей

КТО СТАВИТ ЗАДАЧУ
КОГДА

ПРИМЕР. Структура нового меню

Группа меню	Количество блюд
Блюда от Шефа	5
Аквариум	5
Роллы	20
Суши	5
Сашими	6
Запеченные суши	5
Спайси	5
Гриль Море	4
Гриль Мясо, птица	4
WOK лапша	3
WOK рис	3
WOK море	4
WOK мясо, птица	5
Основные блюда мясо, птица	5
Основные блюда море	5
Блюда на пару	3
Пельмени	5
НАБОРЫ СУШИ БАР	14
НОБОРЫ КУХНЯ	3
Гарниры	3
Веган	3
Салаты	6
Холодные закуски	6
Горячие закуски	5
Супы	8
Десерты (+ мороженное)	8
Карри Бар	4
ИТОГО	150

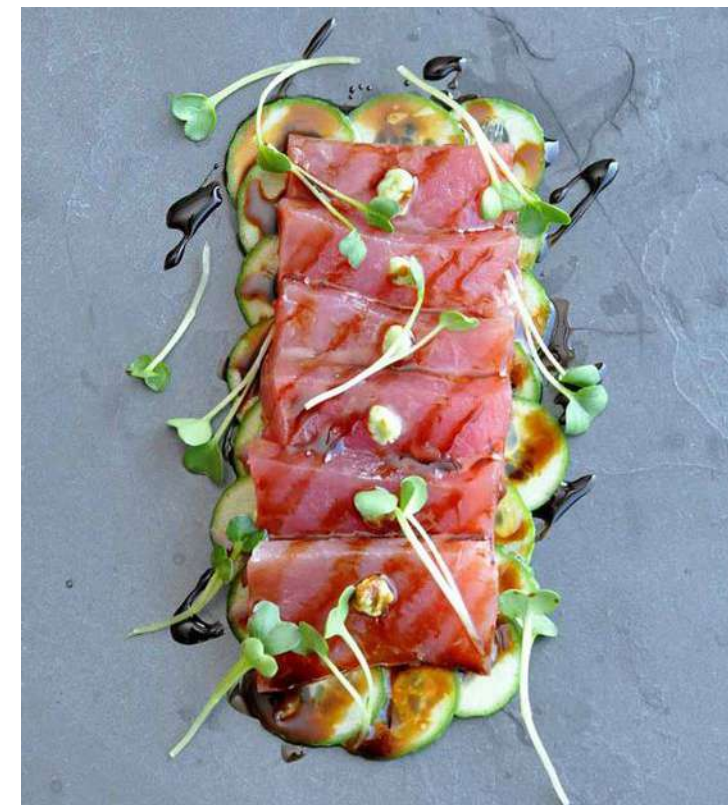
ПРИМЕР. Холодные закуски

Размер группы: 6 наименований, аперитивы, дополнение к основному блюду.

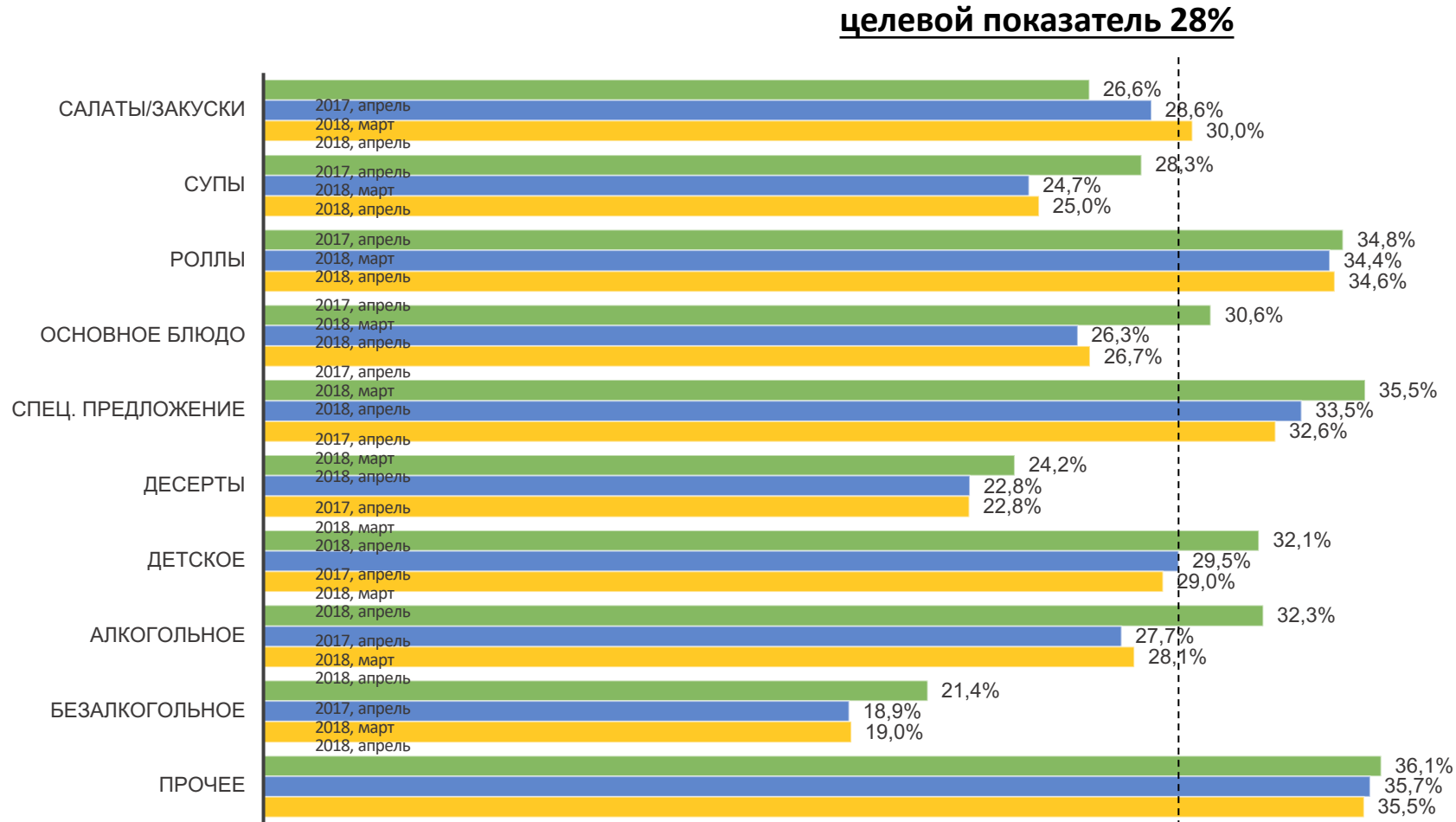
Наценка 350-400%. Ценовой диапазон: 190-250 !!!!

Формат: блюда для индивидуального или группового потребления:

Севиче, тар тары, брускеты.

WEL-
COME
PRO

НОРМИРОВАНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ В РАЗРЕЗЕ ГРУПП МЕНЮ



НОРМИРОВАНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ

% СС	июль	август	сентябрь	Нормы
Закуски	27,8%	27,4%		25%
Салаты	30,4%	31,7%	32,4%	29%
Супы	27,3%	27,7%	28,6%	26%
Бургеры	43,4%	42,9%		
Основное	33,6%	34,6%	35,9%	32%
Пицца	40,6%	41,2%	40,9%	33%
Роллы	25,5%	24,9%	24,2%	23%
Десерты	26,2%	26,2%	26,8%	25%
Детское	30,1%	30,2%	28,6%	25%
Бизнес-ланч	37,8%	38,5%	38,9%	36%
Добавки	27,0%	26,8%	27,2%	26%
Алкобольные	36,8%	33,1%	35,4%	33%
Безалкогольные	27,6%	27,5%	32,6%	27%
Добавки	27,0%	26,8%	27,2%	26%

ФОРМА ТЗ

Дата создания ТЗ _____

Ожидаемый срок ввода нового меню _____

Дата передачи ТЗ БШ или ББ _____

Группа меню	Кол-во позиций в группе	Ожидаемая ценовая категория для гостя	Широта представленности, если в категории цены разные	Уровень себестоимости	Ожидаемые для использования ключевые продукты	Ожидаемая тематическая идея

**Прилагается список блюд для ротации из существующего меню.
Поясняются причины ротации на основании ABC анализа по спросу и себестоимости.**

Бизнес-симуляции для рестораторов

Развивает навыки
управления ресторанным
бизнесом. Для владельцев
ресторанов, операционных
директоров и
управляющих. Темы:

- “Больше денег в
ресторане”
- “Оценка и
улучшение сервиса”
- “Управление кухней”

RestaGame



ВАЖНЫЕ ПАРАМЕТРЫ В РАБОТЕ СО ВКУСОМ



- Идейные параметры - параметры, которые задает концепция
- Менеджерские параметры
- Экономические параметры
- Вкусовые параметры

Рождение КОНЦЕПЦИИ МЕНЮ!

ИДЕЙНЫЕ ПАРАМЕТРЫ



- ✓ *КХБ*
- ✓ *ПРО ЧТО БЛЮДО*
- ✓ *ИСТОРИЯ – ГОСТЮ!!!*

5 путей создания красочного описания

WEL-
COME
PRO



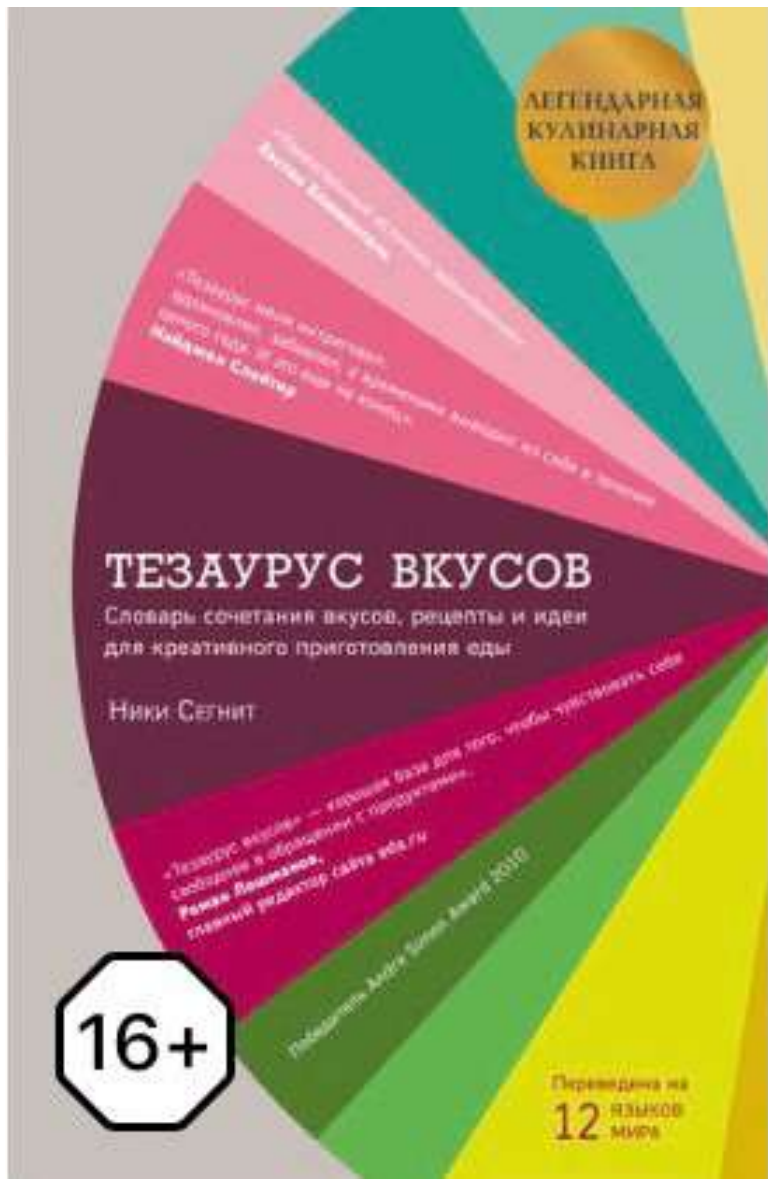
ДАТА		БЛЮДО	
ИНГРИДИЕНТЫ			КРАСОЧНОЕ ОПИСАНИЕ
АЛЛЕРГЕНЫ	ВЕС БЛЮДА	ВРЕМЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ	
ЛЕГЕНДЫ И РИТУАЛЫ			СОЧЕТАНИЕ

