



Navrhování ziskových jídelních lístků

S využitím našeho know-how k racionalizaci vaší nabídky
a maximalizaci zisku

Ve spolupráci s
yumpingo®



Vzhledem ke zvyšujícím se nákladům ve všech oblastech vašeho podnikání se možná nyní cítíte být v nejistotě. Podle provedeného průzkumu byla více než třetina lidí nucena omezit v první polovině roku 2022 stravování v restauracích či se ho dokonce vzdát*, takže jistě můžete mít obavy o to, zda lze v této stále obtížnější situaci prosperovat.

Pro maximalizaci ziskovosti a zajištění, že k vám budou hosté stále chodit, budete muset zvážit úpravu vašeho jídelního lístku a zdroje příjmu.



Dobrou zprávou je, že to určitě jde. **S trochou vynalézavosti a s využitím vašich údajů o prodeji je možné sestavit jídelní lístek, díky kterému si s těmito výzvami poradíte.** Abychom vám s tím pro začátek pomohli, navázali jsme spolupráci s odborníky ze společnosti Yumpingo, která se zabývá analýzou dat o zákaznících gastro zařízení, a přinášíme vám praktické rady a ty nejlepší postupy pro navrhování jídelního lístku.

Ziskové nebo oblíbené?

Nástroj pro analýzu Star/Dog představuje rychlý způsob, jak zrevidovat váš jídelní lístek a přitom zjistit, jaká jídla, jací „tahouni“ a jaké případné změny vám mohou přinést prospěch.

str. **4**

Složitost jídel

Zanalyzujte svůj jídelní lístek a získejte tak jasný přehled o tom, kde můžete přípravu zjednodušit, aniž byste snížili standard.

str. **8**

Elasticita ceny

Podívejte se, kde můžete upravit cenu, aby byl výsledný dopad na vaše hospodářské výsledky co největší.

str. **10**

Pro úvahy o ziskovosti vašeho jídelního lístku je důležité znát správné údaje o nákladech na suroviny, neboli „food cost“

Co je to food cost?

Food cost jsou náklady na suroviny vynaložené za účelem vytvoření pokrmů, které byly prodány v naší restauraci v daném zúčtovacím období. Informují nás o tom, jaké procento našich příjmů jsou náklady na produkt.

Na trhu jsou dostupné různé food cost kalkulačky, včetně bezplatných. Některé pracují pouze s jednoduchými výpočty, které Vám umožní na základě ceny surovin a hotového jídla vypočítat food cost (surovinové náklady).

Pokud však chcete pracovat se skutečně užitečným nástrojem, zvolte food cost kalkulačku, která umožňuje také přidávat vlastní recepty a suroviny a měnit ceny jednotlivých surovin. Kromě toho by Vám dobrá food cost kalkulačka měla umožnit vytisknout si recept i se surovinovými náklady a uložit si jej do virtuální nebo fyzické databáze. Přesně to dokáže bezplatná food cost kalkulačka od Unilever Food Solutions, která navíc obsahuje i řadu skvělých receptů.

tip:

Pokud se chcete do tématu ziskovosti ponořit hlouběji, vyzkoušejte také bezplatný kurz pro šéfkuchaře „Kalkulace nákladů na jídlo a maximalizace zisku“. Kurz naleznete v souboru bezplatných školení UFS Academy.



<https://www.unileverfoodsolutions.cz/skoleni-pro-kuchare-academy/academy/kurz-pro-kuchare/food-cost-restaurace-zisk.html>

Vyzkoušejte bezplatnou food cost kalkulačku:

<https://foodcostkalkulacka.cz/>

Kde začít: **Stáhněte si vaše údaje o prodejích**

Analýza Star/Dog (tedy „Analýza hvězd a psů“) vám může připadat jako zvláštní koncept, avšak jedná se o velmi užitečný nástroj, s jehož pomocí zjistíte, která jídla zvyšují ve vašem podnikání ziskovost nejvíce. Nyní vám ukážeme, jak v nástroji Star/Dog provedete analýzu vašeho jídelního lístku.

