

## Dicas e Sugestões para aumentar o lucro do seu bar

Como em todas as áreas, no segmento do F&B existem muitas dicas e técnicas para aumentar a faturação de seu estabelecimento.

Vamos conhecer agora algumas dessas dicas e sugestões.

### 1. Não utilizar cifrão

O símbolo monetário é uma das principais coisas que os grandes bares evitam usar no menu. Isso porque o cifrão remete imediatamente à ideia de custo, algo que não se quer que o cliente leve em consideração.

### 2. Não usar números quebrados

Use também menos número nos preços. Em vez de 5,00€ utilize €5. Outra curiosidade é que os estudos indicam que os preços que terminam em 9, como € 9,99, tendem a significar baixo custo, mas qualidade inferior.

Deve-se deixar o preço sem a notação dos centimos para deixar o menu mais “limpo” – simples e direto ao ponto.

### 3. Descrever a bebida aumenta o número de vendas

Um menu descritivo anima o consumidor.

Estudos indicam que menus com bebidas explicadas de maneira até levemente romântica (sabor frutado, textura delicada e suave etc.) vendem 27% a mais do que menus comuns.

Este tipo de menu traz o máximo da sensação ao consumidor, aumentando a probabilidade de o cliente se sentir satisfeito após o consumo da bebida.

Outro fator que também pesa para a formulação dos menus é o uso de marcas reconhecidas dentro dessa descrição.

[www.cocktailteam.net](http://www.cocktailteam.net)  
[cocktailteam@cocktailteam.net](mailto:cocktailteam@cocktailteam.net)  
TLF: 214 374 235



#### 4. Usar termos étnicos para parecer mais autêntico

Utilizar esta dica chama a atenção de uma pessoa para uma determinada característica de uma bebida e evoca a sensação sinestésica de certos sabores e texturas.

#### 5. Apelação Visual

Quando as bebidas estão descritas em negrito, sublinhados com uma fonte colorida ou mais sofisticada, ou ainda acompanhadas de fotografias com maior destaque, parecem-se muito mais especiais do que as outras sugestões de bebidas.

#### 6. Oferecer a mesma bebida com dosagens diferentes

Esta estratégia é chamada de *bracketing* (algo como “escalonamento”). O cliente não tem ideia de quanto menor é a dosagem da bebida maispequena quando comparada com a grande. O cliente assume que o tamanho de menor dosagem possui o preço mais atraente.

O que os clientes não sabem é que o bar tem preferência por vender a bebida de menor dosagem. O bar simplesmente usou a dosagem maior com o preço mais elevado para gerar um ponto de comparação – com um valor inflacionado.

#### 7. Análise do padrão de leitura

De acordo com um estudo coreano, um terço dos clientes é propenso a aceitar a sugestão do primeiro item para o qual a sua atenção é direcionada. Como resultado, os bares colocam os itens mais rentáveis no canto superior direito, porque é onde os olhos das pessoas focam primeiro.

Outro uso para isso é posicionar bebidas caras nesses pontos chave, direcionando o cliente a procurar outras opções, visto que o preço mais alto inicial será mais fácil de ser lembrado e comparado aos demais, fazendo os preços mais baixos parecerem razoáveis.

A maioria dos clientes leem um menu como o fazem com um livro, porém, mantendo mais vívida na memória os primeiros itens.

#### 8. Limitar as escolhas dos clientes

É muito mais eficaz se os bares limitarem a sua seleção de bebidas. Aparentemente, o número ideal tem entre seis a dez itens por categoria.