

# Дотянуться до звезд

Новый подход к подготовке  
заказов на вынос

**TORK**

Think ahead.

# Новый подход к подготовке заказов на вынос

Ресторанная отрасль в целом очень сильно пострадала от пандемии COVID-19. Но в двух направлениях отмечался рост: доставка и заказы на вынос. Результаты исследования показывают, что это новое поведение гостей сохранится и в будущем.

Мы собрали вместе самые недавние исследования, а также образцы передовых методов работы ресторанов по всему миру, чтобы помочь вам изменить подход к подготовке заказов на вынос и адаптироваться к новой реальности.

25% опрошенных [finedininglovers.com](https://www.finedininglovers.com) респондентов в Великобритании, Франции и Италии сказали, что стали пользоваться услугами доставки и брать еду на вынос чаще, чем до пандемии, и будут поступать так же и дальше.

## Три способа изменить подход к подготовке заказов на вынос



Расширьте и разнообразьте ассортимент еды на вынос

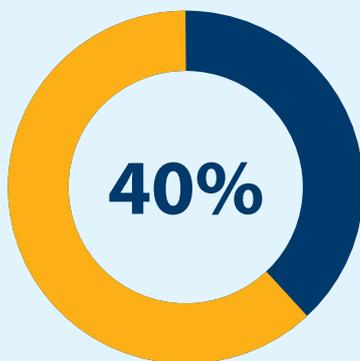


Отделите зоны получения заказов

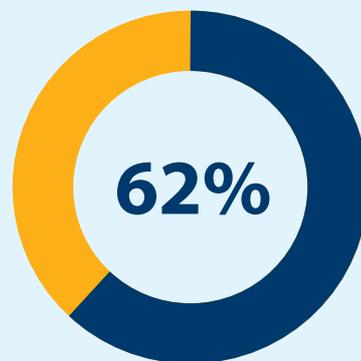


Успокаивайте гостей, сообщая им информацию

## Новые предпочтения клиентов изменяют ресторанный отрасль

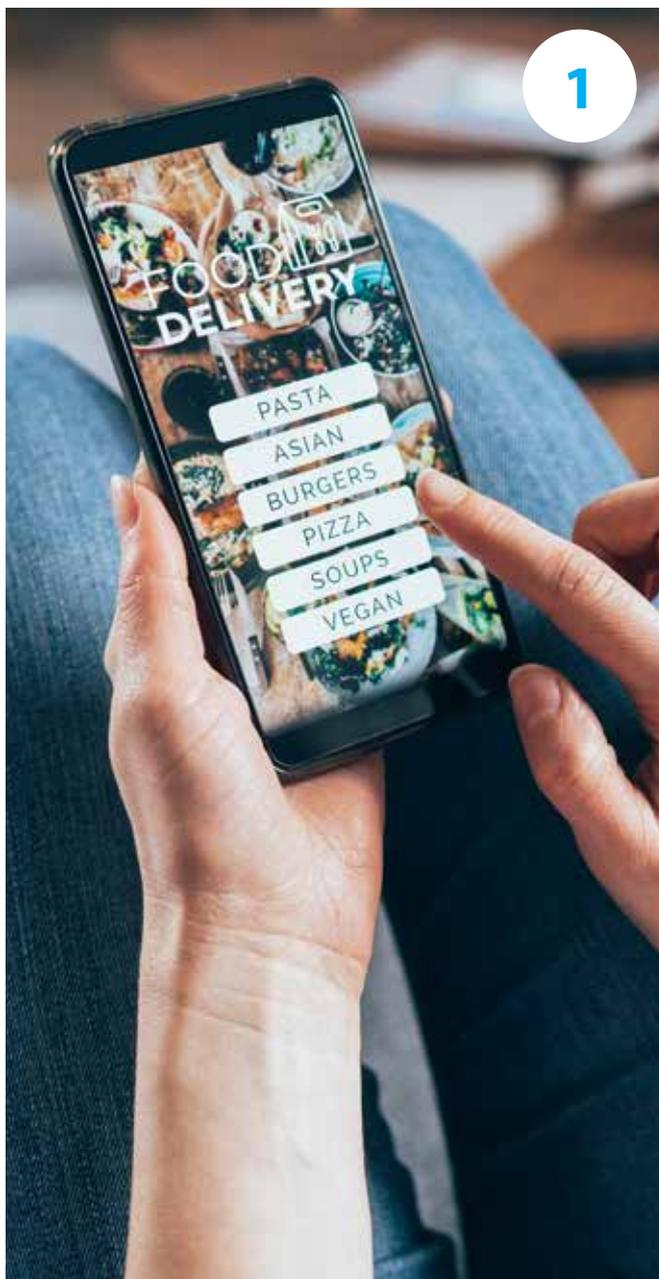


Более 40% гостей в США, по всей вероятности, будут покупать еду не выходя из машины, на вынос или пользоваться услугами доставки, даже когда обслуживание в ресторанах будет разрешено\*



У 62% операторов уже есть или они планируют открыть зоны для выдачи заказов на вынос, перепланировав помещения\*

\* По результатам исследования, проведенного в мае 2020 года чикагской компанией Technomic, занимающейся исследованиями пищевой отрасли по всему миру



## Расширьте и разнообразьте ассортимент еды на вынос

С условием соблюдения социальной дистанции изменяются предпочтения и потребности гостей — очень часто они выбирают более безопасные варианты\*. А это открывает отличные возможности привлечь новых и сохранить старых клиентов. Если вы еще не предлагаете еду на вынос, возможно, сейчас самое лучшее время сделать это и получить новые источники доходов.