ДАТА		БЛЮДО	
ИНГРИДИЕНТЫ			КРАСОЧНОЕ ОПИСАНИЕ
АЛЛЕРГЕНЫ	ВЕС БЛЮДА	ВРЕМЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ	
ЛЕГЕНДЫ И РИТУАЛЫ			СОЧЕТАНИЕ

Форма FB

Создание красочного описания

WEL-
COME
PRO

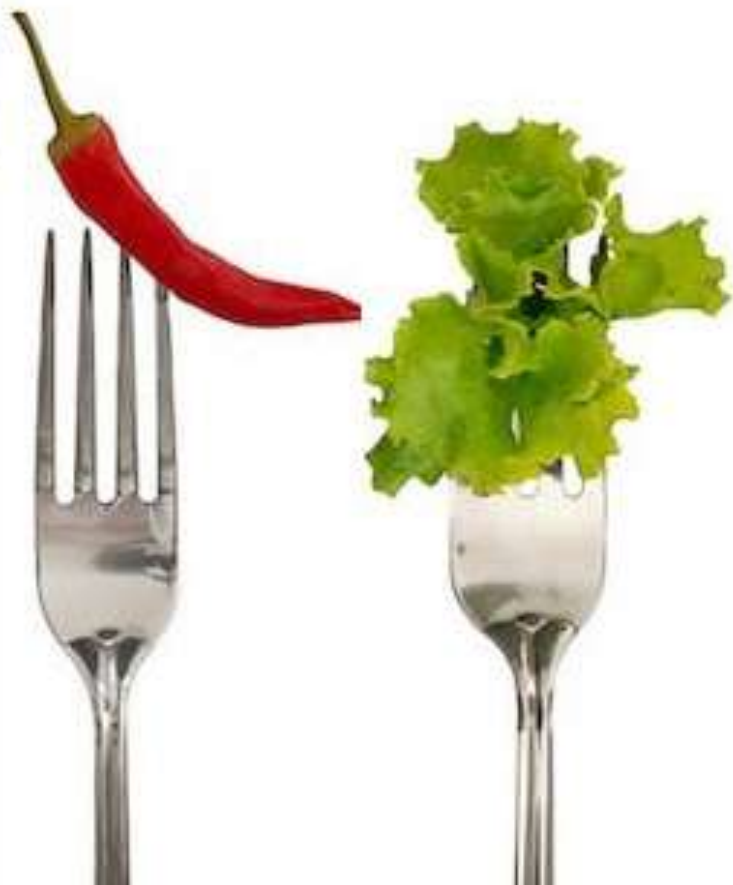
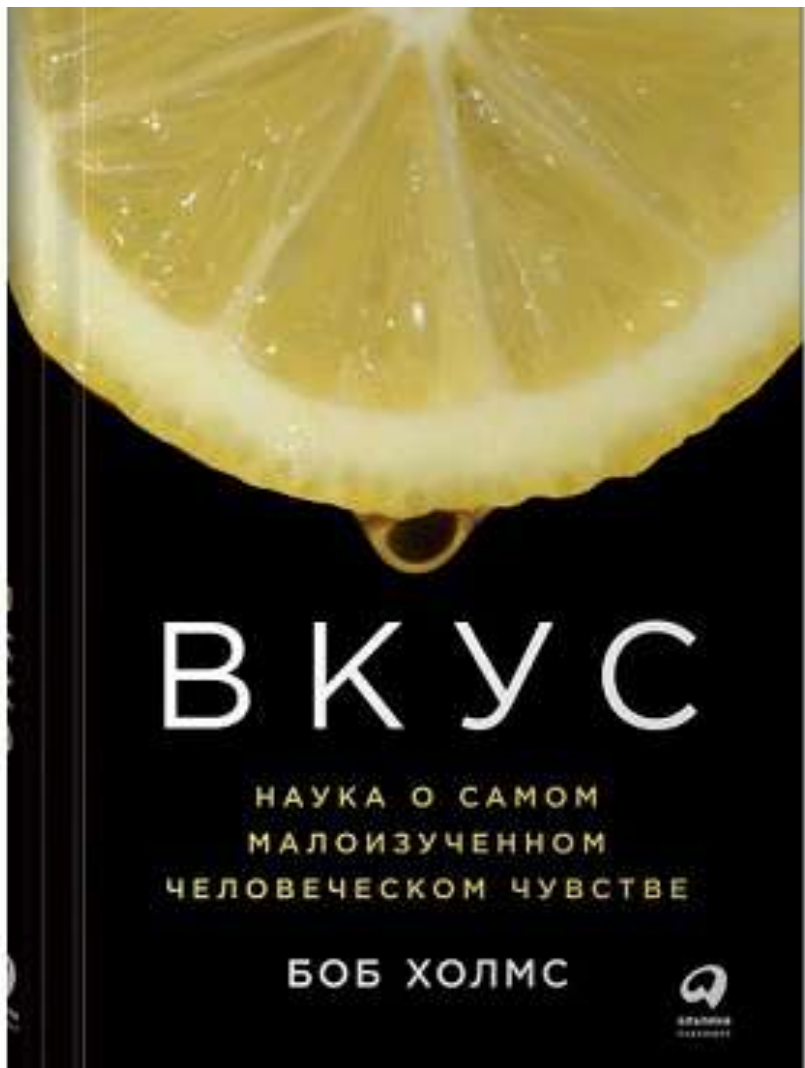


Методика создания
красочного описания
по Тезаурусу вкусов

Блюдо из вашего
меню

Описательные
слова из текста

WEL-
COME
PRO



PIR
EXPO
RESTAURANT

19-22 октября
Москва, Крокус Экспо

МЕНЕДЖЕРСКИЕ ПАРАМЕТРЫ

WEL-
COME
PRO

➤ **СКОРОСТЬ КОМПАНИИ** + ГОСТЕВАЯ СКОРОСТЬ

➤ **ЛЕГКОСТЬ В ЗАПОМИНАНИИ И ПРИГОТОВЛЕНИИ –**

ЗАКОН !!!!! ТТК РЕЦЕПТ СТК

➤ **НАЛИЧИЕ ОБОРУДОВАНИЯ И ИНВЕНТАРЯ**

Экономические последствия

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ TICKET TIME

Время непосредственного
взаимодействия повара с
блюдом



СЕРВИСНЫЙ TICKET TIME

Время от момента выхода
чека до окончания
приготовления

ВКУСОВЫЕ ПАРАМЕТРЫ

WEL-
COME
PRO



-ВКУС
-ТЕКСТУРА
-ТЕХНОЛОГИЯ
ПРИГОТОВЛЕНИЯ

ГОТОВНОСТЬ К ДЕГУСТАЦИИ

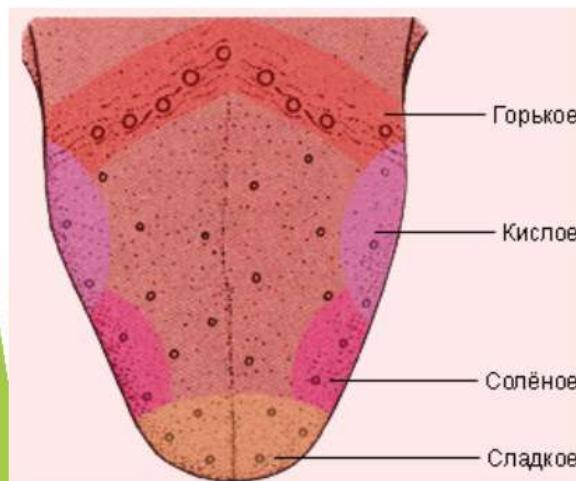
1 - **ГЛАЗАМИ** – ПОДАЧИ –
КОЛ-ВО ЦВЕТОВ

2-4

2 - **НОС** – ЗАПАХ –
СЛЮНА

3 - **РОТ** – (ДЕТСОВ)
ВКУС!!! – 2-3
ТЕКСТУРА!!! – 2-3

Внешние



Внутренние



ЧЕМ РУКОВОДСТВУЕТСЯ ШП ПРИ СОЗДАНИИ ВКУСА?

- ЦА ЯДРО
- КОНКУРЕНТЫ
- ПРОТОТИПЫ
- НАСМОТРЕННОСТЬ





ОНЛАЙН-КУРС
НОЯБРЬ

WEL-
COME
PRO



KITCHEN MANAGEMENT

Управление производством
ресторана

На курсе разберемся в важных аспектах работы производства ресторана любого масштаба, поймем принципы и взаимосвязи, научимся проводить объективную оценку и аналитику работы кухни и бара, а также влиять на организацию процессов и грамотно их отстраивать.

ВЫ ПОЛУЧИТЕ:

- 6-8 недель
- 1-2 урока в неделю
- домашние задания
- сопровождение тьютора
- план внедрения

Полная схема экономического анализа меню

*со стороны коммуникации с гостем, со
сторон влияния на выручку и доход*

НУЖНО ПОДГОТОВИТЬСЯ К АНАЛИЗУ



АНАЛИТИЧНОСТЬ ДАННЫХ



Стандарты



Правила



Регламенты

НАСТРОЙКА СИСТЕМЫ



ПРИМЕР СТАНДАРТА НУМЕРАЦИИ СТОЛОВ

Стол №	Наименование Зала
1-650	Зал ресторана
701-759	Зал караоке
900-920	Летняя терраса
801-850	Патио (теплая веранда)
501-545	Вынос
601-649	Доставка
8008	Кейтеринг

Стол №	Наименование Зала
100	Неплательщик 1 (ФИО)
101	Неплательщик 2 (ФИО)
107	Неплательщик 3 (ФИО)
222	Стол для сотрудников, которые заказывают по меню
334	Напитки сотрудника СБ
400	Представительские расходы
600	Комплименты для гостей
700	Бракераж
666	Обман гостем
2000	Продажа депозитов
2100	Бартер (оплата от юридических лиц)
2200	Ошибки персонала
7000	Реклама

ПРИМЕР. НЕПЛАТЕЛЬЩИКИ

ПРИМЕР СТАНДАРТА МЕТОДОВ ОПЛАТ

№	Метод Оплаты
1	Российский рубль
2	ПДС-оплата
3	Кредитная карта
4	ФИО неплательщика
5	Комплименты
6	Бракераж
7	Фритюр
8	Бартер
9	Персонал
10	Представительские расходы
11	Служба безопасности

№	Метод Оплаты
12	Ошибки персонала
13	Без оплаты
14	Безнал Интернет
15	Депозит приход рубли
16	Депозит расчет рубли
17	Депозит приход безнал
18	Депозит расчет безнал
19	Депозит приход сайт
20	Депозит расчет сайт
21	Безнал банковский
22	Дегустация

СТАНДАРТЫ КАССОВОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

- СТОЛЫ ЗАКРЫВАЮТСЯ ДЕНЬ В ДЕНЬ
- ОДИН ОТВЕТСТВЕННЫЙ ЗА КАССУ
- БЛЮДА И ЗАКАЗЫ НЕЛЬЗЯ УДАЛЯТЬ



СТАНДАРТ КАТЕГОРИИ МЕНЮ

WEL-
COME
PRO

ГРУППИРОВКА МЕНЮ - ГДЕ
ПОЗИЦИЯ ПРОИЗВЕДЕНА:

КУХНЯ, БАР, КАЛЪЯН И ПРОЧЕЕ.

