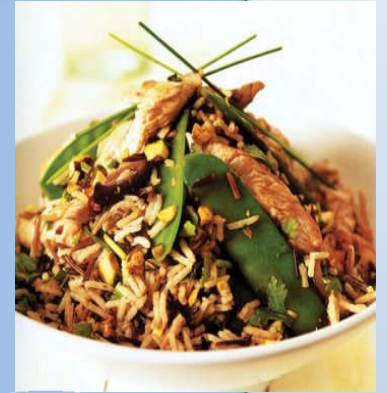
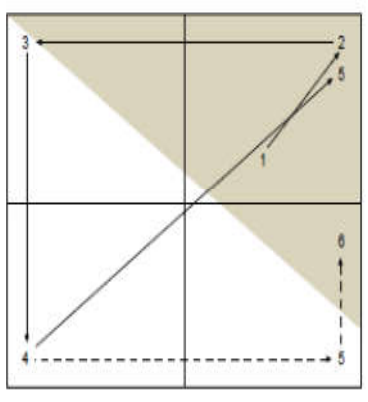


ПЛАНИРАЊЕ МЕНИА

КРЕАТИВНЕ ФОРМЕ ПЛАНИРАЊА МЕНИА

ПРЕДАВАЊЕ 9.



КРЕАТИВНЕ ФОРМЕ ПЛАНИРАЊА МЕНИА

Гастрономска понуда,

Да би побољшала, своју позицију на тржишту, и
Остварила профитабилност,

Уводи, у свој процес

“РАЗНЕ КРЕАТИВНЕ ФОРМЕ МЕНИА”.



ПИТАЊЕ:



Ко пружа, информације о популарности
својих “МЕНИА”?

ГАСТРОНОМСКИ МАРКЕТИГ
„Преко СВОЈИХ Креативних Мениа“,

пужа информације, о,

„Популарности својих Мениа“ који су у свтсом тренду!

НОВЕ КРЕАТИВНЕ ФОРМЕ ПЛАНИРАЊА МЕНИА

У складу са,
Технолошким развојем,
и Светским Гастрономским
трендовима на тржишту,
навешћемо само један део
“Креативних Мениа” и, то:

1) Touch-screen “Мении;” (тач-скрин);

2) ЈЕСТИВИ “Мении”;

3) Тро-димензионални “Мении”;

4) ОРИГАМИ “Мении”, и други,...



1) Touch-screen „Креативни Мении”-МЕНИ на додир

Знамо да је:

1)Талас, Технолошког развоја,
информатике у Гастрономији
је захватио цео свет!

2)То је, допринело да се,
смањи учешће радне снаге у
угоститељским објектима!

3)ХиП-Храна-Пиће-Мении,

нуде се преко:

Интер-активних Мениа-
„Touch-screen Мениа“,

што је постало забавније за госте!



1) Touch-screen “Креативни Мении”-Мении на додир

Истраживања су доказала, да се 30-50% уштеди на времену, него што је то потребно да се поручи на класичан начин!

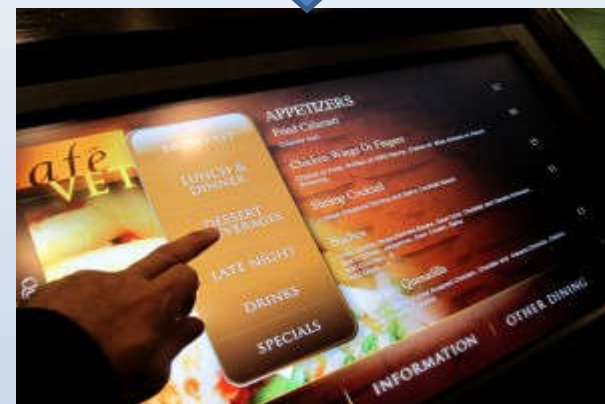
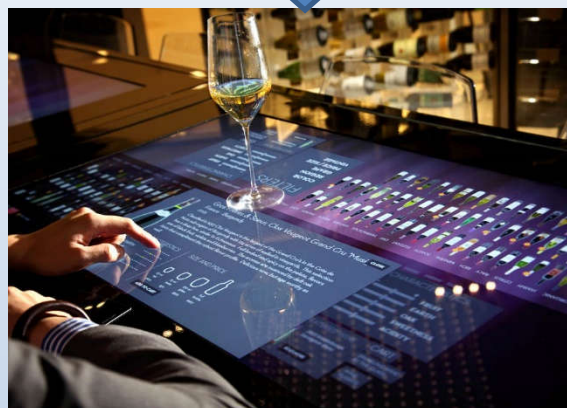


Програм за поруџбину “Мениа”,
преко Touch-screen-а,

могуће је изабрати на светским језицима(у зависности од циљне групе)!



Пример: Touch-screen *Мени*-на додир



ИНТРАКТИВНА КОМУНИКАЦИЈА



ЈЕДНО ДУГМЕ, ЈЕДАН ПОТЕЗ И ИЗАБРАН “МЕНИ ЈЕ НА СТОЛУ”!