Abyste získali skutečně jasnou představu o vašem podnikání a jídelním lístku, doporučujeme, abyste analýzu provedli chod po chodu. Tak přesně zjistíte, jak si každé jídlo vede v rámci jednotlivých chodů, ale také, jak se u nich liší četnost objednávek.

tip:

Zanalyzujte přílohy a zhodnoťte výsledky oproti hlavním chodům, abyste viděli, kde můžete prodej navýšit.



Takže, kde začít?

Vytvořili jsme snadnou excelovou šablonu, kterou si můžete stáhnout [zde](#). Jakmile ji budete mít, analýzu provedte podle následujících kroků:

- 1 V prvním listu pod názvem „**Základní**“ uveďte názvy vašich jídel a do příslušných políček nákladovou a prodejní cenu. Ostatní pole v každém řádku se vyplní automaticky.
- 2 Ve druhém listu pojmenovaném „**Objemy prodeje**“ uveďte do sloupce „**Tržba**“ počet jednotek prodaných u každého jídla v daném časovém období. Doporučujeme období v délce 3 měsíce, aby byla tato doba dostatečně dlouhá.

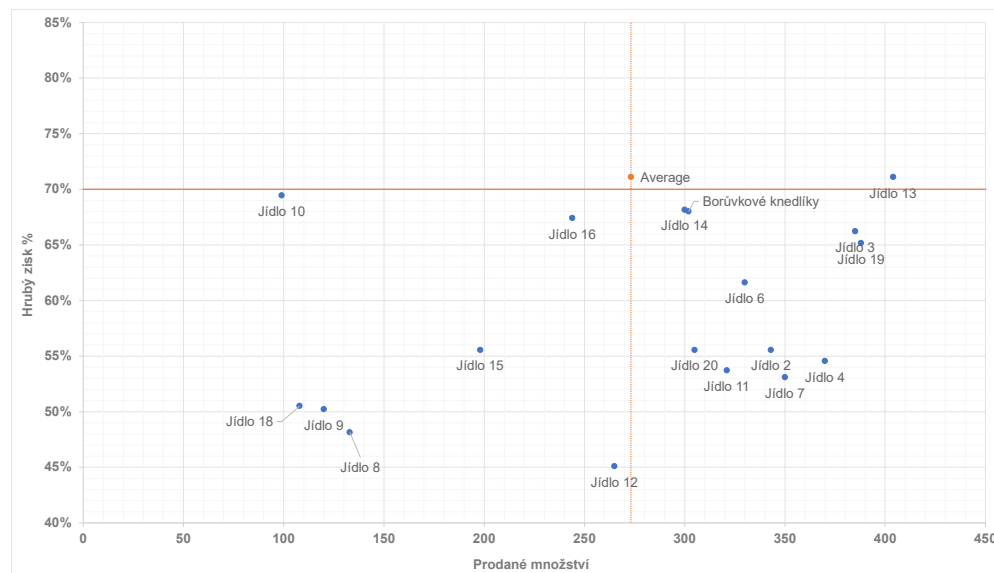


Chod	Název jídla	Náklady	Prodejní cena	Prodejní cena bez DPH	Marže	% nákladů k ceně	Hrubý zisk
	Borůvkové knedlíky	Kč 36,00	Kč 125,00	Kč 112,50	Kč 76,50	32%	68%
	Jídlo 2	Kč 50,00	Kč 125,00	Kč 112,50	Kč 62,50	44%	56%
	Jídlo 3	Kč 38,00	Kč 125,00	Kč 112,50	Kč 74,50	34%	66%
	Jídlo 4	Kč 45,00	Kč 110,00	Kč 99,00	Kč 54,00	45%	55%
	Jídlo 5	Kč 60,00	Kč 110,00	Kč 99,00	Kč 39,00	61%	39%
	Jídlo 6	Kč 38,00	Kč 110,00	Kč 99,00	Kč 61,00	38%	62%
	Jídlo 7	Kč 19,00	Kč 45,00	Kč 40,50	Kč 21,50	47%	53%
	Jídlo 8	Kč 21,00	Kč 45,00	Kč 40,50	Kč 19,50	52%	48%
	Jídlo 9	Kč 56,00	Kč 125,00	Kč 112,50	Kč 56,50	50%	50%
	Jídlo 10	Kč 33,00	Kč 120,00	Kč 108,00	Kč 75,00	31%	69%
	Jídlo 11	Kč 50,00	Kč 120,00	Kč 108,00	Kč 58,00	46%	54%
