



餐馆饭店小菜单 藏着多少“小心思”

下馆子吃饭,难免会用到菜单。可是,菜品千千万,如何点出一桌既实惠又体面、既健康又可口的饭菜简直是门人人必修的学问。看一眼菜单的设计,大体就能了解馆子的档次和特色,毕竟,菜单也算是餐馆的“第二门面”。不过,很多人并不知道,小小的菜单里,隐藏着商家的许多“小心思”。了解了商家的这些套路,提醒自己理性消费。

在顾客心里放下“锚” 比较后面菜品更划算

常见的套路之一,是定价策略。一本菜单,翻开前几页,一般都是大菜、招牌菜,价格不菲,再往后,才是特色菜、家常菜,最后是酒水、主食等。顾客点得最多的,往往是第二部分。第一部分价格最贵的大菜,点的人其实并不多,为什么还要放在最前面?商家在这里巧妙地运用了一个经济学知识——价格锚定。人们在衡量一件商品是否合算时,往往会寻找一个参考价格,而最近接触的信息会被无意识地作为比较的“锚点”。翻开菜

单,最先看到的不菲的价格,就是商家在顾客心里放下的“锚”。想想看,看过了几道上百元的大菜后,你是不是觉得后面几十元一道的特色菜价格容易接受多了?

价格锚定效应还告诉我们,在产品组合中放置一款几乎不会有顾客购买的产品,也是有必要的。有一个经典案例可以说明这个道理:《经济人》杂志在推广网络版时,最初的方案是订阅网络版59美元,纸质版加网络版是125美元,推出后大部分读者选择了59美元的网络版,导致纸

质版销量直线下滑。后来,杂志社改变策略,在原方案的基础上增加了一个选项:纸质版125美元。结果,选择订阅纸质版加网络版的读者比例直线上升。是什么原因让读者改变了主意呢?自然是几乎不会有人选的“125美元单独订阅纸质版”这个选项,很多人觉得花同样的钱订纸质版加网络版是“占了便宜”。有些精明的商家会设计类似的套路,比如菜单上的某种套餐,本来就不打算让顾客选,只是作为另一种套餐“更加划算”的参照存在。

几道大众菜低价“引流” 诱客菜价=菜肴成本×1.6

人们还常从另一个角度利用价格锚定效应。比如,有的餐馆会选择几道大众菜,以特别低的价格来吸引顾客。“引流菜”一定是一般餐馆都有大众菜,这样顾客就特别容易在记忆里找到一个固定的“锚”,和常去的其他餐馆一比较,便形成了“这家餐馆价格便宜”的印象。

其实,在给诱客菜定价时,不用采用传统的定价方法,只需启用最简单的计算方法,即菜肴成本×1.6=菜品售价。假设某道菜品的成本是20元,那么按照计算方法,它的定价就是32元。因为一般酒店在定制菜品单价时大概就是菜品成本×2,也有些酒店的菜价是成本×2.5。

诱客菜的目的是吸引食客的眼球,所以诱客菜不仅要低于其他餐馆的定价,而且要足够震撼。如果系数设定为1.7-1.9,经过调查后发现,定价虽比别人低,但没起到震撼的效果;但如果低于1.5,就完全没有利润可赚了,所以才把系数定为1.6。

“逢三必点”+组合营销 按指令下单就会多点些

常见的套路之三,是隐藏的“购买指令”。顾客点菜其实是一种购买决策,菜单上隐藏的“购买指令”就是推动下单的临门一脚。“购买指令”越清晰,越能引导顾客按照商家的设定去点更多菜品,从而提升客单价。

第一种“隐藏指令”叫重复暗示。你到一家餐馆,看到门口的易拉宝上醒目地推荐了一道主打菜;服务员引导你找位子的过程中,你又看到店里挂着这道主打菜的海报;打开菜单,这道主打菜再次进入视线,甚至还在不同位置出现了几次。最终,你在不知不觉中就点了这道菜,似乎没看出有什么套路。其实,这里面有一个“逢三必点”原理,当一件事物在不同场景下反复在你眼前出现三次以上,你就会对它留下比较深的印象,在作选择的时候下

意识就会选它。

第二种“隐藏指令”叫组合营销。在重口味的麻辣香锅旁搭配一款清凉解腻的鲜榨果汁,写上一句“85%的消费者选择同时享用鲜榨果汁”,你是不是大概率也会点上一杯?至于各种套餐,更是组合营销的常规操作。看起来实惠多多的套餐,很多时候是不是也让你多点了一些单独下单未必会选的菜品?

第三种“隐藏指令”叫分步执行。有的火锅店把点菜设计成“六步点餐法”,第一步点什么,第二步点什么,哪些是“必点”,哪些是“店长推荐”,引导得清清楚楚,消费者操作起来简单明了,节省了服务员的服务时间,还能提高翻台率。只是很多消费者在按照“指令”一步步下单的过程中,不知不觉就陷入了“多点一些”的

套路中。

回忆一下你自己点菜的经历,是不是觉得曾经被商家“算计”了?其实倒也不必太在意。只要货真价实、明码标价、实惠好吃,商家多花点“小心思”,很多时候也提升了消费者的消费体验。了解了商家的这些套路,提醒自己理性消费即可。

对商家来说,设计好一份菜单,是不是就一定改善生意?恐怕也未必。营销的前提是有好产品,对一家餐馆来说,好吃才是根本。更何况,营销靠的不是一下子做成一件大事,而是要不断做对一系列小事。当然,每一个细节上的改进,都会有助于生意红火。每天在细节上改进一点,日积月累,也能在竞争中形成相当的优势。

注意提防点菜“潜规则”

越“家常”越“有诈”

对于西红柿炒鸡蛋、醋溜土豆丝这种“国民家常菜”,很多人都会点。这俩菜看似比较省钱,而实际上利润空间最大。通常来说,一盘土豆丝的成本为2.5元左右,但是收您多少钱,就不用多说了。所以在餐馆选择中等价位的菜,性价比是最高的。

滋补餐其实没营养

中国烹饪大师、中国烹饪协会名厨专

业委员会委员石万荣表示:说现在餐馆里的滋补汤九成九都是假的,一点儿也不夸张。别看菜单上写着天麻、当归、乳鸽、甲鱼等补品,再配上少则58元、68元,多则几百元的高价,里面却基本没营养。而且,餐厅里的补汤,常常含有较多的盐,多喝反而不利于健康。如果遇到必点汤品的情况,大家不妨试试银耳羹。

进饭店先扫视“左邻右舍”

一进饭店,别着急点菜,先看看周围人点了什么、菜量大小、成色以及进食的程度。如果饭店人很多,且大多数桌子上

的菜还没上齐,就说明上菜速度不会很快。此时,你最好点一些冷菜,少点需要长时间烹制的菜肴,这样可避免长时间等待。

菜越漂亮越可能有问题

按常理来说,食品经过烹制后,都不会很“漂亮”。但有的餐馆为了“色香味”俱全,在炒肉菜前,会对肉制品“润色”,这样炒出来的肉质鲜嫩,颜色也好看。而这些“润色”,可不一定是健康的烹饪方法,所以,那些看起来过于鲜艳的菜,还是少点为妙。(综合重庆晨报、南方都市报)

达州晚报

消

潮流风向标

费



11

星期五

2024年1月19日

13508257150

□主编:洪叶
□编辑:郝富成
□美编:郝富成