2) ЈЕСТИВИ КРЕАТИВНИ МЕНИ-Хомаро Кант

Овај вид Мениа је,
постао популаран захваљујући:
Хомаро Канту,
„Гастроному и научнику“,
који поседује сопствени
„Мото-ресторан“
у Чикагу.

Њему је, био, циљ заштите,
„животне средине“,
он се залагао,
да се у кухињама
„НЕ- користи папир“ !



2) ЈЕСТИВИ КРЕАТИВНИ МЕНИ-Хомаро Кант

Хомаро Кант, је водио рачуна и о томе,
да се смањи, количина отпада код намирница!

Водећи се, тим принципима,
Хомаро Кант, је дошао на идеју да креира:

„ЈЕСТИВИ МЕНИ“!

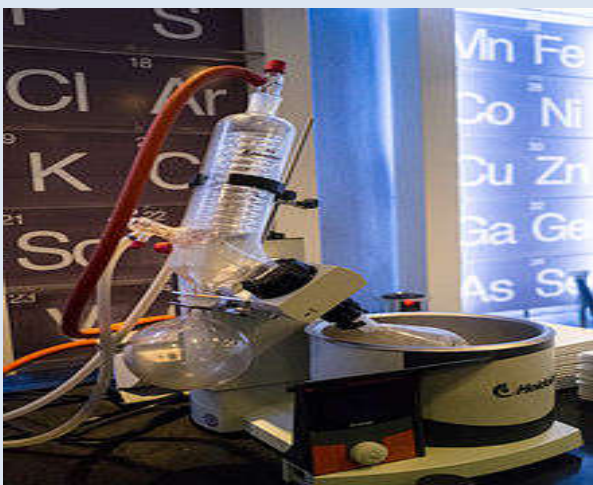


ЈЕСТИВИ КРЕАТИВНИ МЕНИ

Хомаро Кант,
“Гастроном и Научник”,

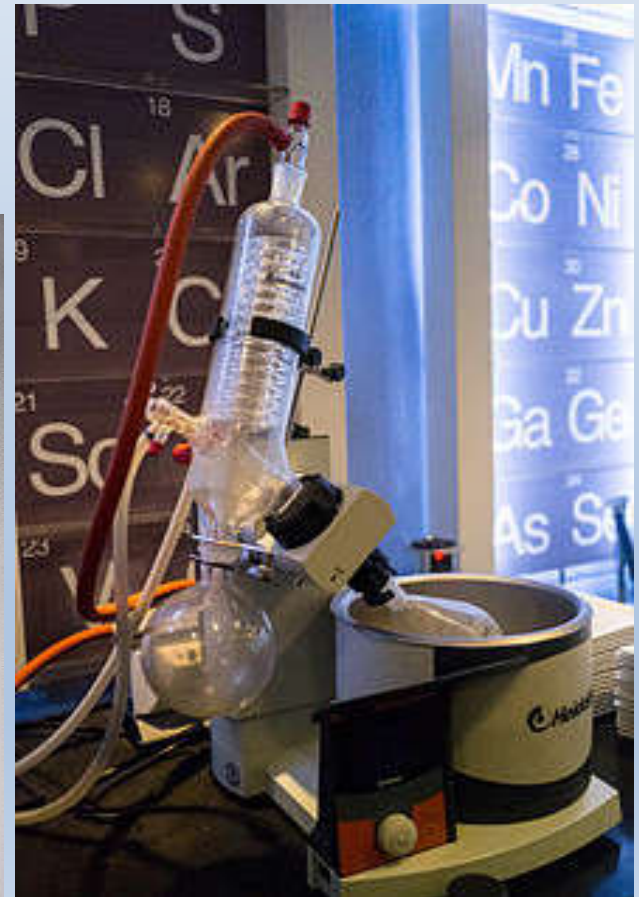
Је, у сарадњи са компјутерским стручњацима, изумео *ink-jet* штампач, који има кетрице који су напуњени соком од:

1) Воћа и поврћа,



↓

2) Разним сосовима,
3) Разним преливима, и
4) Разним пикантеријама,..



ЈЕСТИВИ КРЕАТИВНИ МЕНИ

Хомаро Кант, сматра да су ове врсте *“Креативних Мениа”*,
Једне од будућих и Водећих Технологија у
Модерној Гастрономији Света!

Гост ће, корисник, пре поручивања ових Мениа,
имати потпуне информације:

- 1) Од којих је животних намирница
т/т/припремљено јело,
- 2) Каковог је изгледа,
- 3) Какове је боје,
- 4) Каковог је мириса и ароме,
- 5) Каковог је укуса,
- 6) Какове је конзистенције,
- 7) Какове је структуре, потом,
- 8) Нутритивна и енергетска вредност,
- 9) Алерген инфо- и друге информације,...



3) ТРО-ДИМЕНЗИОНАЛНИ-МЕНИ

Предност “Тро-димензионалних,
“МЕНИА”,
јесте у томе, што гости могу видети:
Тро-димензионалне слике јела из
“МЕНИА”
ШТО ЗНАТНО ОЛАКШАВА ЊИХОВ ИЗБОР.

