Начинайте день правильно.

Завтрак как прибыльный бизнес.

Гости любят завтрак. Тренд на увеличение спроса на завтраки наблюдается не только в России, но и на рынках Европы и США. В этой обзорной статье мы хотим рассказать вам о зарубежных тенденциях на самый важный приём пищи, основанных на соответствующих отчетах и исследованиях.[1]

32% миллениалов предпочитают вегетарианский завтрак

«Практически все, что мы едим, превращается нашим организмом в глюкозу, которая обеспечивает мозг энергией, необходимой для его работы. Когда у нас заканчивается глюкоза, нам трудно оставаться сосредоточенными. Это объясняет, почему трудно сконцентрироваться на пустой желудок».

Доктор философии, социопсихолог
Рон Фридман в Harvard Business Review

Мы уверены, что если операторы общественного питания будут следить за трендами и создавать для своих гостей свежие и полезные предложения, то завтраки станут привлекательным преимуществом для гостей заведения и будут приносить еще больше прибыли.

52% потребителей определяют завтрак по времени суток, по сравнению с 56% в 2017 году.[1]

За счет широкого ассортимента блюд, продуманных рекламных акций, правильно организованной работе персонала, открывается возможность получать впечатляющую прибыль от часто игнорируемого приема пищи – и это возможно даже самый сложный за последние десятилетия период, с которым столкнулась отрасль общественного питания.

Будущее завтрака

По данным аналитической компании F&B Tastewise, популярность завтраков в США выросла на 13% в годовом исчислении, причем 92% американцев считают, что это самый важный прием пищи в течение дня.[2]

В Великобритании исследовательская компания NPD Group выявила, что завтраки стали самым растущим приемом пищи на всем рынке гостеприимства в 2019 году, а отели – самым популярным местом для завтрака.

Повсеместные инновации побудили все больше людей посещать рестораны или отели на завтрак. Гораздо приятнее отведать вкуснейшие яйца Бенедикт с авокадо и лососем или свежий красочный смузи, чем тарелку остывшей яичницы с некачественным кофе.

60% потребителей пропускают завтрак хотя бы раз в неделю (понедельник-пятница).[1]

Действительно, понятие завтрака за последние годы расширилось. Что касается блюд, то теперь завтрак может включать в себя все – от традиционных яиц и бекона до всемирно известных блюд, таких как мексиканские тако и китайские паровые булочки.

В течение следующих пяти лет тенденции, за ростом которых мы наблюдали последние пять лет, будут только укрепляться. В США уже 31% потребителей покупают завтрак вне утренних часов.[1] Поскольку удаленная работа и гибкий рабочий график стали нормой, то и завтрак безусловно, не ограничивается ранним утром.

Кроме того, тенденция к более здоровым и экологически безопасным продуктам развивается только в одном направлении – вверх. Согласно отчету Technomic о потребительских тенденциях в отношении завтрака в США за 2020 год, 32% миллениалов хотят, чтобы больше поставщиков общественного питания добавляли вегетарианские или веганские блюда на завтрак. Потребители также отдают

Завтрак навынос – одна из самых больших возможностей.

«То, как вы готовите омлет, говорит о вашем характере.»

Шеф-повар Энтони Бурден

предпочтение завтракам, где используются натуральные продукты с низким содержанием жира, без глютена и сахара. Операторы, которые реагируют на эти тенденции, имеют шанс выделиться среди конкурентов.

Даже основные продукты для завтрака, такие как кофе и сок, обновляются. Почти половина (49%) заказов кофе от молодых потребителей приходится на специальные сорта кофе, и они готовы платить больше, если они «изготовлены вручную», «экологически чистые» или «органические».[3]

92% американцев считают, что завтрак – самый важный прием пищи.[2]

Многие высококачественные кофемашины сегодня могут приготовить все, от латте макиато до ледяного американо, одним нажатием кнопки.

Самый важный прием пищи

Клише существуют не просто так, и завтрак не исключение. Действительно, хороший завтрак позволит вам удачно начать свой день, и исследования доказывают, что это делает нас более продуктивными. В долгосрочной перспективе те, кто завтракает регулярно, легче поддерживают здоровый вес, снижают риск развития сердечно-сосудистых заболеваний и имеют более низкий индекс массы тела.[4] Казалось бы, идеально.