	Jídlo 12	Kč 42,00	Kč 85,00	Kč 76,50	Kč 34,50	55%	45%
	Jídlo 13	Kč 39,00	Kč 150,00	Kč 135,00	Kč 96,00	29%	71%
	Jídlo 14	Kč 43,00	Kč 150,00	Kč 135,00	Kč 92,00	32%	68%
	Jídlo 15	Kč 60,00	Kč 150,00	Kč 135,00	Kč 75,00	44%	56%
	Jídlo 16	Kč 44,00	Kč 150,00	Kč 135,00	Kč 91,00	33%	67%
	Jídlo 17	Kč 121,00	Kč 220,00	Kč 198,00	Kč 77,00	61%	39%
	Jídlo 18	Kč 98,00	Kč 220,00	Kč 198,00	Kč 100,00	49%	51%
	Jídlo 19	Kč 69,00	Kč 220,00	Kč 198,00	Kč 129,00	35%	65%
	Jídlo 20	Kč 112,00	Kč 280,00	Kč 252,00	Kč 140,00	44%	56%

Chod	Název jídla	Číslo jídla	Hrubý zisk	Počet prodaných jídel	Průměr	Vyšší nebo nižší než průměr
	Borůvkové knedlíky	1	68%	302	273	111%
	Jídlo 2	2	56%	343		126%
	Jídlo 3	3	66%	385		141%
	Jídlo 4	4	55%	370		135%
	Jídlo 5	5	39%	222		81%
	Jídlo 6	6	62%	330		121%
	Jídlo 7	7	53%	350		128%
	Jídlo 8	8	48%	133		49%
	Jídlo 9	9	50%	120		44%
	Jídlo 10	10	69%	99		36%
	Jídlo 11	11	54%	321		117%
	Jídlo 12	12	45%	265		97%
	Jídlo 13	13	71%	404		148%
	Jídlo 14	14	68%	300		110%
	Jídlo 15	15	56%	198		72%
	Jídlo 16	16	67%	244		89%
	Jídlo 17	17	39%	277		101%
	Jídlo 18	18	51%	108		40%
	Jídlo 19	19	65%	388		142%
	Jídlo 20	20	56%	305		112%

3 Poté, co jste své údaje doplnili, podívejte se do třetího listu „**StarDog**“. Graf by se měl automaticky aktualizovat a u každého jídla ukazovat zisk v % vs. prodané množství. Svislá čára někde uprostřed grafu ukazuje váš průměr.

4 Dále si stanovte hrubé ziskové rozpětí, kterého musí váš podnik dosáhnout (např. 70 %). **Nakreslete tuto čáru v grafu vodorovně v příslušném bodě.**



Tyto dvě čáry se protnou a rozdělí graf na 4 kvadranty.



Co to tedy všechno znamená pro váš jídelní lístek?