Компанија, „Тераока“ –Тераока,
је креирала уређај
„Deli Touch pen“.
“Поручи помоћу специјалне оловке”



ТРО-ДИМЕНЗИОНАЛНИ-МЕНИ

Систем ових “Мениа”, ради по принципу,
Специјалне оловке, уз помоћ које се скенирају
бар-кодови јела,
који се *директно приказују у кухињи!*

Предности-јаке стране:

Поред скраћивања времена у,
процесу наручивања, и
одржавања интеракције,
између госта и конобара,
доприноси смањењу:
“ТРОШКОВА РАДНЕ СНАГЕ”!
Гост сам саставља
„МЕНИ“, и бар-код,
директно шаље у кухињу.



Сл.Пример, поручи специјаном оловком,...

ПРИМЕР

Специјална поруџбина *“Мениа”* у Јапану



Сл.бр. Јапански мајстор са специјалним Сертификатом припрема „Fugu отровни ribu“



Сл.бр. Fugu отровна риба Јапанског мора;

4)ОРИГАМИ „МЕНИ“

“ОРИГАМИ МЕНИ”, је Јапанска уметност,
савијања папира,
која је доведена, и, у, ***“Гастрономски Свет”!***



„Оригами Мени“,
Су јединствени **“Мени“**,
Који повећавају атрактивност понуде у Гастрономији,
и, дају му одговарајући,
препознатљив стил!

АТРАКТИВНИ ОРИГАМИ „МЕНИ“



**„ОРИГАМИ МЕНИ“, је,
Јединствен “МЕНИ”**

који, повећава атрактивност понуде у ресторанима,
који му дају одговарајући,
“Препознатљив стил”!

КАКО ПОБОЉШАТИ КРЕАТИВНОСТ МЕНИА



Способност иновирања, “МЕНИА”, је дугорочни фактор у
“ПЛАНИРАЊУ МЕНИА”

Како Гастрономска индустрија постаје све
Конкурентнија,

Једини начин је, покренути офанзиву за стварање:

НОВИХ ИДЕЈА,

пре него што вас:

“ПРЕДУХИТРИ КОНКУРЕНЦИЈА!!!

Поступак иновације “Мениа” је следећи:

1.корак

2.корак

3.корак

Смишљање идеје

Разматрање
изводивости

Покретање
акција

1)Смишљање идеја за иновирање Мениа



Први критични кораци у иновацији “Мениа” су:

1)Брејстрормиг метод (*менаџмент метод /техника-брзог мишљавања*).

2)Планирати време за смишљање идеја (*свакодневно издвојити одређено време*).

3)Циљати број добрих-јаких идеја (*одбацити лоше идеје-swot analiza*).

4)Физичка активност у презентацији идеја (*правити пробне макете*).

5)Користити, почетне тачке-искуство са постојећим елементима, и

6)Одбацити страх, за новим идејама (*страх од неуспеха*)!!!

2)Разматрање изводљивости

Обрада идејаа, са практичне пословне перспективе:



У том, контексту разматрања, изводљивости за иновирање
“МЕНИА”, постоје три основна параметра:

А) Припрема тј. обука ;

Да ли је особље кухиње едуковано, тј.оспособљено,
да ли, зна и уме, да припреми то ново јело на “МЕНИУ”?

Б) Финансијски аспект;

Да ли ће тај, „НОВИ МЕНИ“ , увећати профит? и,

В) Адекватност бренду; и,

Да ли се тај нов, “МЕНИ-Гастрономски Производ,
уклапа у концепт циљне групе?

3) ПОКРЕТАЊЕ АКЦИЈА

ТРЕЋИ И КОНАЧАН КОРАК ЈЕ,
„ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА“
РАЗРАЂЕНЕ ИДЕЈЕ!



ЦИЉ ОВОГ КОРАКА ЈЕ,
ДАТИ ИДЕЈИ ШАНСУ ДА:
„УСПЕ ИЛИ ПРОПАДНЕ“, ТЈ.
„ПРИХВАТАЊЕ ИЛИ **ОДБАЦИВАЊЕ**“,
“ЈЕЛА НА МЕНИУ”

Уколико је “Јело” на “МЕНИУ” прихваћено од
стране потрошача,
потребно је одржавати !!! :



