

Cómo aumentar las ventas en un restaurante

Duración: 60 h

Objetivos

Atraer nuevos clientes al restaurante.

Conocer los tipos de clientes para darles una atención personalizada.

Cómo conseguir que vuelvan y fidelizarlos.

Cómo usar las redes sociales, portales como TripAdvisor o Eltenedor.es o darte de alta en Google para captar más clientes.

Las ventajas de usar los portales de entrega a domicilio.

Cómo usar la ingeniería de menús para aumentar los beneficios.

Aprender programas y herramientas para diseñar la carta.

Cómo obtener más beneficios por cliente.

Cómo recibir, tratar y despedir al cliente durante el servicio.

Aplicar estrategias de neuromarketing al restaurante.

Cómo abordar una reclamación.

TEMARIO

Unidad didáctica 1: Introducción al marketing para restauración

Objetivos: qué esperar del curso y supuestos de partida

Quién y por qué motivos debería hacer este curso

Nociones básicas de un negocio

Errores más comunes por los que cierran los restaurantes

El sector de la restauración en España

Un mensaje positivo

¿Qué es el marketing?

La cuenta de resultados

Unidad didáctica 2: Conoce a tu cliente y vende más

Elementos de una experiencia gastronómica

Segmentación

Cómo conocer a tu cliente

Vender a través de la persuasión. Los 6 principios de la persuasión

Técnicas de venta en restauración

Tipos de clientes

Unidad didáctica 3: Diferénciate y atrae a nuevos clientes

¿Qué es diferenciarse?

¿Por qué te escogen a ti?

Diferénciate

Diferenciación por empatía, cuenta tu historia: storytelling

Ideas para atraer nuevos clientes

Unidad didáctica 4: Herramientas online para vender más

Tu propia web

TripAdvisor-Eltenedor

Google Places

Servicios a domicilio

Redes sociales

Unidad didáctica 5: Genera más beneficio por cliente

Aplicar técnicas de neuromarketing en el restaurante

Cálculo del beneficio por plato

Ingeniería de menú

La estructura de la carta

La carta de vinos

La carta de postres

Recomendaciones del chef

Unidad didáctica 6: Fideliza a tus clientes y gestiona el equipo humano

La fidelización de clientes

Ideas para fidelizar a los clientes

El personal, actitudes y aptitudes

El primer contacto con el restaurante 5- La comanda

La cuenta

Las reclamaciones y quejas

Caso práctico