В краткосрочной перспективе необходимо пытаться сделать процесс более удобным, финансово доступным и быстрым для клиентов, предлагая меню заказов на вынос, окна выдачи заказов и услугу доставки, сделав еду:

- проще;
- полезнее;
- удобнее в транспортировке.

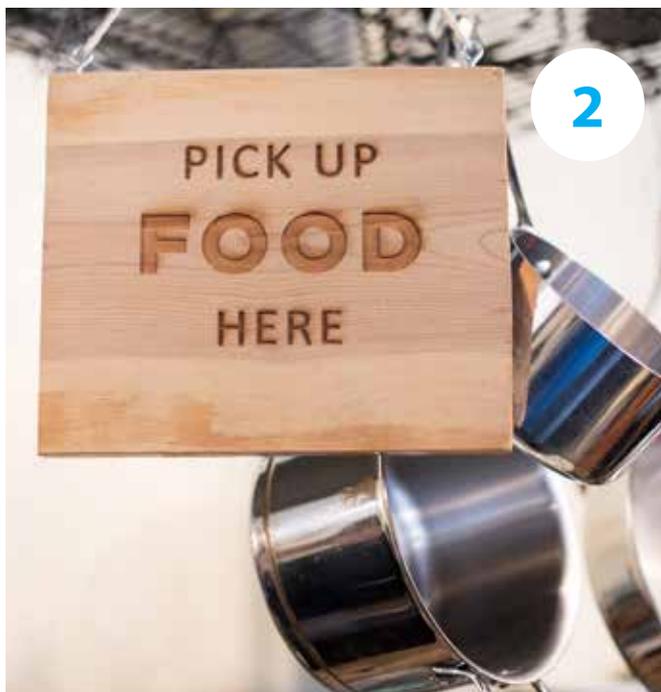
Превосходите ожидания:

- Паб Timothy O'Toole's Pub в Чикаго предлагает доставлять наборы продуктов для самостоятельного приготовления блюд дома. В эти наборы, которые называют «takeaway» (бери и готовь), они планируют также добавлять упакованный хлеб и туалетную бумагу.
- Ресторан Erba Brusca в Милане предлагает большие наборы блюд из местных продуктов с преобладанием овощей.

Подводя итог вышесказанному, рассмотрите свою ситуацию, пробуйте новое и обязательно рассказывайте клиентам о том, что вы делаете.

\* Источник: FMCG Gurus Sustainability Survey, апрель 2020 г.





## Отделите зоны получения заказов

Заказы на вынос набирают популярность, так что ресторанам необходимо сделать процесс их получения более гладким и безопасным, снижая контакты между клиентами, чтобы они чувствовали себя увереннее.

Возможно, следует отделить обеденный зал ресторана от зоны выдачи заказов, чтобы избежать скопления гостей в местах общего пользования. Возможно, также потребуется разделить кухню на модули, чтобы не только переналадить производственный процесс так, чтобы можно было готовить меньше блюд быстрее, но и сократить риски перекрестного загрязнения.

## Успокаивайте гостей, сообщая им информацию

Показывайте и рассказывайте гостям и персоналу о том, какие шаги вы предпринимаете для обеспечения безопасности и поддержания гигиены в своем ресторане. Рассказывайте о новых предложениях и о том, что могут сделать гости, чтобы соблюдать требования.

Обсудите с персоналом протоколы выдачи и доставки заказов и роль каждого из них. Расскажите персоналу кухни, как они будут получать и готовить заказы. Обязательно убедитесь в том, что официанты знают, как правильно подавать еду. Для обеспечения гладкой работы с самого начала проведите беседу с персоналом и мотивируйте их вносить свой вклад.

Активно рассказывайте об изменениях, которые касаются вашего ресторана. Это поможет гостям планировать и подготовиться, а также определиться с выбором. Например, в ресторанах McDonald's в Анхеме (Нидерланды) разместили огромные круги на расстоянии 1,80 м друг от друга, разметив зону ожидания для клиентов, и знаки, напоминающие клиентам «улыбаться на безопасном расстоянии». Еще одна рекомендованная практика, призванная убедить гостей в высоком уровне безопасности, — запечатывать пакеты лентой с контролем вскрытия.



# Три простых совета



Расширьте предложение, сделав меню проще, включив в него полезные продукты и удобнее упаковывая заказы.



Разделяйте обеденную зону и зону выдачи заказов.



Успокаивайте гостей, рассказывая им о предпринимаемых мерах, и используйте фирменную упаковку с контролем вскрытия, чтобы показать гостям, что вы заботитесь об их безопасности.