- 1) **Стандард!**
- 2) **Квалитет!! и**
- 3) **Профитабилност!!!.**

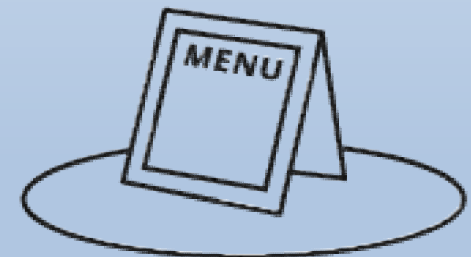
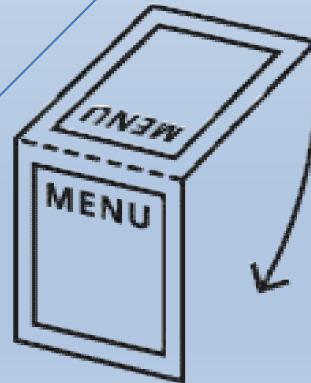
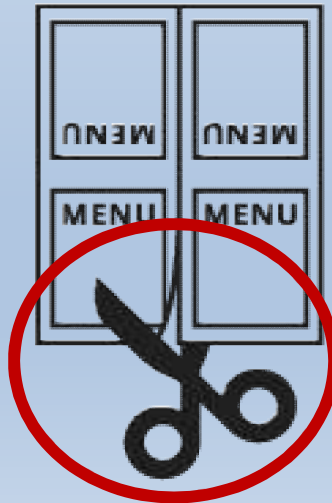
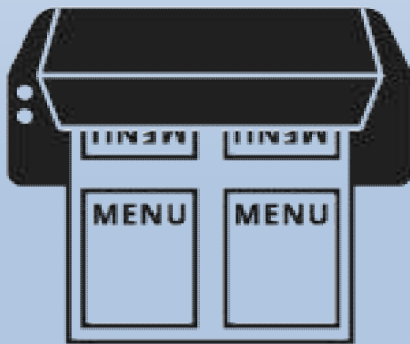
Резултати и одлуке

1) Ако је продаја новог МЕНИА - Јела, на нивоу или изнад нивоа, продаје просечног јела иновирали сте:

„ПОБЕДНИКА“. БРАВО!!!

или,

2) Али-ако се ново “Јело”, продаје, дупло мање, него просечно, то јело ТРЕБА, „избацити“ из продаје!



Локација профитабилног Јела на “Мениу”

Истраживачи Бовен и Морис

(Bowen i Morris, 1995)

ИСТИЧУ ДА ЈЕ:

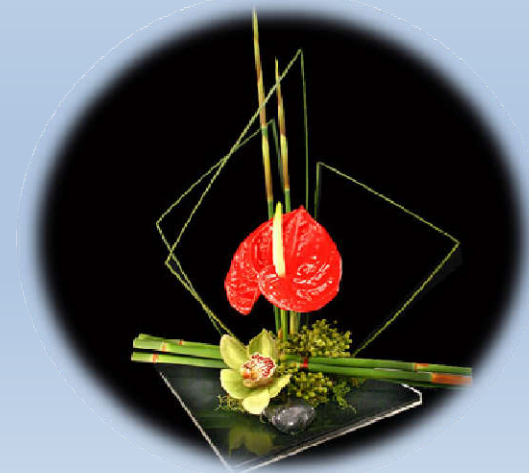
**ЛОКАЦИЈА ЈЕЛА НА МЕНИЈУ ВЕОМА
ВАЖНА!!!**

ПИТАЊЕ:

Да ли, локација јела на “Мениу”, утиче
“На његову популарност и продају”?

Резиме и мишљење:

Истицање, неког профитабилног јела на
“Мениу”, може имати велики утицај,
на његову продају!



Локација профитабилног јела на Мениу

ШТА ЈЕ ТО ИСТИЦАЊЕ ЈЕЛА НА МЕНИУ?

Под истицањем јела на,
“Мениу” мисли се на његово:

- 1) Уоквиравање!
- 2) **Штампање подебљаним фонтом!**
(болдирање)!
- 3) **ШТАМПАЊЕ ВЕЋИМ ФОНТОМ, и**
- 4) *Додавање фотографије уз назив јела!*



Пућања ока приликом читања „Мениа“

По Бовену и Морису;

1) На почетку, гости највише гледају десну страну двостраног Мениа, и то нешто изнад средине десне горње стране бр.1.

То је место које гост прво угледа када отвори Мени!!!



Управо, ту треба, да стоје јела која, се највише продају тј. она јела која су **„НАЈ-ПРОФИТАБИЛНИЈА“!!!**

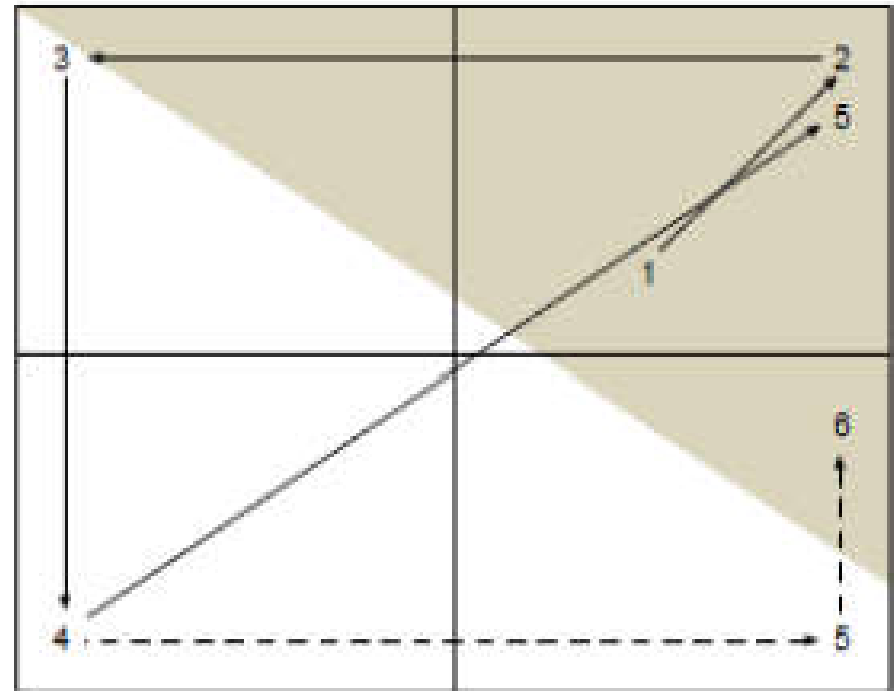
2) Потом, око путује, до горњег десног угла „Мениа“ бр.2.