ФРОНТ ≠ БЭК

НЕЛЬЗЯ ИСПОЛЬЗОВАТЬ КЛАССИФИКАЦИЮ И
СПРАВОЧНИКИ ФРОНТА

ОТДЕЛЬНЫЙ КЛАССИФИКАТОР ДЛЯ ФРОНТА И
ДЛЯ АНАЛИЗА

WEL-
COME
PRO

ONLINE КУРС



УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКОЙ РЕСТОРАНА

На курсе разберем, как оценивать компанию по финансовым показателям, прокладывать маршрут по улучшению прибыли. И самое главное – как вовлечь команду ресторана в процесс управления экономикой.

ВЫ ПОЛУЧИТЕ:

- 6-8 недель обучения
- 1-3 онлайн-лекции в неделю
- Домашние задания
- Сопровождение тьютора
- Личные консультации
- План внедрения

WEL-
COME
PRO

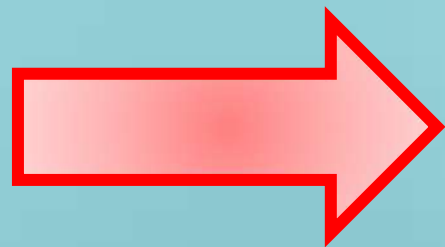


АНАЛИЗ МЕНЮ – ЭТО...?

ИЩЕМ эффективные позиции меню ресторана

- 1) формирования стратегии развития меню
- 2) и для ценообразования

ЦЕЛЬ



***1) увеличить количество блюд и напитков,
заказываемых одним гостем***

2) по максимально возможной цене

АНАЛИЗ ГОСТЕВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ



АНАЛИЗ ПРОДАЖ – ДЛЯ ЧЕГО?



ПРАВИЛА АНАЛИЗА



АНАЛИЗ ПРОДАЖ КУХНИ

№	Группы меню	Число позиций в меню, шт. ?	Среднее кол-во позиций на 100 гостей, шт. (с учетом ПК) ?	Среднее кол-во позиций на 100 заказов, шт. ?	Средняя цена позиции, руб. ?	% foodcost ?	Объем продаж без учета ПК, шт. ?
1	03 САЛАТЫ	17	46,3	112,2	301	25,8%	7 063
2	06 ХИНКАЛИ	5	15,4	108,8	55	28,7%	6 850
3	05 ВЫПЕЧКА	14	64,8	107,2	216	23%	6 751
4	ШАШЛЫК	8	31,3	57,2	561	34,7%	3 602
5	12 ДЕСЕРТЫ	16	22,5	56,9	212	77,3%	3 584
6	01 ХОЛОДНЫЕ ЗАКУСКИ	13	26,5	45,3	405	28,6%	2 854
7	10 ГАРНИРЫ	4	8,1	39,1	168	11,4%	2 460
8	11 ГОРЯЧИЕ БЛЮДА	11	15,2	36,9	371	27,6%	2 321
9	07 ХИНКАЛИ ЖАРЕННЫЕ	4	4,6	33	55	30,9%	2 081
10	04 ГОРЯЧИЕ ЗАКУСКИ	9	12,3	29,9	282	23,9%	1 882

РЕЙТИНГ КАТЕГОРИЙ И ТОВАРНЫХ ГРУПП

ГРУЗИНСКИЙ РЕСТОРАН

◆	№ ◆	Группы меню	◆	Число позиций в меню, шт. ?	◆	Среднее кол-во позиций на 100 гостей, шт. (с учетом ПК) ?	◆	Среднее кол-во позиций на 100 заказов, шт. ?	◆	Средняя цена позиции, руб. ?	◆	% foodcost ?	◆	Объем продаж без учета ПК, шт. ?	◆	Выручка, руб. ?	◆	Валовая маржа, руб. ?
x	1	05 ВЫПЕЧКА		11		78,8		98,7		165		23,9%		2 513		415 238		316 039
x	2	03 САЛАТЫ		12		34		58,1		263		24,4%		1 480		389 080		294 334
x	3	ШАШЛЫК		7		39		54,5		431		31,1%		1 389		598 963		412 891
x	4	01 ХОЛОДНЫЕ ЗАКУСКИ		12		31,7		36,5		284		26,9%		930		263 707		192 641
x	5	11 ДЕСЕРТЫ		15		13,4		31,9		107		24,8%		813		87 333		65 666
x	6	12 ДЕСЕРТЫ		8		21,6		31,3		170		16,9%		797		135 262		112 452
x	7	11 ГОРЯЧИЕ БЛЮДА		9		16,8		28,8		317		33,5%		733		232 568		154 730
x	8	06 ХИНКАЛИ		2		5,6		28,3		79		20,6%		722		57 286		45 482
x	9	10 ГАРНИРЫ		4		8,1		27,6		157		16,7%		702		109 857		91 530

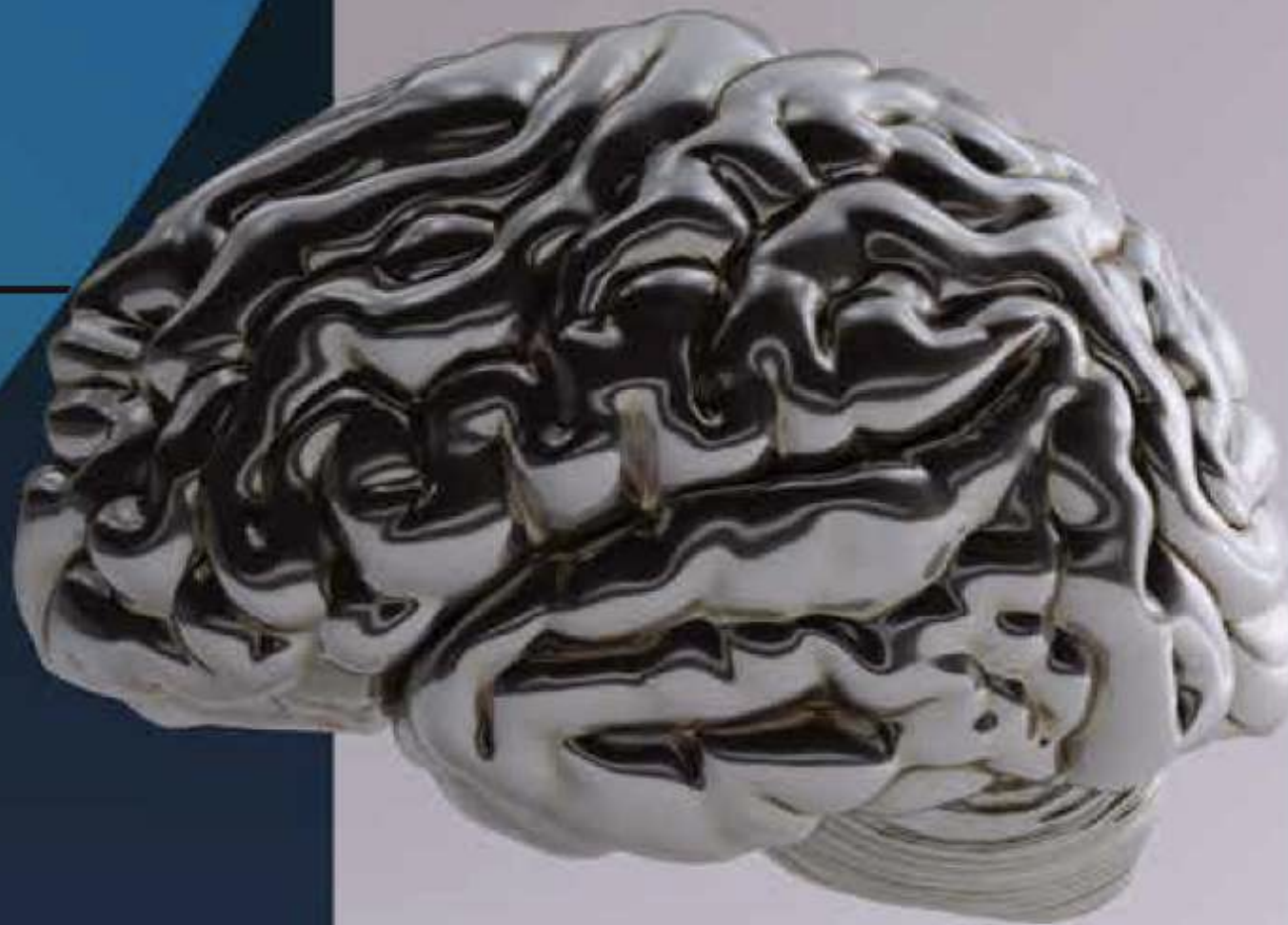
РЕЙТИНГ КАТЕГОРИЙ И ТОВАРНЫХ ГРУПП

ДРУГОЙ ГРУЗИНСКИЙ РЕСТОРАН

◆	№ ◆	Группы меню ◆	Число позиций в меню, шт. ?	Среднее кол-во позиций на 100 гостей, шт. (с учетом ПК) ?	Среднее кол-во позиций на 100 заказов, шт. ?	Средняя цена позиции, руб. ?	% foodcost ?	Объем продаж без учета ПК, шт. ?	Выручка, руб. ?	Валовая маржа, руб. ?
x	1	Хинкали	12	56,9	363,7	100	35,6%	24 516	2 459 325	1 582 812
x	2	Шашлык/Люля доставка	7	51	110,8	422	41%	7 468	3 151 659	1 858 802
x	3	Национальная выпечка	15	76	86,4	348	39,2%	5 823	2 023 759	1 231 194
x	4	Гарниры	4	9,5	41,1	163	28,3%	2 771	452 562	324 295
x	5	Салаты	7	17,8	38,7	302	31,2%	2 607	788 275	542 324
x	6	Горячие блюда	8	16,6	36,1	358	42,4%	2 435	871 015	502 098
x	7	Супы	6	15	32,6	341	36,3%	2 195	749 152	477 283
x	8	Чебуреки	2	20	31,5	236	28%	2 126	502 120	361 535
x	9	Холодные закуски	8	8,4	14,4	390	32,4%	971	378 562	256 071

MOZG

Мозг — это
аналитическая
платформа, которая
помогает увеличить
прибыль ресторана.