И все же 60% потребителей пропускают завтрак хотя бы раз в неделю,[1] по причине долгой поездки на работу, или не учитывая время приема пищи в своем гибком рабочем графике.

Не позволяйте своим клиентам использовать свою занятость на работе как предлог, чтобы пропустить прием пищи, предлагая им максимальное удобство.

Еще до пандемии коронавируса еда навынос была одной из самых больших возможностей для предприятий общественного питания, и проблемы гигиены и безопасности, которые доминировали в 2020 году, превратили ее в массовую тенденцию.

Многие операторы в 2020 году расширили свои предложения услугами по доставке и продаже блюд навынос и инвестировали в улучшение приложений для заказов, а также заказов с самовывозом, чтобы сократить количество контактов между гостями и сотрудниками.

Исследование Tastewise 2020 выявило рост популярности завтраков навынос на 154% в год, а завтраков с доставкой – на невероятные 603% в год.

Как завтраки приносят прибыль

Одним из способов получения дополнительной прибыли является перекрестное использование ингредиентов. Возьмем, к примеру, яйца. Они позволяют готовить разнообразные, популярные и относительно недорогие

Интерес к растительным продуктам Beyond Meat на завтрак вырос на 222%.[2]

Взимайте дополнительную плату за определенные блюда или ингредиенты.

Узнать больше
ru.getready2021.com

блюда – и их можно использовать в огромном количестве различных концепций завтрака, от традиционных до наиболее привлекательных для поколения Z.

Популярность завтраков навынос выросла на 154% в годовом исчислении.[2]

Вы также можете взимать надбавку за определенные блюда или ингредиенты, например свежевыжатые соки из различных ингредиентов. Согласно Technomic, 41% потребителей интересуются глобальными концепциями и 16% готовы платить за них больше.

В отелях завтрак часто включен в стоимость номера, но операторы должны подумать о том, чтобы предложить три или четыре дополнительных «специальных предложения» с роскошным оформлением, но относительно низкими затратами на продукты, чтобы повысить прибыль и разнообразить меню.

Например, «Яйца Бенедикт с крабовым мясом на поджаренном бублике с голландским соусом и чили» звучит восхитительно и аппетитно, в Германии для оператора питания такое блюдо будет стоить всего 1,82 евро, а продать его можно за 10,90 евро. Принимая во внимание расходы на персонал и учитывая тот факт, что команда должна быть обучена для активного продвижения специальных предложений, возможна рентабельность инвестиций в размере 40%.

Популярность доставки завтраков выросла на 603% в годовом исчислении.[2]

Технологии тоже могут помочь: усовершенствованное программное обеспечение для управления персоналом оптимизирует планирование, а новейшие системы EPOS могут автоматически указывать персоналу на возможности дополнительных продаж. Кроме того, технологии предварительного бронирования и заказа, такие как мобильные приложения, могут иметь огромное значение для ускорения обслуживания и уменьшения опасений потребителя, связанных с коронавирусом. Завтрак всегда был непростым временем для операторов общественного питания, но при правильном сочетании инноваций, технологий и методов экономии он может стать для бизнеса выигрышным, а не второстепенным фактором.

Для получения дополнительных примеров и советов о том, как получить максимум прибыли из завтрака, свяжитесь с нами по адресу info@rational-online.ru. Наши специалисты готовы предложить решения, адаптированные к вашему бизнесу.

1 Отчет Technomic о потребительских тенденциях на завтраки в США за 2019 год (Technomic 2019 US Breakfast Consumer Trend Report)
2 Отчет Tastewise и The Dairy Alliance о тенденциях в области завтраков за 2020 год (Tastewise & The Dairy Alliance Breakfast Trends Report 2020)
3 Nestle Professional, The Breakfast Opportunity
4 Официальный документ Eurest Beyond Breakfast 2016 г. (Eurest Beyond Breakfast White Paper 2016)