3) Затим, до горњег левог угла бр.3.

4) Онда, до доњег левог угла 4, и на,

5) Крају, назад до горњег десног угла 5.

Први
Пример читања „МЕНИА“
по Бовену и Морису:



Покушајте да ви преслишате себе како се креће ваше око?

Потврђен пример

Истраживачи, Бовен и Морис су,

изабрали ресторан који је имао:

- 1) *Сталну клијентелу,*
- 2) „*Једноставан Мени*“, и,
- 3) *Жељу за побољшањем продаје месних салата.*

РЕЗИМЕ:

А) Салате су једноставно, јело за спремање и високо су профитабилне!

Б) Салате не захтевају, дуго задржавање гостију у ресторану!

ПОТОМ: Према савету,

Ресторатери су променили, локацију салате у “Мениу” са;

„*Доњег левог угла у горњи десни угао*“.

Као што се види на слици!



Сл. Салата у доњем левом углу;



Сл. Салата премештена у горњи десни угао;

Потврђен пример



- Такође су је уоквирили са “**дуплом линијом**”- **болдирали-означили** анализирани одељак!

Питање;

Шта су добили?

- Као резултат промена, промет који салата заузима у МЕНИЈУ, **„ПОВЕЋАО СЕ ЧЕТИРИ ПУТА“!**
Цене су остале исте, као и понуда салата!

Пример, истраживања путање ока на
“*Мениу*”, по „Сибил Јангу“ (Yang, 2012)



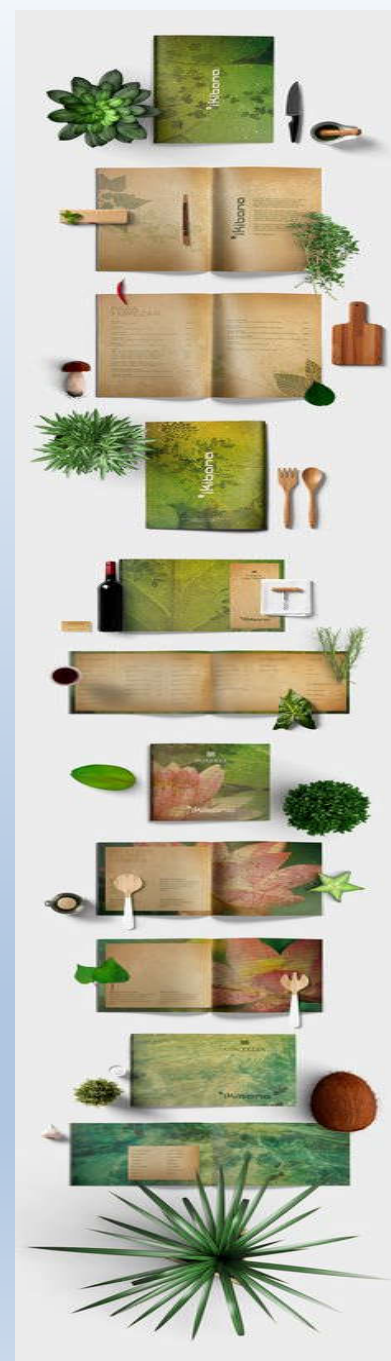
Са друге стране, **Сибил Јанг** (Yang, 2012) је такође извршио истраживање о типичном покретању ока приликом читања “*Мениа*”.



Истраживање, Сибил Јанга, о покретима ока преко “*Мениа*” указују на то да:

Потрошачи тј. Конзументи, **Првобитно**, скенирају “*Мени*”, на релативно конзистентан начин –

“*Слично као и кад читају књигу-роман*”.