ČTĚTE DÁLE, ABYSTE TO ZJISTILI



Níže vysvětlujeme, jak lze jídla v každém jednotlivém kvadrantu vaší analýzy Star/Dog vyhodnotit:



Co je potřeba uvážit:

- Podívejte se na vaši analýzu jako celek. Máte jídla s nízkou marží, malou oblíbeností a složitá na přípravu? Jestliže ano, jak můžete marže zlepšit a/nebo zjednodušit přípravu?
- Zjednodušení přípravy může znamenat cokoli. Například požádejte svého řezníka, aby pro vás dělal více v přípravě masa, čímž ubyde práce vašim kuchařům. Nebo na krátkou dobu zjednodušte svou nabídku.
- Podívejte se na váš jídelní lístek a zjistěte, kde můžete použít více stejných surovin nebo je použijte jako nástroj pro vylepšení jídel a zvýšení vaší prodejní ceny. Pokud například nabízíte nachos s chilli, co třeba nabídnout chilli jako topping navíc na burger?

Měření složitosti jídla

Složitost jídla představuje úsilí a nezbytné dovednosti k úspěšné přípravě pokrmu. Může zahrnovat faktory jako doba přípravy, počet kroků při přípravě, počet stanovišť potřebných pro přípravu jídla, přípustná chybovost atd.

Jak se měří složitost jídla?

Pro změření složitosti se musíte podívat na své standardizované recepty, konzultovat je s kuchařským personálem a zjistit si vypočítané hodnoty pro každé jídlo z vaší nabídky. Se zohledněním těchto informací jednoduše ohodnoťte každé jídlo známkou od 1 do 5. Vodítko k tomu najdete v naší bezplatné excelové šabloně ve čtvrtém listu („**Složitost jídla**“).

Porovnejte je s objemem objednávek a marží každého jídla, **jak ukazuje tabulka vpravo**.

Chod	Název jídla	Hrubý zisk	Počet prodaných jídel	Složitost jídla
	Borůvkové knedlíky	68%	302	5
	Jídlo 2	56%	343	4
	Jídlo 3	66%	385	1
	Jídlo 4	55%	370	3
	Jídlo 5	39%	222	4
	Jídlo 6	62%	330	2
	Jídlo 7	53%	350	2
	Jídlo 8	48%	133	5
	Jídlo 9	50%	120	5
	Jídlo 10	69%	99	2
	Jídlo 11	54%	321	4
	Jídlo 12	45%	265	4
	Jídlo 13	71%	404	2
	Jídlo 14	68%	300	1
	Jídlo 15	56%	198	5
	Jídlo 16	67%	244	3
	Jídlo 17	39%	277	5
	Jídlo 18	51%	108	5
	Jídlo 19	65%	388	5
	Jídlo 20	56%	305	1

Možný problém, nízká marže, vysoká složitost

Skvělá jídla, nabízejte je více

Zjištěný problém, vyřadte nebo upravte

Porovnání složitosti jídla oproti jiným faktorům, které jste změřili v analýze Star/Dog, vám pomůže získat jasnější představu o možných nástrahách ve vašem jídelním lístku, zejména pokud se chystáte začít s rozvozem nebo nabízet jídlo s sebou.

Jak může zjednodušení složitosti jídel prospět vašemu podnikání?

Zjednodušení složitosti jídel vám může pomoci docílit větší efektivity práce, nabídnout vašim hostům ucelenější produkt a často i snížit vaše náklady na potraviny, zejména pokud nemáte dostatek pracovních sil.

Dejme tomu, že například většinou připravujete omáčky od základu. Když potřebujete zjednodušit přípravu, pak zvažte použití výrobků, které vám s tím pomohou. Objednávat, vážit a poté zpracovávat například 12 různých druhů bylinek a koření je složitější než používat výrobky, jako jsou Primerba Knorr Professional – bylinková pasta z čerstvých bylinek nebo třeba fondy Knorr Professional. V tomto případě vám může jeden výrobek ušetřit čas, přičemž vám zajistí konzistentnost, kterou potřebujete a zachová autenticitu.

Zvažte výhody a nevýhody každé metody a určete, jaká míra složitosti jídel je pro vaši restauraci nejlepší.

Mnohé restaurace specializující se na zážitkovou gastronomii snižují komplexitu nabídky tím, že nabízejí kombinované degustační a la carte menu. Tím dávají zákazníkovi možnost vybrat si buď „úplný zážitek“ nebo jen některé z jídel.