ГОСТИ ФОРМИРУЮТ РАЗНЫЕ ЧЕКИ

ДОЛЯ ГОСТЕЙ И ВЫРУЧКИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СРЕДНЕГО ЧЕКА НА ГОСТЯ

средний чек на гостя	~250	~800	~1400	~2000	~3500
сколько гостей с таким средним чеком	91,1%	7,2%	1,3%	0,2%	0,1%
сколько выручки приходится на гостей с таким средним чеком	72,1%	18,8%	6,0%	1,6%	1,6%

РАЗНЫЕ ГОСТИ ЕДЯТ РАЗНОЕ

% ОТ ОБЩЕЙ ВЫРУЧКИ						
КАТЕГОРИЯ МЕНЮ	~250	~800	~1400	~2000	~3500	ДОЛЯ КАТЕГОРИИ МЕНЮ В ВЫРУЧКЕ
БАР АЛКОГОЛЬНОЕ	0,11%	0,05%	0,03%	0,01%	0,01%	0,2%
БАР БЕЗАЛКОГОЛЬНОЕ	23,03%	4,85%	0,78%	0,14%	0,06%	28,8%
ДОБАВКИ	0,40%	0,08%	0,01%	0,00%	0,00%	0,5%
КУХНЯ МОЛОЧНОЕ	0,81%	0,13%	0,03%	0,00%	0,00%	1,0%
КУХНЯ ХЛЕБ	9,74%	0,79%	0,19%	0,06%	0,03%	10,8%
КУХНЯ СЭНДВИЧИ/БРУСКЕТТЫ/ПАИ	7,97%	3,49%	0,90%	0,24%	0,24%	12,8%
КУХНЯ ВЫПЕЧКА	18,41%	3,99%	0,77%	0,21%	0,11%	23,5%
КУХНЯ ПИРОГИ	0,03%	0,10%	0,02%	0,01%	0,01%	0,2%
КУХНЯ ПЕЧЕНЬЕ	0,94%	0,23%	0,06%	0,02%	0,20%	1,4%
КУХНЯ ДЕСЕРТЫ	5,50%	4,21%	3,02%	0,86%	0,89%	14,5%
КУХНЯ ЗАВТРАКИ	3,45%	0,37%	0,04%	0,01%	0,00%	3,9%
КУХНЯ ОБЕДЫ	1,34%	0,33%	0,02%	0,00%	0,00%	1,7%
КУХНЯ САЛАТЫ	0,11%	0,06%	0,02%	0,00%	0,00%	0,2%
КУХНЯ СУПЫ	0,11%	0,03%	0,01%	0,00%	0,00%	0,1%
КУХНЯ ОСНОВНЫЕ	0,15%	0,08%	0,03%	0,01%	0,00%	0,3%

РАЗНЫЕ ГОСТИ ХОДЯТ В РАЗНОЕ ВРЕМЯ

ДОЛЯ ВЫРУЧКИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СРЕДНЕГО ЧЕКА НА ГОСТЯ И ВРЕМЕНИ						ДОЛЯ ПРОДАЖ ПРИХОДИТСЯ НА ВРЕМЯ
КАТЕГОРИЯ МЕНЮ	~250	~800	~1400	~2000	~3500	
00:00:00-07:59:59	0,48%	0,09%	0,04%	0,01%	0,03%	0,6%
08:00:00-11:59:59	21,30%	4,95%	1,59%	0,48%	0,54%	28,9%
12:00:00-17:59:59	33,99%	9,76%	3,06%	0,86%	0,80%	48,5%
18:00:00-23:59:59	16,33%	3,98%	1,28%	0,23%	0,20%	22,0%

РАЗНЫЕ ГОСТИ ПОКУПАЮТ ПО РАЗНЫМ ЦЕНАМ В ОГДИНАКОВЫХ ГРУППАХ МЕНЮ

СРЕДНЯ ЦЕНА НА БЛЮДО В КАЖДОЙ КАТЕГОРИИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ РАЗМЕРА СРЕДНЕГО ЧЕКА					
КАТЕГОРИЯ МЕНЮ	~250	~800	~1400	~2000	~3500
БАР АЛГОГОЛЬНОЕ	180,9	250,0	250,0	250,0	250,0
БАР БЕЗАЛКОГОЛЬНОЕ	134,3	172,8	179,8	186,6	182,3
ДОБАВКИ	8,2	5,8	3,8	1,8	1,7
КУХНЯ МОЛОЧНОЕ	76,2	86,6	83,9	84,5	83,4
КУХНЯ ХЛЕБ	37,4	107,6	107,1	108,4	103,5
КУХНЯ СЭНДВИЧИ/БРУСКЕТТЫ/ПАИ	146,2	219,9	239,1	242,1	233,4
КУХНЯ ВЫПЕЧКА	46,7	102,5	104,4	103,6	97,3
КУХНЯ ПИРОГИ	184,4	598,8	450,0	400,0	635,0
КУХНЯ ПЕЧЕНЬЕ	24,4	29,6	35,2	39,1	35,5
КУХНЯ ДЕСЕРТЫ	90,7	180,2	322,6	243,6	262,5
КУХНЯ ЗАВТРАКИ	132,8	160,5	175,7	168,8	150,4
КУХНЯ ОБЕДЫ	369,5	380,8	371,9	286,3	0,0
КУХНЯ САЛАТЫ	77,6	131,9	218,4	284,3	0,0
КУХНЯ СУПЫ	88,6	130,1	176,9	0,0	0,0
КУХНЯ ОСНОВНЫЕ	96,4	147,4	270,0	327,7	288,0