Пример, истраживања путање ока на, “*Мениу*”
према Сибил Јангу (*Yang, 2012*):

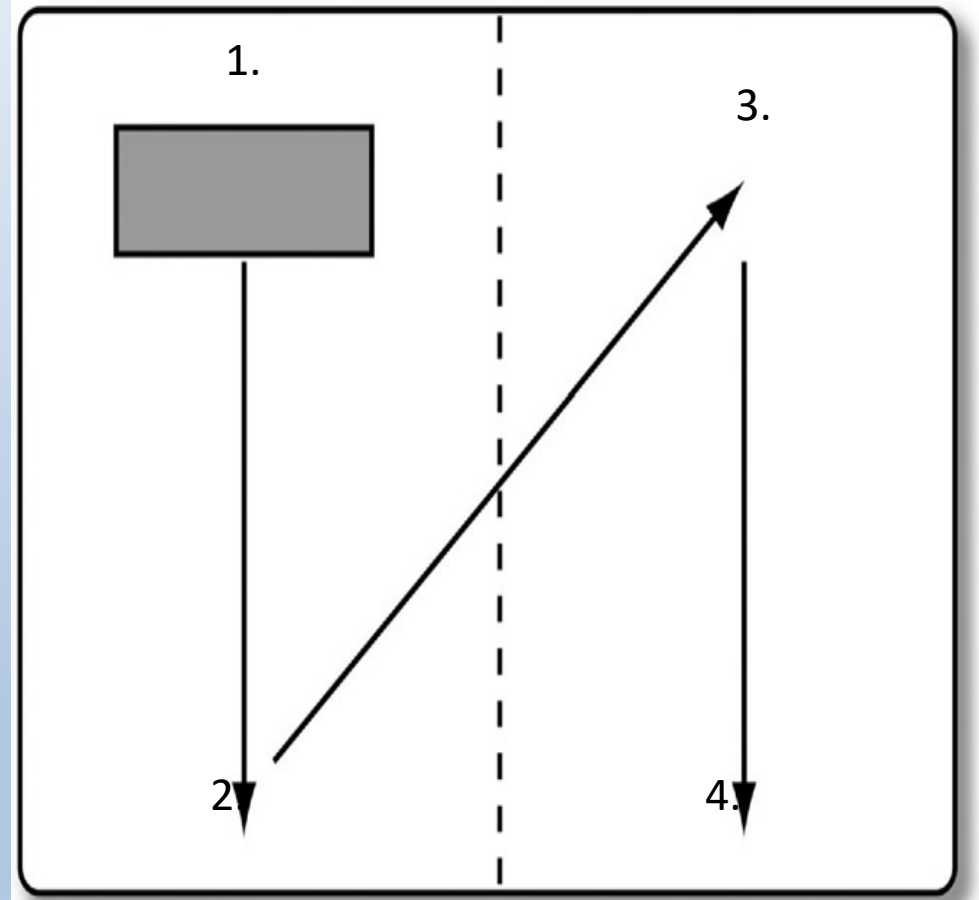


- 1) Почињу** са врха леве стране бр. 1. *потом*,
- 2) Редом** до краја прве стране бр. 2. *затим*,
- 3) Померају** поглед на врх друге стране бр. 3. и тако иде поглед,
- 4) До краја друге** стране редом бр. 4.

То је по Сибил Јангу,
типичан начин покретања очију
код већине гостију.

ПИТАЊЕ:

*Да ли ви тако читате
„МЕНИ”?*



*Скенирање Мениа према Сибил Јангу,
као што се чита роман.*

Задатак за вас:

Како би сте ви написали МЕНИ ?



ИЗВОЛИТЕ НАПИШИТЕ:

ПРАВО ПИТАЊЕ:

Које се поставња веома често јесте:

Да ли су заиста пажња, и, меморијска фокусираност на одређена места у оквиру

“Мениа”,

заиста релевантна

тактика,

за повећање вероватноће куповне моћи,

када је у питању

“Дизајнирање Мениа?”

OCTOBER						
Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

*Сл. То каже Yang,
А, шта Ви мислите?*

Sibil Yang тврди:

Ова студија иде, толико далеко,

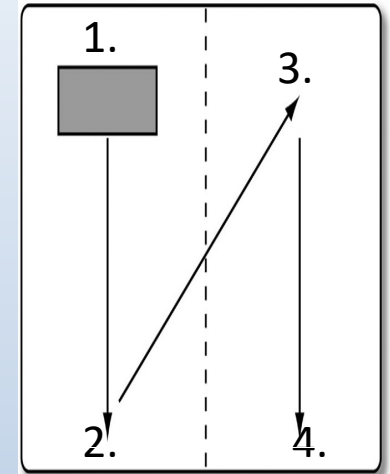
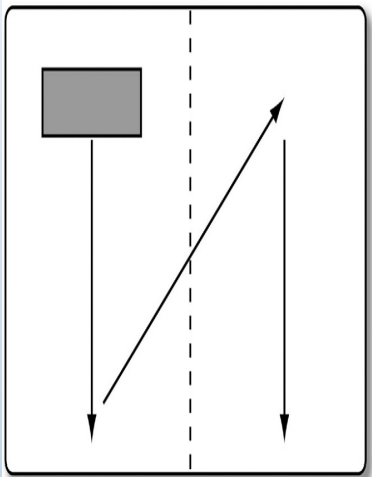
да на основном

“Стандардном Мениу”,

са две странице,

Постоји најбоље место,

за позиционирање ставке која жели да се
прода потрошачима (Yang, 2012)!