Potřebujete zjednodušit složitou přípravu omáček a šťáv k masu?

Pak vyzkoušejte tekuté fondy „essence“ Knorr Professional.

Elasticita cen v jídelním lístku a vnímání hodnoty

Všechno může znít velmi komplikovaně, ale nemusí být. Podívejme se na to podrobněji...

Elasticita ceny jídla vyjadřuje, jaký dopad má změna ceny jídla na to, jak často si ho budou hosté objednávat.

To je ve velké míře ovlivněno typem restaurace. Například v případě rychloobslužného konceptu s nízkou hodnotou průměrné útraty, ale velkým objemem, bývá elasticita daleko větší než v případě podniků specializujících se na zážitkovou gastronomii. V restauracích s rychlým občerstvením bývá cena pro zákazníky, kteří si takové podniky vybírají,

jedním z rozhodujících faktorů, takže jakákoli změna ceny by mohla mít výrazný vliv na objem.

Naopak zákazníci vyhledávající restaurace s vyšší gastronomií do takových podniků chodí z jiného důvodu, než je cena. Proto se zde malé změny cen výrazně neprojeví na objemu prodeje.

V závislosti na elasticitě ceny jídla může malá změna ve velké míře změnit četnost objednávání a vnímání hodnoty.



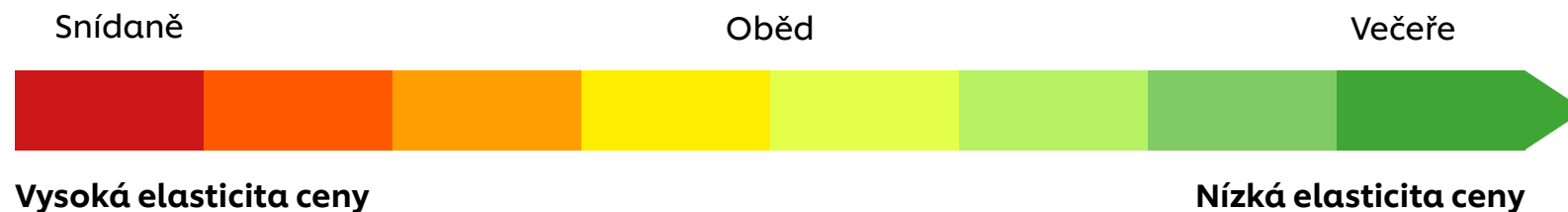
Co to znamená pro vaše podnikání?

V případě jídel či konceptů s nízkou elasticitou ceny zkuste upravit popisy jídel na jídelním lístku nebo prezentaci jídel/přílohy k jídlům, abyste tím zlepšili vnímání hodnoty bez snížení ceny. Se snížením ceny těchto jídel je spojeno riziko, že se změna výrazněji promítne do vašich hospodářských výsledků, než aby vedla ke zlepšení vnímání hodnoty.

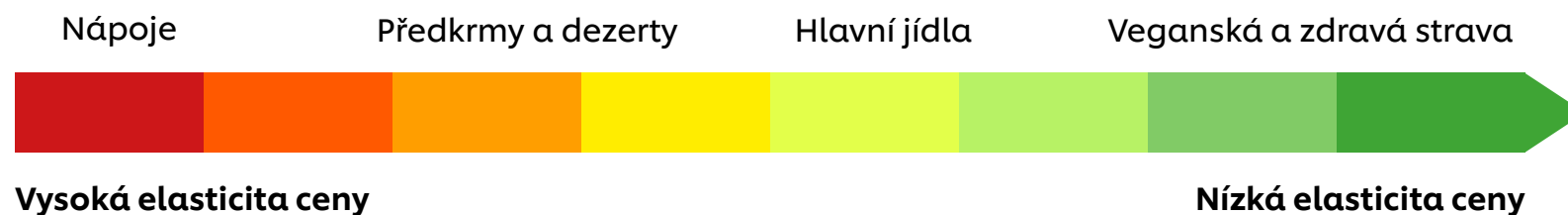
Snídaně a obědy jsou obvykle vůči změnám ceny nejcitlivější. Malé snížení ceny těchto jídel by mohlo přispět ke zlepšení vnímání hodnoty a zvýšení poptávky. Oproti tomu bude mít malé zvýšení ceny velký dopad na četnost objednávání, zejména tam, kde je velký počet konkurentů (např. platforma pro rozvoz jídla, samoobslužné jídelny, restaurace v nákupních centrech atd.).



