

通州菜谱设计使招牌菜具价值

产品名称	通州菜谱设计使招牌菜具价值
公司名称	北京诺鼎国际企业形象策划有限公司
价格	280.00/本
规格参数	
公司地址	北京通州区九棵树西路英特商务园写字楼B8019
联系电话	010-67700085 13911084058

产品详情

很多时候，拿到菜谱制作面对密密麻麻的上百个菜品时，消费者往往一脸蒙圈无从下手。

而好的菜谱制作，则是让在顾客从拿到菜谱制作那一刻开始，就能主次清晰的享受美好的点餐过程，美食才会美得其所，他们才会再来光顾。

，小编为大家讲解一张好菜谱制作的6个原则。

1

招牌菜清晰易识别

这似乎是一个老生常谈的事。

招牌菜之所以叫招牌，就是有两把刷子一定要亮出来，不然别人也无从知晓。一个重要的问题就是取舍。

现实里，很多餐饮老板觉得自家这个也好那个也好，很难排出谁是老大。但你不帮顾客做好产品选择，客户也就更难选择了。更何况顾客看菜谱制作时，是希望你已经替他做了优选择。

这也可以解释，为什么经常餐厅老板请我们吃饭，他不用看菜谱制作都能点的比较好，而顾客自己点的时候，常常就犯了选择恐惧症，还是因为招牌菜不清晰。

招牌菜应该要做到客户必点的道菜，一定要放在足够大并显眼的位置。

2

招牌菜独具差异化价值

顾客点不点你家的招牌，一个大的利益点就在于，你有何与众不同。

同样是酸菜鱼，有人家招牌就叫酸菜鱼，有人家叫果味酸菜鱼；

同样是比萨，有人家招牌就叫披萨，有人家招牌叫榴莲披萨；

同样是粥，有人家招牌就是粥，有人家招牌叫深海石斑鱼粥；

……

这时候你需要问自己两个问题——

首先产品的差异化在哪里？

在于食材的差异化、产品研发能力的差异化、产品定位的差异化。

再则利益的诉求点在哪里？

你想通过产品整体呈现给消费者什么印象：是健康、营养、无污染？还是热辣、过瘾？亦或是清新、甜美等等。

3

产品分类清晰、易点

菜谱制作上的产品分类，是将彼此关系较为密切的商品做整理的分类方式。

对于西餐比较简单，无非是前菜、主食、汤、点心之类。

对于中餐，分类则是五花八门，不过都逃不开三大基本分类方式：按食材、按烹饪方式以及按场景。

而产品分类的目的和效果在于：

- 1、让客人更容易选择产品
- 2、让客人快速接受到产品传达的信息

4

菜品命名浅显易懂、有诱惑

命名真的非常重要，产品需要好的名字，品牌也需要好名字，商标更是同样如此。

人们越来越怕繁琐复杂，面对几十道甚至上百道菜品做选择时，菜品名称需要脱颖而出。

同样是奶茶，有人就叫珍珠奶茶，有人叫芝士奶盖奶茶。

同样是臊子面，有人就叫陕西臊子面，有人叫舌尖上的臊子面。

菜品命名同样是一门学问。

5

菜品价格易看易懂

我们发现，不少菜谱制作的产品价格设置比较零乱，夸张还带小数点后面的几角几分，这似乎要考验顾客的计算能力，也就增加了他的点单时间。

很多菜谱制作的产品本来就排列的密密麻麻，如果价格也是参差不齐，可想而知它不会让消费者产生任何好感。

在当下，不管是刚需的快餐还是偏社交属性的中餐，消费者往往在会有一个消费金额预期，这也是为什么我们要做定价，要切客单价在多少价格的消费人群。我们吃饭也会在心里默算点的菜品总价，从而避免超支太多。

所以不要考验顾客的计算能力，看了就头大的菜谱制作不会让顾客多点，反而会降低客单价。

6

菜谱制作视觉有品牌美感

爱美之心，人皆有之。眼印象有时决定了喜爱与否。

这几年餐厅的硬装都搞得越来越漂亮，让顾客在尝到菜品之前先被颜值吸引。

可有些店设计的菜谱制作，却成为整个高颜值环节里的败笔，与整个店氛围格格不入。在很多装潢不错的餐厅，我一拿菜谱制作都替它可怜，感觉总是处在被遗忘的尴尬位置上。

菜谱制作可是决定顾客点餐的媒介，菜品的颜值、价值的表达都可以决定顾客的点餐选择。尤其美的视觉传达上，有时候同样一道菜，照片与设计的美感就可以左右顾客的选择。

后，比起跟消费者讲理智，更应该关注他们的感性触点。从菜谱制作这种细节开始优化他们的体验，顾客也会给你超乎想象的回报。