A sample menu for the month of October. The total price is \$185.60. The menu is organized by day of the week and lists various food items with their prices.

Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday
Herb & Garlic Roasted Chicken	Breakfast For Dinner	Cheesy Chicken, Potato & Mac	Smogher's Pie	Leftovers	English Muffin Pizzas
Corn & Sagepot Potatoes	Hot Honey	Sweet Beef Sandwich	Leftovers	Chicken Curry	Crackpot BBQ Chicken Sandwich
Stroganoff	Grilled Chicken & Potatoes	Salad	Leftovers	Chicken Curry	Sauerkraut Potatoes
BBQ Chicken Pizza	Macaroni & Cheese	Leftovers	Herb Roasted Chicken, Sweet Potato & Cauliflower	Crackpot Veggie Chili	Chicken & Wild Rice Soup
Chicken Parmesan & Pasta	Leftovers	30-Minute Tacos	Teriyaki Chicken, Mushrooms & Rice	Egg Fried Rice	BBQ Meatloaf
Salad	Buttered Peas	Buttered Peas	Buttered Peas	Buttered Peas	Mixed Veggies



SWOT ANALIZA-СЛАБЕ И ЈАКЕ СТРАНЕ НОВИХ ТЕХНОЛОГИЈА

А)СЛАБЕ СТРАНЕ, УВОЂЕЊА НОВИХ ТЕХНОЛОГИЈА У УГОСТИТЕЉСТВУ:



1) ГУБИ СЕ ТРАДИЦИОНАЛНА КОМУНИКАЦИЈА ИЗМЕЂУ КЕЛНЕРА И ГОСТА И ОСЕЋАЈ УЗБУЂЕЊА КАДА ГОСТ ПОРУЧУЈЕ МЕНИ !

2)Корисници не желе, да се осећају "*стерилно*", радећи са машинама као у канцеларијама!

3)Веома лако је могуће, украсти таблет рачунар, што и није тако јевтино!

4)Поправке и оштећења, на уређају пуно су скупља него коришћење папира!

5)Брига око батерије, и могућности да се испразне представља додатно оптерећење!

6)Како знати, који је, "сто", шта наручио, ако се таблет рачунари помешају, а нису дефинисани са столом којем припадају?

7)Елиминише се, потреба, за конобаром, са својом основном функцијом и особношћу!

8)Конобар постаје, носач наруџбине коју је гост поручио, путем таблет рачунара!

9)Играње игара, на таблет рачунарима није за ресторане?

10)Ресторан, губи, основни карактер "**гостопримства**", и Комуникације, са коришћењем нових технологија попут ове!

SWOT ANALIZA-СЛАБЕ И ЈАКЕ СТРАНЕ НОВИХ ТЕХНОЛОГИЈА

Б) ЈАКЕ СТРАНЕ-ПРЕДНОСТИ УВОЂЕЊА НОВИХ ТЕХНОЛОГИЈА- ТАБЛЕТ РАЧУНАРА

**1)МОГУЋНОСТ ИЗБОРА ЈЕЛА, САМО ЈЕДНИМ КЛИКОМ, СА СВИМ
НУТРИТИВНИМ ПАРАМЕТРИМА, МОЖЕТЕ ВИДЕТИ СВЕ !**

2)АКО, МОЖЕ БИТИ ТАНАК КАО ЈЕЛОВНИК ОНДА ЈЕ СВАКАКО У РЕДУ!

**3)ЈЕЛА И ВИНА, КОЈА СУ ПОТРОШЕНА У ТОКУ ДАНА АУТОМАТСКИ ВИШЕ ИХ
НЕМА У ПОНУДИ!**

**4)ПОСТОЈИ МОГУЋНОСТ, КОМБИНАЦИЈЕ ЈЕЛА И ПИЋА НА ОСНОВУ СУМЕ
НОВЦА КОЈУ ГОСТ ЖЕЛИ ПОТРОШИТИ!**

**5)АКО ГОСТ ИМА, АЛЕРГИЈУ НА НЕКИ САСТОЈАК ХРАНЕ, БИЋЕ МУ
ПОНУЂЕНА АЛТЕРНАТИВА!**

6)ПРИМЕНА ТАБЛЕТ РАЧУНАРА ЈЕ, ЈЕФТИНИЈА ОД *ПЛАТЕ* КЕЛНЕРА!

**7)МОГУЋЕ ЈЕ, ГОСТИМА НУДИТИ АКЦИЈЕ И ПОНУДЕ КРОЗ РЕКЛАМЕ НА
ТАБЛЕТ РАЧУНАРУ!**

8)ИГРАЊЕ ИГАРА-ИГРИЦА, ЈЕ ЗАБАВА, ДОК ГОСТ ЧЕКА ПОРУЏБИНУ!

