

Ventas en la Restauración

Duración: 56 horas.

Modalidad: online

Este curso nos adentra en los secretos mejor en relación a las ventas en el sector de restauración. Su objetivo es analizar la oferta gastronómica que podemos ofrecer a nuestros clientes; cómo son los alimentos que nutrirán los platos; cuáles son los gustos de la clientela nacional e internacional y cómo configurar una oferta adecuada para ellos; cómo ofertar nuestras propuestas; cuáles son los tipos y canales de reserva; y qué elementos debemos tomar en cuenta a la hora de fijar los precios de nuestros platos y banquetes.

Objetivos

- Conocer cómo tratar la oferta gastronómica - Conocer los gustos de la clientela según su origen y configurar una oferta adecuada - Aprender a gestionar los tipos y canales de oferta, la gestión de la capacidad y los diversos tipos de cobro existentes - Saber qué tarificación hay que aplicar a los platos que ofertamos y a los banquetes

Contenidos

- **1. Introducción: La cocina**
 - Introducción: La cocina
- **2. Unidad 1: La oferta Gastronómica**
 - Unidad 1: La oferta Gastronómica
 - Concepto y Tipos de Negocios de Restauración
 - Food Service
 - Food Service II
 - Restauración Comercial
 - QSR
 - La Venta de Servicios
 - Qué Vende un Restaurante
 - Componentes Hard y Soft del Producto Restauración
 - El Servicio como Componente del Producto Restauración

- El Servicio como Componente del Producto Restauración II
- Diseño de la Oferta de Productos
- La Carta Como Evidencia Fisica Del Producto
- Tipos de Servicios
- Criterios Tecnicos en la Elaboracion de la Carta
- Los Alimentos
- Alergias e Intolerancias Alimentarias
- Criterios Esteticos de Diseño de la Carta
- Criterios Esteticos de Diseño de la Carta II
- Criterios de Oportunidad en la Elaboracion de la Carta
- Criterios de Oportunidad en la Elaboracion de la Carta
- Criterios de Combinacion en la Elaboracion de la Carta
- Autoprácticas Evaluación técnica de la carta
- Autoprácticas Análisis de la Carta
- **3. Test Unidad 1**
 - Test Unidad 1
- **4. Unidad 2: Fuentes Informativas. Identificación y Uso.**
 - Unidad 2: Fuentes Informativas. Identificación y Uso.
 - Intuicion y Datos
 - Fuentes de Informacion
 - Indicadores de Gestión Internos
 - Segmentacion del Mercado
 - Los Gustos de la Clientela Internacional: Norteamericanos
 - Los Gustos de la Clientela Internacional: Británicos
 - Los Gustos de la Clientela Internacional: Franceses
 - Los Gustos de la Clientela Internacional: Italianos
 - Los Gustos de la Clientela Internacional: Alemanes
 - El Concepto de Margen de Contribución

- Analizar los Consumos
- Configurar una Oferta desde Cero
- Analizar La Cartera de Productos
- Autoprácticas Oferta gastronómica
- Autoprácticas Configurar oferta inicial
- **5. Test Unidad 2**
 - Test Unidad 2
- **6. Unidad 3: Reservar, Vender, Cobrar**
 - Unidad 3: Reservar, Vender, Cobrar
 - Tipos y Canales de Reserva
 - Argumentar La Venta
 - Centrales de Reservas
 - Gestionar las Expectativas durante las Reservas
 - Gestionar las Expectativas durante las Reservas II
 - Gestion de la Capacidad
 - El Canal de Venta en Servicios de Restauración
 - Internet
 - Franquicia
 - Delivery
 - Take Away
 - Tipos de Cobro
 - Ticket Restaurant
 - Autoprácticas Factores de éxito
- **7. Test Unidad 3**
 - Test Unidad 3
- **8. Unidad 4: Tarificar los Precios y sus Condiciones de Aplicación**
 - Unidad 4: Tarificar los Precios y sus Condiciones de Aplicación
 - Criterios de Fijacion de los Precios

- Los Costes
- ¿Precios y Platos son Adecuados?
- Ingeniería de Menus
- ¿Somos Caros o Baratos?
- Calcular el Precio de un Banquete
- Alteración de los Precios
- Autoprácticas Tarificar precios
- Autoprácticas Dispersión precios
- Autoprácticas Clasificación platos
- **9. Test Unidad 4**
 - Test Unidad 4