ТЕХНИКИ KITCHEN MANAGEMENT

Виолетта Гвоздовская

УПРАВЛЕНИЕ КУХНЕЙ: ВКУС, КОНТРОЛЬ, ЭКОНОМИКА, ЛИДЕРСТВО



Полное руководство
для шеф-поваров и управляющих

РЕКА

WEL-
COME
PRO



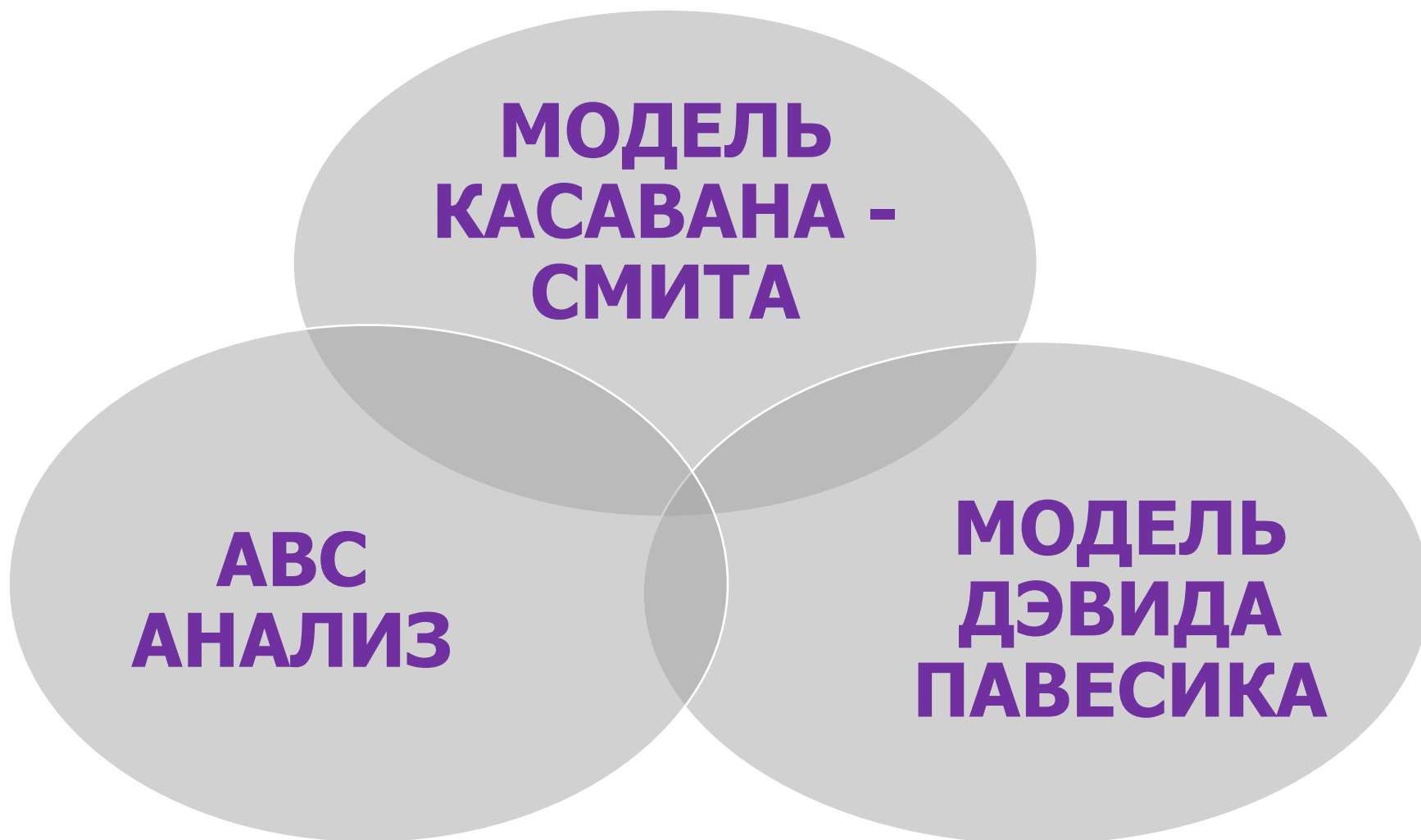
PIR
RESTAURANT
EXPO

19-22 октября
Москва, Крокус Экспо

ПОРТФЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕНЮ



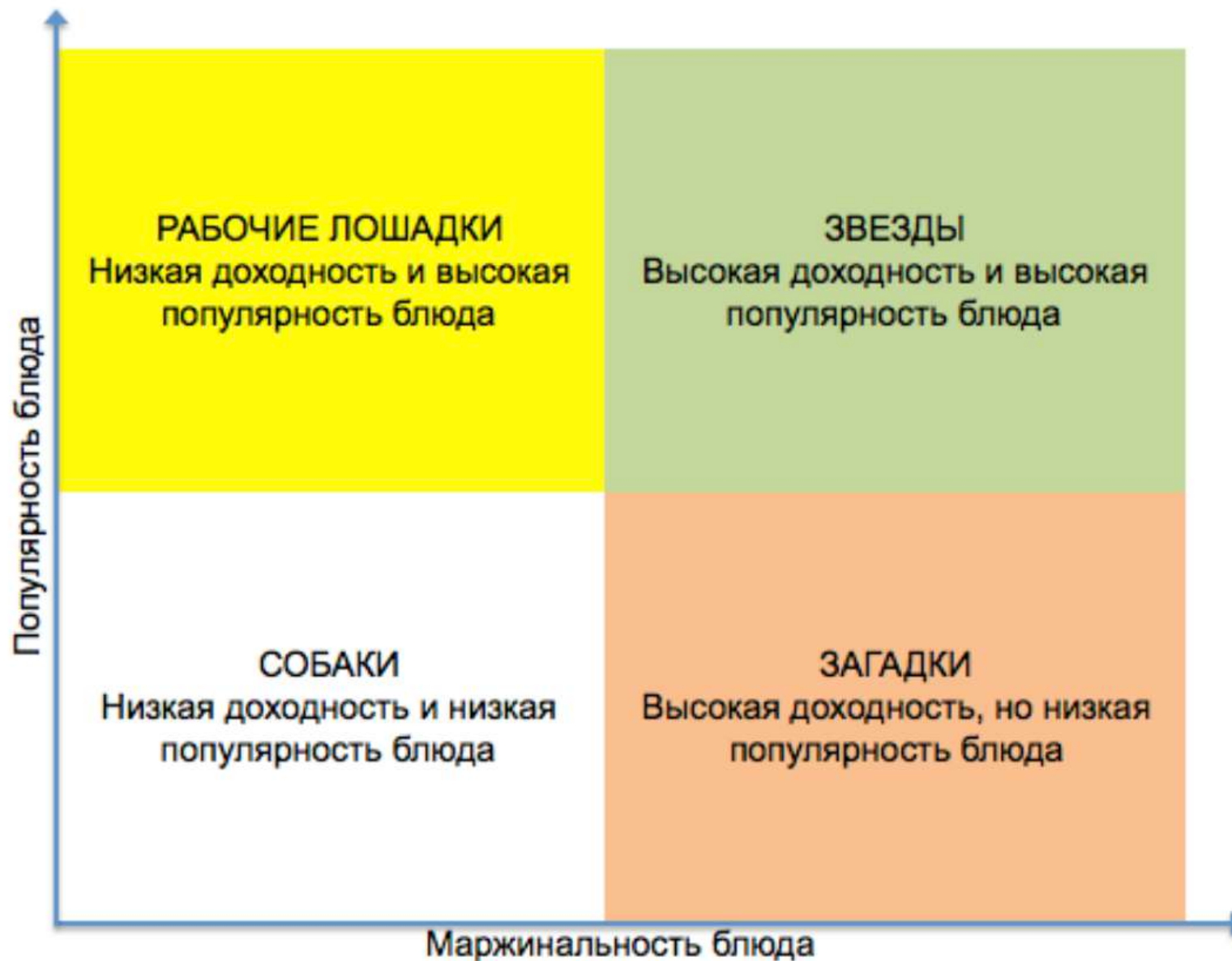
МОДЕЛИ ПОРТФЕЛЬНОГО АНАЛИЗА МЕНЮ



МОДЕЛЬ КАСАВАНА И СМИТА



ОПРЕДЕЛЕНИЕ РАНГА БЛЮДА



№	A	B	C	D	E	F	H	P	R
	Наименование	Кол-во проданных	Популярность, %	Себест /шт	Цена в меню	Маржинальность /шт (E-D)	Выручка (E*B)	Доходность блюда	Популярность блюда
1	Вок Тяхан с крабом	879	19,5	194	665	471	584 832	Высокая	Высокая
2	Вок Шок	649	14,4	256	779	523	503 613	Высокая	Высокая
3	Уно	475	10,5	171	563	393	263 295	Низкая	Высокая
4	Гобажоу	410	9,1	82	369	288	153 374	Низкая	Высокая
5	Тайгер Хот	379	8,4	228	657	429	252 413	Низкая	Высокая
6	Камчатка Форева	323	7,2	305	780	476	248 316	Высокая	Высокая
7	Купидон	258	5,7	135	408	273	108 102	Низкая	Высокая
8	Миругай	212	4,7	298	776	479	160 267	Высокая	Низкая
9	Удон с морепродуктами и овощами	195	4,3	144	420	276	83 379	Низкая	Низкая
10	Тяхан с овощами и морепродуктами	179	4	137	515	378	92 878	Низкая	Низкая
11	Яки Ёко	166	3,7	288	790	502	128 587	Высокая	Низкая
12	Грин Шримпс	154	3,4	196	625	429	97 394	Низкая	Низкая
13	Вок Японское море	150	3,3	364	780	416	117 167	Низкая	Низкая
14	Чили Краб	76	1,7	501	1 400	899	106 400	Высокая	Низкая
	Итого	4 505	5,7%			431	2 900 017		

МОДЕЛЬ ДЭВИДА ПАВЕСИКА



ОПРЕДЕЛЕНИЕ РАНГА БЛЮДА



№ П/п	Наименование	Q Кол-во проданных	WF Валовая себестоимость (F*Q)	WQ Выручка (P*Q)	CM Валовая маржа (WF-WQ)	F% Доля себестоимости в выручке (WF/WQ)	По себестоимости	По маржинальности
1	Вок Тяхан с крабом	879	170 227	584 832	414 604	29%	Низкая	Высокая
2	Вок Шок	649	166 154	503 613	337 460	33%	Низкая	Высокая
3	Уно	475	81 000	263 295	182 295	31%	Низкая	Высокая
4	Гобажоу	410	33 424	153 374	119 950	22%	Низкая	Низкая
5	Тайгер Хот	379	86 278	252 413	166 135	34%	Высокая	Высокая
6	Камчатка Форева	323	98 433	248 316	149 883	40%	Высокая	Высокая
7	Купидон	258	34 870	108 102	73 232	32%	Высокая	Низкая
8	Миругай	212	63 089	160 267	97 178	39%	Высокая	Низкая
9	Удон с морепродуктами и овощами	195	28 135	83 379	55 245	34%	Высокая	Низкая
10	Тяхан с овощами и морепродуктами	179	24 442	92 878	68 437	26%	Низкая	Низкая
11	Яки Ёко	166	47 863	128 587	80 724	37%	Высокая	Низкая
12	Грин Шримпс	154	30 137	97 394	67 257	31%	Низкая	Низкая
13	Вок Японское море	150	54 604	117 167	62 563	47%	Высокая	Низкая
14	Чили Краб	76	38 084	106 400	68 316	36%	Высокая	Низкая
	Итого	4 505	956 739	2 900 017	1 943 278	33%		
			Средняя маржинальность		138 806			

АВС АНАЛИЗ



По себестоимости

По продажам

	A	B	C	ИТОГО
A	4%	5%	8%	17%
B	14%	11%	4%	29%
C	36%	11%	8%	54%
ИТОГО	54%	26%	20%	100%

2ABC ПО КУХНЕ

По себестоимости

По продажам

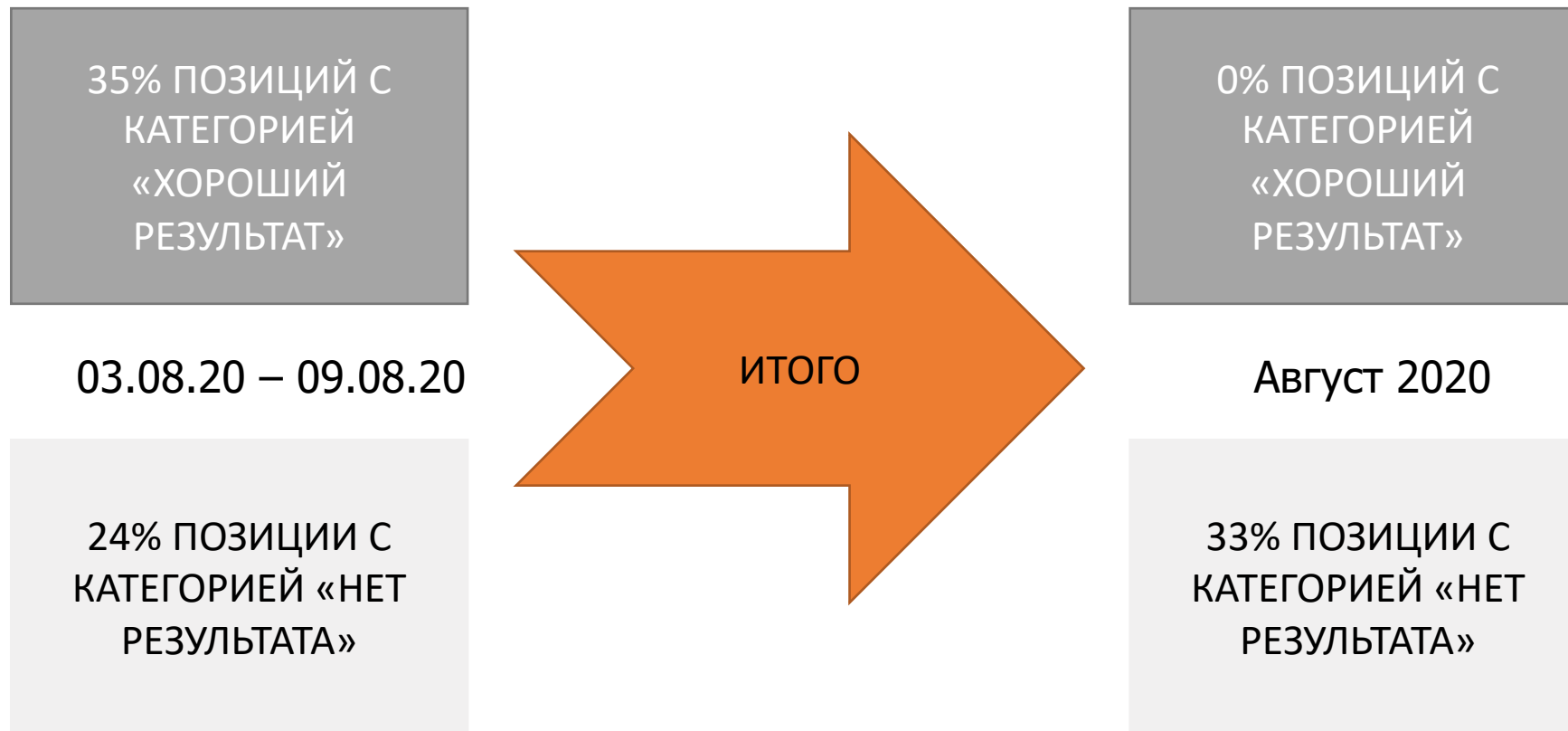
	A	B	C	ИТОГО
A	-1%	-3%	4%	0%
B	7%	0%	-1%	6%
C	-2%	-4%	0%	-6%
ИТОГО	3%	-6%	3%	0%