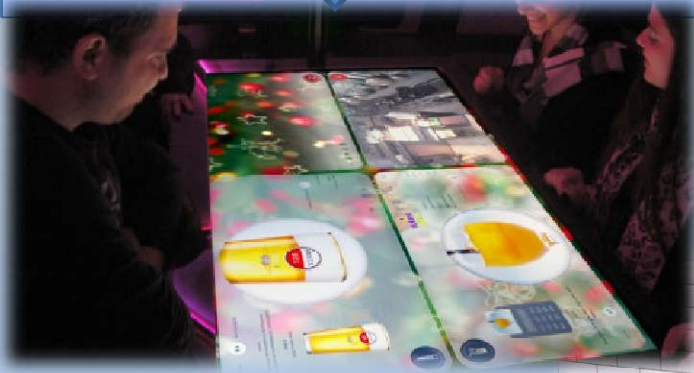
**9)ВЕОМА ЈЕ БРЗО, И ЕФИКАСНО НАРУЧИВАЊЕ, ДОБИЈАЊЕ И ПЛАЋАЊЕ
МЕНИА! И ТД.,,,**



РЕЗИМЕ

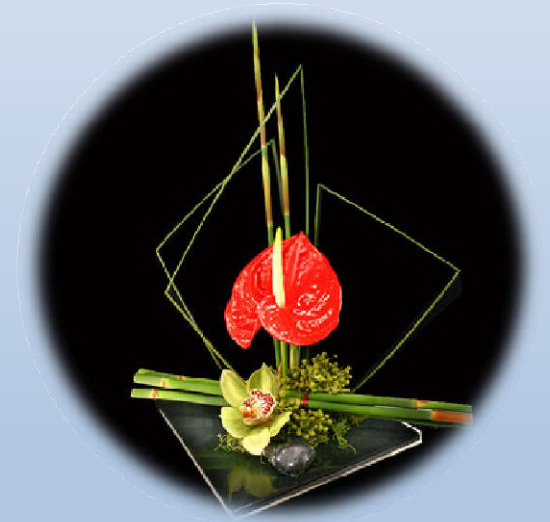
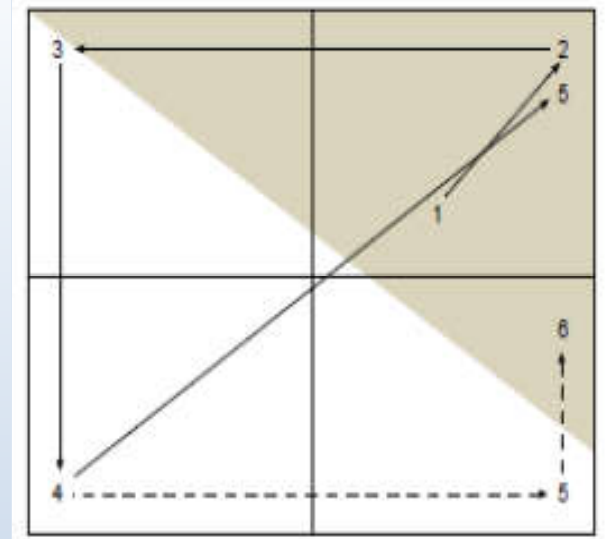
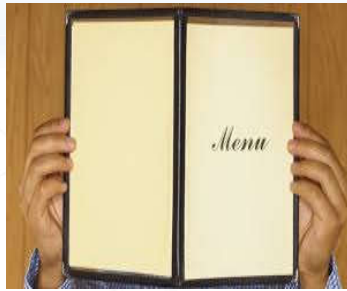


ВЕЛИКЕ СУ НЕДОУМИЦЕ:
КОГА ПРОГЛАСИТИ ПОБЕДНИКОМ?
АЛИ ОВДЕ ПОБЕДНИКА НЕМА!
НОВО ВРЕМЕ ДОНОСИ НОВЕ ПОГЛЕДЕ И
НОВА РЕШЕЊА!



Питања и задаци за студенте предавање 9.

- 1. У складу са технолошким* развојем и светским гастрономским трендовима на тржишту, наведите 4 типа “Креативних Мениа”?
- 2. Ко је био Хомаро* Кант и по чему је познат-опиши?
- 3. Шта значи* специјална поруџбина за фугу?
- 4. Шта је то* “Оригами Мени”?
- 5. Како побољшати* “Креативност Мениа”?
- 6. Које су смишљене идеје* за први критични корак за иновацију Мениа-наброј 6 ?
- 7. Уколико је јело прихваћено* на Мениу од стране гостију, шта треба одржавати да би јело опстало?
- 8. Под истицањем јела* на Мениу мисли се на-наброј ШТА?
- 9. Нацртај путању* ока по Бовену и Морису, приликом читања Мениа?
- 10. Нацртај путању* о покретима ока преко Мениа по истраживањима Сибил Јанга?
- 11. Да ли су заиста пажња* и меморијска фокусираност на одређена места у оквиру Мениа, заиста релевантна тактика за повећање вероватноће куповне моћи када је у питању дизајнирање Мениа?
- 12. Које су то слабе* стране увођења нових технологија-таблет рачунара у савременом ресторатерству?
- 13. Које су то јаке* стране-предности увођења нових технологија-таблет рачунара у савременом ресторатерству?



ХВАЛА НА ПАЖЊИ