V případě jídel či konceptů s velmi vysokou elasticitou zkuste najít tu správnou rovnováhu mezi cenou a objemem experimentováním s cenami nabízených jídel. Začněte u jídel s nízkým rizikem, která jsou v nežádoucí kategorii analýzy Star/Dog, a pravidelně změny sledujte.



Nápoje a přílohy jsou považovány za **kategorie menu nejcitlivější na cenu**. Je to proto, že jsou vnímány spíše jako doplnění jídla než jako nezbytná součást zážitku. Vzhledem k tomu bývá poptávka po salátech a dětských jídlech méně ovlivněná cenou, což je dáno tím, jaké skupiny lidí si je objednávají. Tato jídla jsou skvělá pro zvýšení ziskovosti.



Se správnými výrobky je možné snížit složitost jídla i nákladovou cenu a přitom zvýšit oblíbenost.

ZJISTĚTE VÍCE NA STR. 13



Příklad z praxe: Bramborová kaše Knorr professional

Snížení ceny může způsobit nárůst počtu objednávek, protože jídlo se zalíbí většímu počtu zákazníků. A nemusí to být ani na úkor marže, pokud budete používat convenience produkt jako **Bramborová kaše Knorr professional**.

Když se rozhodnete pro Bramborovou kaši Knorr professional namísto toho, abyste pokrm připravovali od základu, značně se vám sníží nákladová cena, jak je znázorněno níže:



Název jídla	Náklady	Prodejní cena	Prodejní cena bez DPH	Marže	Výrobní cena	Hrubý zisk
Bramborová kaše od základu	13,51 Kč	45,00 Kč	40,50 Kč	26,99 Kč	33%	67%
Bramborová kaše Knorr professional	5,81 Kč	45,00 Kč	40,50 Kč	34,69 Kč	14%	86%

Abyste oblíbenost jídla zvýšili více, můžete jít ještě dále tak, že obětujete malou část procentuální marže, abyste dlouhodobě posílili tržby a zvýšili obrát:

Název jídla	Náklady	Prodejní cena	Prodejní cena bez DPH	Marže	Výrobní cena	Hrubý zisk
Bramborová kaše od základu	13,51 Kč	45,00 Kč	40,50 Kč	26,99 Kč	33%	67%
Bramborová kaše Knorr professional	5,81 Kč	40,00 Kč	36,00 Kč	30,19 Kč	16%	84%

Pro stažení excelové šablony klikněte zde:



Pro více informací navštivte

yumpingo®



Support. Inspire. Progress.

yumpingo.com

www.unileverfoodsolutions.cz

Společnost Yumpingo, která byla založena ve Spojeném království v roce 2017, je hlasem vašich hostů. Jedinečná platforma pro shromažďování poznatků o chování zákazníků vám dává přehled o jejich smýšlení a analyzuje získané údaje ze všech styčných bodů, čímž poskytuje restauracím poznatky o míře loajality zákazníků a jednotlivých částech služeb napříč celým portfoliem, ve všech kanálech, v každé směně a u každého jídla.

Pracujeme pro několik největších a nejinnovativnějších skupin v oblasti stravování, jako jsou California Pizza Kitchen, YO!, Azzurri Group a John Lewis Partners, a jejich týmům umožňujeme činit více rozhodnutí, rychleji a s větší jistotou tím, že měníme údaje o hostech na využitelné poznatky na bezprecedentních úrovních.