Формирование списка слабых позиций СС

Подкатегория	Группа блюда	Блюдо	Сумма выручки	% СС	ABC по СС	Цена за единицу	Маржинальность единицы	Кол-во	ABC по кол-ву
Алко	Домашнее вино	Фирменное вино розовое 750 мл	58 030	32,07%	C	907	616	64	C
Алко	Домашнее вино	Фирменное вино красное 1,5 л	54 537	31,79%	C	1 704	1163	32	C
Алко	Домашнее вино	Фирменное вино белое 1,5 л	31 357	34,56%	C	1 568	1026	20	C
Алко	Чача	Ачара 45° бут. (0,5л)	26 400	30,97%	C	2 400	1657	11	C
Алко	Домашнее вино	Фирменное вино розовое 1,5 л	26 208	35,51%	C	1 638	1056	16	C
Алко	Чача-тайм коктейли	Гергети	24 218	35,98%	C	336	215	72	C
Алко	Чача	Фанагория золотая 500 мл.	24 200	30,06%	C	2 200	1539	11	C
Б/А	Домашние лимонады	Сакварели 1 л	20 104	23,21%	C	437	336	46	C
Алко	Чача	Ачара Особая 55° 50мл	19 791	30,49%	C	279	194	71	C
Алко	Бутылка красное вино	Грузинский Винный Дом Нестореули бут.	16 800	37,99%	C	2 100	1302	8	C
Алко	Розлив белое вино	Асканели Манаби 150 мл	14 109	31,77%	C	353	241	40	C
Алко	Бутылка красное вино	Асканели Артвайн Саперави+Мускат бут.	14 105	36,04%	C	1 763	1128	8	C
Б/А	Домашние лимонады	Базалетти 1 л	14 059	23,58%	C	439	336	32	C
Алко	Пиво	Хугарден 0,5	12 655	32,95%	C	469	314	27	C
Алко	Пиво	Пиво Бекс безалкогольное 0,33л	11 863	29,05%	C	321	227	37	C
Б/А	Домашние лимонады	Анчанадзе 1 л	10 826	23,42%	C	416	319	26	C
Алко	Бутылка красное вино	Грузинский Винный Дом Саперави бут.	10 500	38,00%	C	2 100	1302	5	C
Б/А	Грузинский лимонад	Лимонад Натахтари Лимон 0,5л	8 825	33,43%	C	158	105	56	C
Алко	Розлив красное вино	Асканели Артвайн Саперави+Мускат 150мл	8 640	35,31%	C	360	233	24	C
Алко	Домашнее вино	Фирменное вино Гранатовое 1,5 л	8 550	32,63%	C	1 710	1152	5	C

GO LIST ИЗМЕНЕНИЕ ПРОДАЖ

7.09.20-13.09.20/3.08.20-9.08.20





WEL-
COME
PRO



ОТКРЫТАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ РЕСТОРАННОЙ КОМПАНИИ



ВЛИЯНИЕ НА ПРИБЫЛЬ

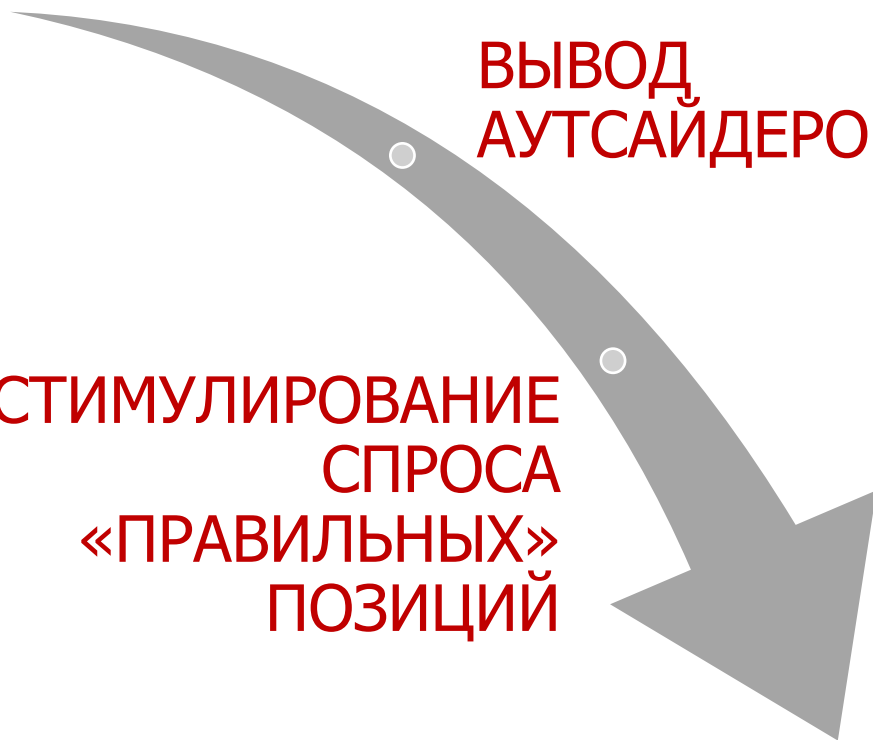
WEL-
COME
PRO

СБАЛАНСИРОВАННОЕ
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

ВЫВОД
АУТСАЙДЕРОВ

СТИМУЛИРОВАНИЕ
СПРОСА
«ПРАВИЛЬНЫХ»
ПОЗИЦИЙ

УВЕЛИЧЕНИЕ
ПРИБЫЛИ



ОШИБКИ В РАБОТЕ С ПОРТФЕЛЬНЫМ АНАЛИЗОМ МЕНЮ

ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ
НА ОСНОВЕ ОДНОЙ
МОДЕЛИ

ПРИНЯТИЕ
РЕШЕНИЙ ТОЛЬКО
НА ОСНОВЕ ЦИФР

ОТСУТСТВИЕ
РЕГУЛЯРНОСТИ
АНАЛИЗА

АКТУАЛЬНОСТЬ МЕТОДИКИ

ПАРАМЕТР	АВС АНАЛИЗ	МОДЕЛЬ КАСАВАНА- СМИТ	МОДЕЛЬ ПАВЕСИКА	СВОДНАЯ МОДЕЛЬ
ОБЪЕМ ПРОДАЖ	+	+	—	+
ВЫРУЧКА	+	—	—	+
ВАЛОВАЯ МАРЖА	+	—	+	+
МАРЖИНАЛЬНОСТЬ ШТ.	—	+	+	+
СЕБЕСТОИМОСТЬ ШТ.	—	—	+	+

СВОДНЫЙ АНАЛИТИЧЕСКИЙ
ОТЧЕТ ПО МЕНЮ ДЛЯ ШП

Наименование		Откл-е от ср. цены в группе ?	Откл-е фактора доход- ности ?	Объем продаж, шт. ?		Выручка, руб. ?		Валовая маржа, руб. ?		Ранг по модели Касавана -Смита	Ранг по модели Павесика	Ранг Zuma Consulting
Вок Тяхан с крабом	i	-4%	+9%	A 879	19,5%	A 584 832	20,2%	A 415 949	21,1%	Звезды	Prime	Золото
Вок Шок	i	+13%	+23%	A 649	14,4%	A 503 613	17,4%	A 339 981	17,3%	Звезды	Prime	Золото
Уно	i	-16%	-2%	A 475	10,5%	A 263 295	9,1%	A 186 345	9,5%	Лошадки	Prime	Муравьи
Гобажоу	i	-44%	-28%	A 410	9,1%	B 153 374	5,3%	B 121 578	6,2%	Лошадки	Sleepers	Недооцененные
Тайгер Хот	i	-1%	+8%	B 379	8,4%	A 252 413	8,7%	A 170 254	8,6%	Звезды	Prime	Золото
Камчатка Фореза	i	+15%	+15%	B 323	7,2%	B 248 316	8,6%	B 152 262	7,7%	Звезды	Standards	Дирижабль
Купидон	i	-38%	-31%	B 258	5,7%	C 108 102	3,7%	B 75 388	3,8%	Лошадки	Sleepers	Недооцененные
Миругай	i	+13%	+14%	B 212	4,7%	B 160 267	5,5%	B 98 346	5%	Загадки	Problems	Сумоист
Удон с морепродуктами и овощами	i	-36%	-28%	B 195	4,3%	C 83 379	2,9%	C 57 378	2,9%	Собаки	Sleepers	Надежда
Тяхан с овощами и морепродуктами	i	-21%	-4%	C 179	4%	C 92 878	3,2%	C 69 852	3,5%	Собаки	Sleepers	Надежда
Яки Ёко	i	+13%	+15%	C 166	3,7%	B 128 587	4,4%	B 80 724	4,1%	Загадки	Problems	Сумоист
Грин Шримпс	i	-8%	+3%	C 154	3,4%	C 97 394	3,4%	C 68 020	3,5%	Загадки	Sleepers	Улитки
Вок Японское море	i	+15%	+2%	C 150	3,3%	B 117 167	4%	C 63 982	3,3%	Собаки	Problems	Лузеры
Чили Краб	i	+100%	+106%	C 76	1,7%	C 106 400	3,7%	C 68 316	3,5%	Загадки	Problems	Сумоист
Итого				4 506		2 900 017		1 968 375				



ВИОЛЕТТА
ГВОЗДОВСКАЯ

ОПЕРАЦИОННЫЙ ДИРЕКТОР

СИЛА

РЕСТОРАННОЙ КОМПАНИИ

#УПРАВЛЯЮЩАЯ
КОМПАНИЯ

#КРІ

#СЕРВИС

#ПРОИЗВОДСТВО

Ресторанные
Медиа

ТОМ 1

WEL-
COME
PRO



PIR
EXPO
RESTAURANT

19-22 октября
Москва, Крокус Экспо

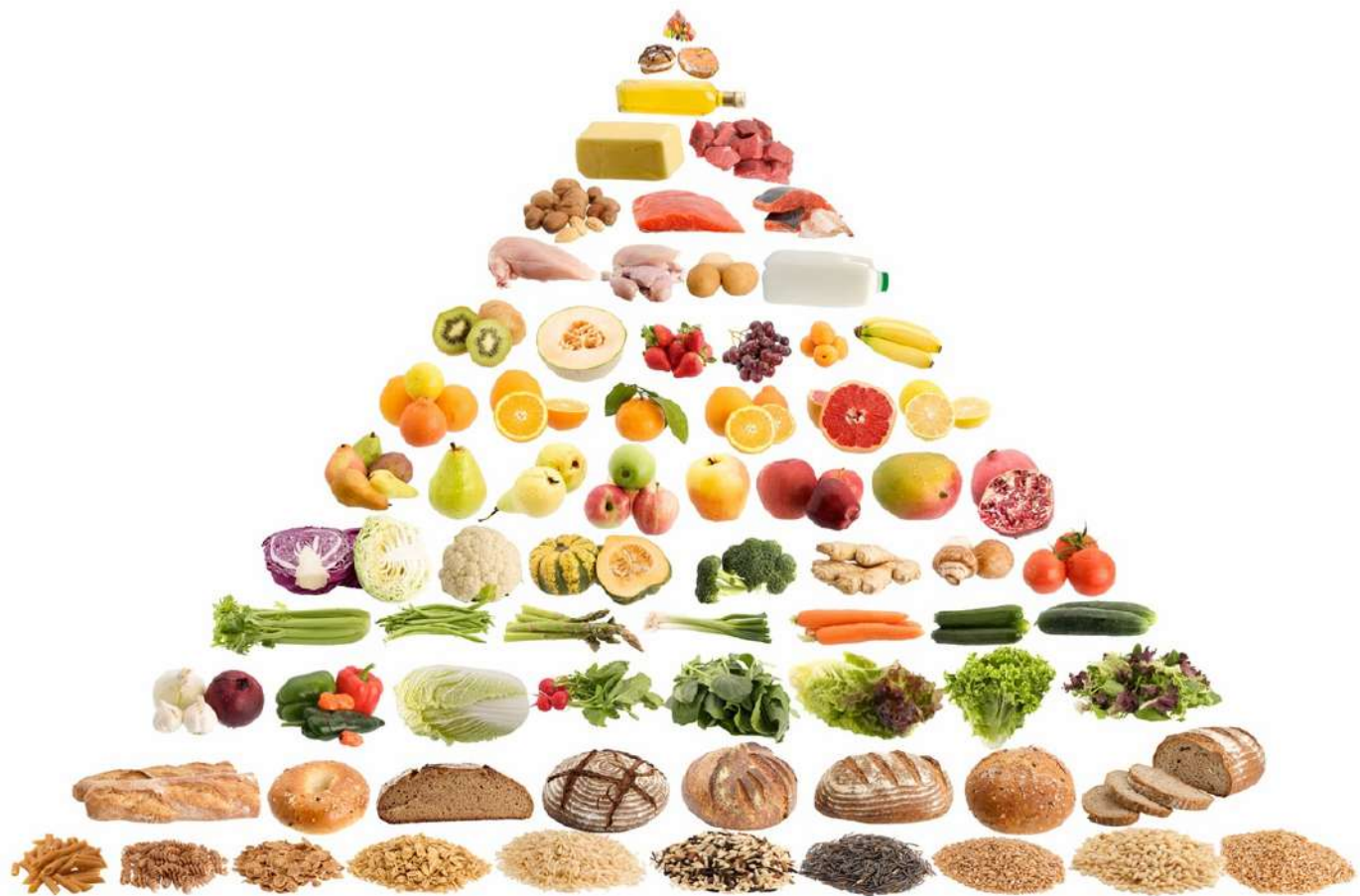
АССОРТИМЕНТНАЯ МАТРИЦА АНАЛИТИКА И КАК РАБОТАТЬ

ЧАСТАЯ ПРОБЛЕМА В РАБОТЕ С ТОВАРНЫМ ПОРТФЕЛЕМ

Stock Keeping Unit

Складская учетная единица

**SKU 700
позиций?**



ДВА ТИПА АССОРТИМЕНТНОЙ МАТРИЦЫ

По сырью

По
полуфабрикатам

АМ ПО **СЫРЬЮ** РЕШАЕТ ВОПРОСЫ

ЦЕНЫ НА
СЫРЬЕ

ХРАНЕНИЕ НА
СКЛАДАХ

УДОБСТВО
ЗАКАЗОВ

КОЛ-ВО
СПИСАНИЙ

ЛИКВИДНОСТЬ

АМ ПО П/Ф РЕШАЕТ ВОПРОСЫ

КОЛ-ВО
СОТРУДНИКОВ

ХРАНЕНИЕ В
ЦЕХАХ

СКОРОСТЬ
ПРИГОТОВЛЕНИЯ

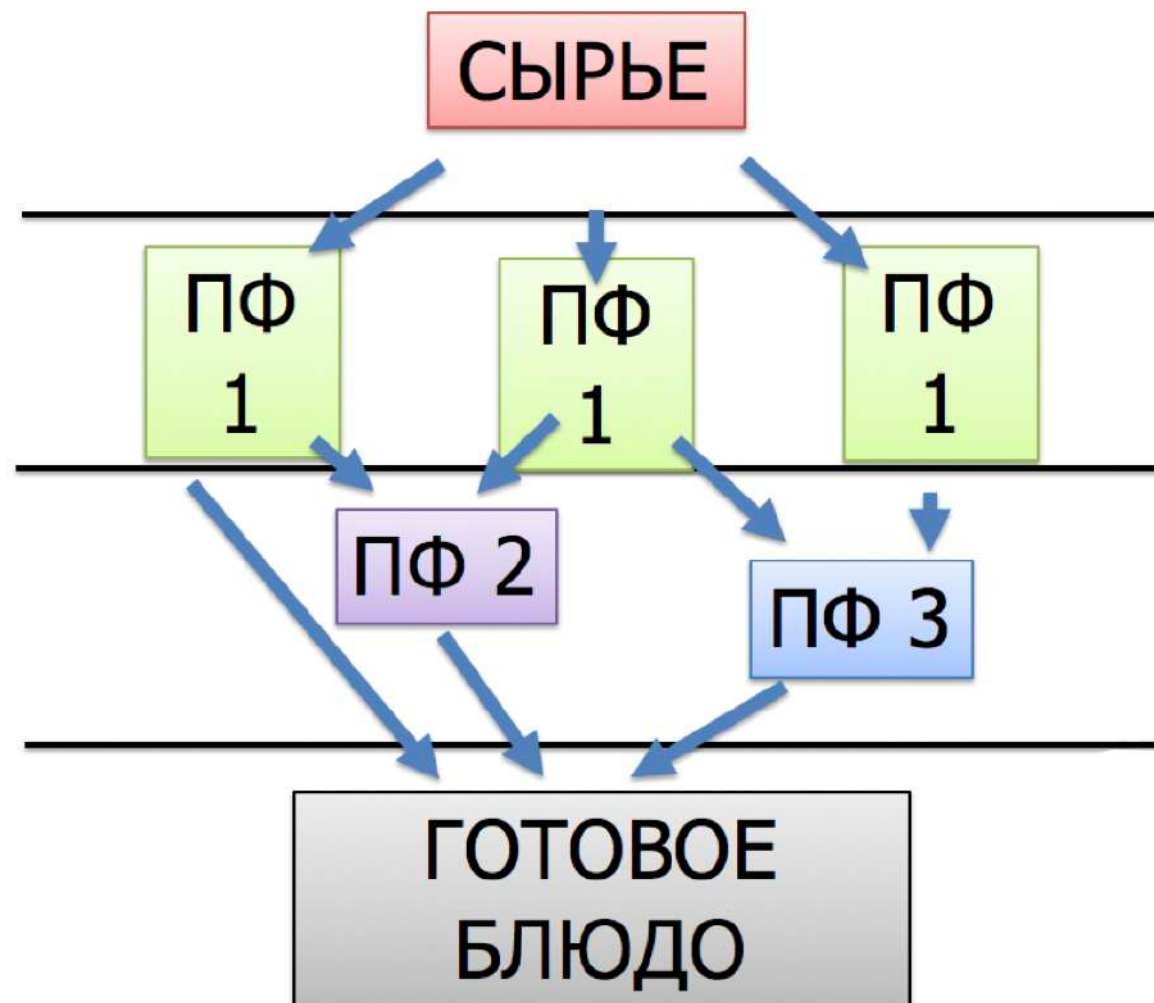
КОЛ-ВО
СПИСАНИЙ

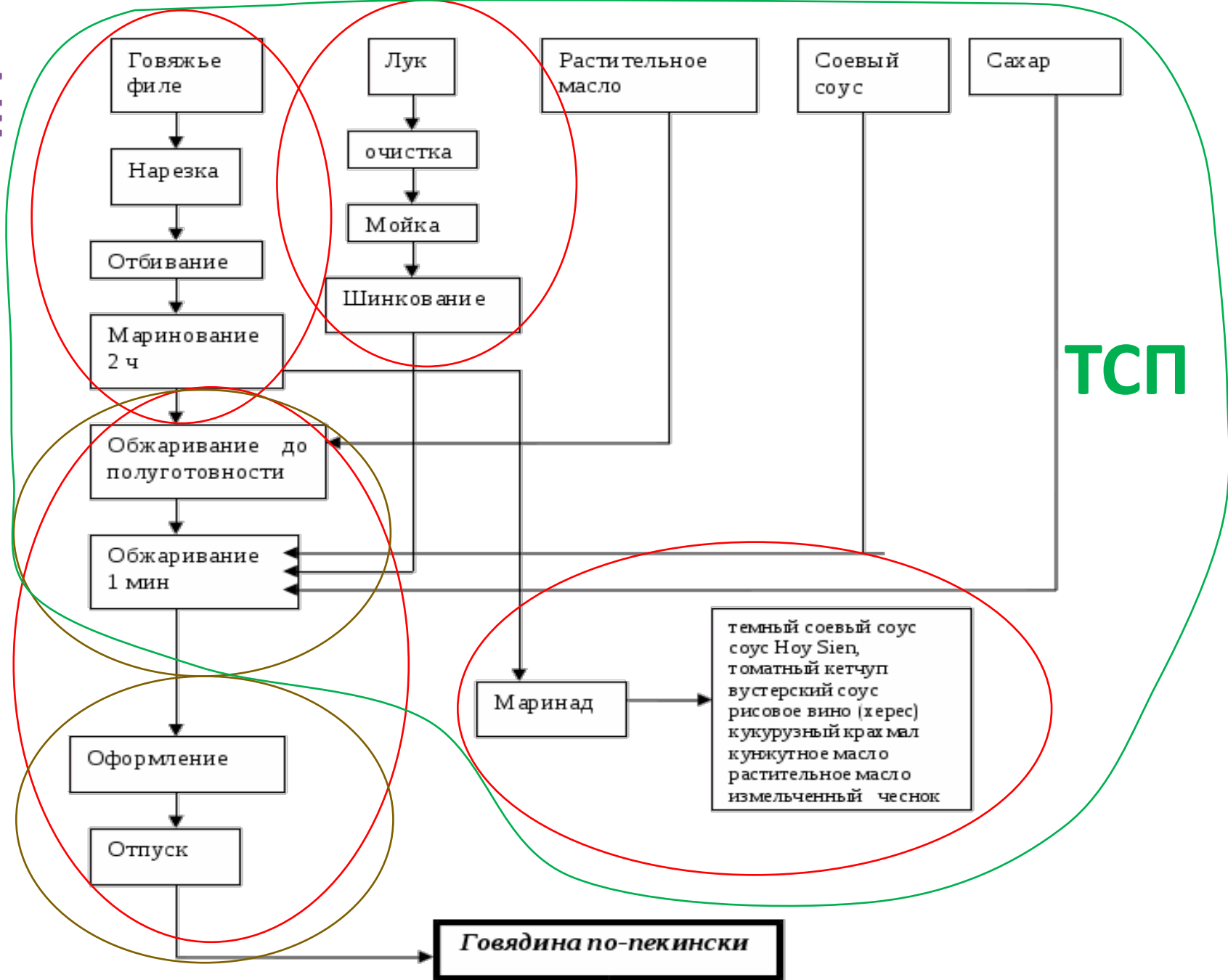
ПИЩЕВАЯ
БЕЗОПАСНОСТЬ

ПРОВЕРКА
РЕЦЕПТОВ

№1 - ПОЛУФАБРИКАТНЫЙ И РЕАЛЬНЫЙ ПРИНЦИП СОЗДАНИЯ РЕЦЕПТОВ

WEL-
COME
PRO





ШАГ 2 - К СЫРЬЕВОЙ АМ

Подготовка скелета таблицы

Группа	Подгрупп	Наименование \ Ингредиент				
			Баклажаны	Баклажаны вяленые	Бальзамический крем	Бальзамический уксус
Гарниры	Гарниры	Запеченный мини-картофель				
Гарниры	Гарниры	Картофель фри с пармезаном				
Гарниры	Гарниры	Картофельное пюре с жареным луком и укропом				
Гарниры	Гарниры	Обжаренные грибы				
Гарниры	Гарниры	Овощи гриль				
Горячие блюда	Бургеры	Бургер МОЮ				
Горячие блюда	Горячие блюда	Говядина в соусе из черного перца с грибами				
Горячие блюда	Горячие блюда	Говяжьи щеки, картофельное пюре, фрикасе				
Горячие блюда	Горячие блюда	Котлеты из курицы с печеным картофелем				
Горячие блюда	Горячие блюда	Куриная грудка с муссом из чоризо				
Горячие блюда	Горячие блюда	Лингвини с морепродуктами				
Горячие блюда	Горячие блюда	Паста с говядиной, беконом и грибами				

ШАГ 3 - К СЫРЬЕВОЙ АМ

Заполнение таблицы

Ставим «1»

если ингредиент есть в
блюде

ШАГ 3 - К СЫРЬЕВОЙ АМ

Заполнение таблицы

Группа	Подгрупп	Наименование \ Ингредиент	Баклажаны	Баклажаны вяленые	Бальзамический крем	Бальзамический уксус
Гарниры	Гарниры	Запеченный мини-картофель	-	-	-	-
Гарниры	Гарниры	Картофель фри с пармезаном	-	-	-	-
Гарниры	Гарниры	Картофельное пюре с жареным луком и укрп	-	-	-	-
Гарниры	Гарниры	Обжаренные грибы	-	-	-	-
Гарниры	Гарниры	Овощи гриль	1	-	-	1
Горячие блюда	Бургеры	Бургер МОЮ	-	-	-	1
Горячие блюда	Горячие блюда	Говядина в соусе из черного перца с гриб	1	-	-	-
Горячие блюда	Горячие блюда	Говяжьи щеки, картофельное пюре. фрикасе	-	-	-	-
Горячие блюда	Горячие блюда	Котлеты из курицы с печеным картофелем	-	-	-	-
Горячие блюда	Горячие блюда	Куриная грудка с муссом из чоризо	-	-	-	-
Горячие блюда	Горячие блюда	Лингвини с морепродуктами	-	-	-	-
Горячие блюда	Горячие блюда	Паста с говядиной, беконом и грибами	-	-	-	-

ШАГ 4 - К СЫРЬЕВОЙ АМ

Суммирование значений

рис	Джус бобл	Вафельная крошка	Харумаки тесто	сыр креметта	креветка тигровая, с/м	лосось с/м	краб в/м	тобика	угорь копч	сыр пармезан	Творог	Сметана	макрорус с/м	кальмар	гребешок с/м	Кости говяж.	куриные окорока копч.	куриные окорока с/м	тунец с/м
111	2	1	2	48	41	42	29	28	26	25	1	1	23	21	17	1	16	16	13

ШАГ 5 - К СЫРЬЕВОЙ АМ

Определение критериев сортировки

- *А - в матрице меню встретились 10 раз и более.*
- *В - в матрице меню встретились от 3 до 9 раз.*
- *С - встретились в матрице меню 1,2 раза.*

ШАГ 5 - К СЫРЬЕВОЙ АМ

Формируем двойной ABC

По количеству использования ингредиентов

	A	B	C	ИТОГО
A	23	17	12	52
B	13	20	23	56
C	15	27	73	115
ИТОГО	51	64	108	223

По расходу

В первую очередь работаем с категорией CC

СХЕМА РАБОТЫ С РЕЗУЛЬТАТАМИ АНАЛИЗА АМ

- **Выбрать все ингредиенты из группы СС**
- **По каждому ингредиенту посмотреть, куда он входит**
- **Проверить, как продается блюдо, в которое входит ингредиент**
- **Если хорошо, то ингредиент вписать в список на прошивку**

СХЕМА РАБОТЫ С РЕЗУЛЬТАТАМИ АНАЛИЗА АМ

- Если блюдо продается плохо, то необходимо распродать остатки сырья, вывести блюдо.
- Появится список ингредиентов для прошивки, его необходимо отдать в качестве ТЗ разработчику.

ТЕХНИКИ KITCHEN MANAGEMENT

Виолетта Гвоздовская

УПРАВЛЕНИЕ КУХНЕЙ: ВКУС, КОНТРОЛЬ, ЭКОНОМИКА, ЛИДЕРСТВО



Полное руководство
для шеф-поваров и управляющих

РЕКА

WEL-
COME
PRO



PIR
RESTAURANT
EXPO

19-22 октября
Москва, Крокус Экспо



ДЕГУСТАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС

ВОПРОСЫ КОТОРЫЕ СТОИТ ПРОЯСНИТЬ НА ДЕГУСТАЦИИ

- Какие участвуют цеха – ЗЦ ОВ МЯС ЦЕХ СБ
- Что делает каждый цех - СБОРКА КАК ЛЕГО
- Какое время приготовления в каждом цеху?
- Какая человеческая нагрузка в каждом цеху?
- Есть ли прошивка полуфабрикатами

КАКИЕ БЫВАЮТ ДЕГУСТАЦИИ

- 1) ЦЕЛЬ – СОЛАСОВАТЬ БЛЮДО ДЛЯ ВВОДА В МЕНЮ
- 2) ЦЕЛЬ – ОБУЧИТЬ ПОВАРОВ – МАСТЕР КЛАССЫ
- 3) ЦЕЛЬ – ОБУЧИТЬ ОФИКОВ ПРОДАВАТЬ – КАК ГОСТЮ
ПРЕЗЕНТОВАТЬ БЛЮДО
- 4) ЦЕЛЬ – ОБУЧИТЬ УПР АДМИНА МРА – КОНТРОЛИРОВАТЬ
КАЧЕСТВО БЛЮДА
- 5) ЦЕЛЬ – МАСТЕР КЛАСС – ПРАВИЛЬНО ПРОРАБАТЫВАТЬ
СЫРЬЕ

КТО УЧАСТВУЕТ НА ДЕГУСТАЦИИ?

- ШП, БШ
- ОД, УПР
- СОБСТВЕННИКИ
- НІРО

СЛАБЫЕ ДЕГУСТАЦИОННЫЕ
КОМПЕТЕНЦИИ

ЧТО С НИМ ДЕЛАТЬ???



КОМПЕТЕНЦИИ ДЕГУСТАЦИОННОЙ КОМАНДЫ

- 1) КОНЦЕПЦИЯ РЕСТОРАНА
- 2) ЦА И ЕЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ
- 3) УРОВЕНЬ ПОВАРОВ
- 4) РЫНОК - КОНКУРЕНТЫ – ПРОТОТИПЫ
- 5) ВКУС ВКУСОЛОГИЯ

Что означает оценка по каждому параметру

Критерии оценки	1	2	3	4	5
внешний вид/подача	Небрежное, неаккуратное, не вызывает аппетита, грязная тарелка	Неаккуратная выкладка продукта, небрежная нарезка	Неподходящая посуда, подача не интересная, неудачное сочетание цвета, подача не подчеркивает достоинств блюда	интересная посуда, аккуратная подача, визуально смотрится достойно, не вызывает чувства полного восторга	Внешний вид вызывает аппетит и желание сфотографировать выставить в социальные сети, интерактивная подача
запах	Резкий неприятный запах, вызывает резкие отрицательные эмоции	Неприятный запах, перебивает аппетит	В целом неплохо, но не очень приятный запах	приятный естественный запах блюда, восторга не вызвало	Запах сочетается с внешним видом блюда, пробуждает аппетит, запах уникален и не повторим
вкус	невкусно, непригодно к употреблению	неудачное сочетание вкусов продуктов	есть можно, но ничего особенного, впечатлений не вызывает	интересное сочетание продуктов, но ярковыроженного уникального вкуса нет, не хватило соусов и специй. Не доведено до финального вкуса	Вкус блюда великолепен, доведено до вкуса, нет ничего лишнего, основной вкус подчеркнут
Общее впечатление	Блюдо не понравилось совсем, кто это придумал!!!!?	Блюдо не понравилось, не было ничего хорошего	Блюдо не вызвало никаких ярких эмоций, ни положительных ни отрицательных	В целом блюдо хорошее, но есть недостатки	Идеальное блюдо, готов есть его три раза в день!!

ПРИМЕР. Дегустационный лист

Наименование/Название	Внешний вид/подача	Запах	Вкус	Общее впечатление	СС	Комментарии	Какое дополнительное оборудование либо инвентарь потребуется
Филе судака	4	5	5	5	128	Нужно убрать хвост	PACOJET

ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ ВКУСА



- Рецептуры, ТТК, станции
- Список продуктов, описание - ЛУП
- Ориентировочные производственные задания - ЛЧ
- *План подготовки к ВВОДУ БЛЮДА! СП МЕНЮ*

ПРИМЕР. СТАНЦИОНКА

<i>Салат с языком и домашним майонезом</i>			
№	наименование	выход	
1	отварной язык	30гр	
2	помидоры черри	50гр	
3	отварной картофель	30гр	
4	перец болгарский	25гр	
5	сыр мацарела(батон)	35гр	
6	перец черный	1гр	
7	соль	2гр	
8	салат фризе	20гр	
9	майонез пф	50гр	
10	горчица(готовая)	10гр	
11	базилик зеленый	5гр	
	выход	250гр	
<i>Технология приготовления</i>			
Язык,картофель,болгарский перец и мацарелу нарезать соломкой.черри нарезать дольками,добавить фризе,соль,черный перец. Заправка майонез,горчица.			
Все перемешать выложить в тарелку горкой.Декор зеленый базилик.			
<i>Общее время отдачи заказа составляет 15 минут</i>			

Подготовка к вводу меню

1 ЭТАП

- Разработка ТЗ
- Проведение дегустаций
- Утверждение блюд по всем параметрам
- Повторная дегустация

2 ЭТАП

- Создание обучающих материалов
- Проведение фотосессии блюд
- Продукты, поставщики закуп
- Полное описание блюда
- Проверка ттк, стк и тд
- Проверить сайт, мп, меню

3 ЭТАП

- Обучение шеф поваров, поваров и всю команду. В несколько этап
- Проведение аттестации команды по вкусу

ОЦЕНОЧНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ПРИ СОЗДАНИИ МЕНЮ	СОЗДАНИЕ ВКУСА
	РЕШЕНИЕ ПО ПРИСУТСТВИЮ
АКТУАЛЬНЫЙ ВКУС	
ПРОШИВКА СЫРЬЕМ	
ПРОШИВКА ПФ	
БЛЮДА-БЛИЗНЕЦЫ	
ЭФФЕКТИВНЫЙ ПРОЦЕСС	
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ОБОРУДОВАНИЯ	
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА СОТРУДНИКОВ	
СКОРОСТЬ ПРИГОТОВЛЕНИЯ	
ВСЕ СЕБЕСТОИМОСТИ	
ОТ ГОСТЕВОГО СПРОСА	

Сводный анализ эффективности меню

ЧЕК-ТЕСТЫ

7 чек-тестов от экспертов Welcomepro, которые быстро покажут вам, где у вас слабые места и, что ценно, дадут рекомендации что конкретно нужно сделать. Темы тестирования:

- **Экономика**
- **Эффективность управленческого учета**
- **Прозрачность производственного учета**
- **Работа производства (кухни и бара)**
- **Качество вашего сервиса**
- **Эффективность систем обучения**
- **Оценка настроения команды**

Чек-тесты построены по принципам:

- Состоят только из 15 вопросов
- При заполнении руководитель получает результат, в котором описывается текущее состояние системы в ресторане и рекомендации по улучшению конкретно по каждому пункту



admin@welcomepro.ru



WELCOMEPRO CHAT

[T.ME/ITSKOVCHAT](https://t.me/ITSKOVCHAT)

WEL-
COME
PRO



ОБСУЖДАЕМ РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС
БОЛЕЕ 1000 РЕСТОРАТОРОВ В ОДНОМ ЧАТЕ
ОБМЕН ОПЫТОМ, ОБСУЖДЕНИЯ АКТУАЛЬНЫХ ВОПРОСОВ

WEL-
COME
PRO



Скачайте презентацию,
сканируйте qr-код!

WEL- COME PRO



 welcomepro.ru



 welcomepro.ru



 @welcomepro.ru

 8 800 301-13-38

 hello@welcomepro.ru