

Restaurante *Live*
FORO ONLINE 2021

TALLER ESTRATEGIA PARA GANAR

RESTAURANTES Y BARES

Contáctanos



www.k4b.com.co

 [linkedin.com/company/k4b](https://www.linkedin.com/company/k4b)

 [facebook.com/k4b.co](https://www.facebook.com/k4b.co)

 [Instagram.com/k4b.co](https://www.instagram.com/k4b.co)



Asesor
NICOLAS PULIDO

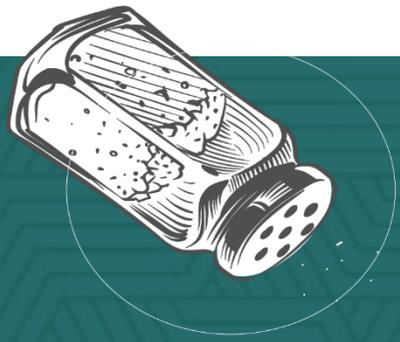
Restaurante *Live*
FORO ONLINE 2021

TALLER ESTRATEGIA PARA GANAR

RESTAURANTES Y BARES



Taller dirigido a empresarios de la industria de soluciones alimentarias, que quieren conocer una **herramienta** para lograr **resultados de manera sostenible en el tiempo**



Restaurante
FORO ONLINE 2021 *Live*



MENÜ

BEBIDAS:

Una Historia

ENTRADAS:

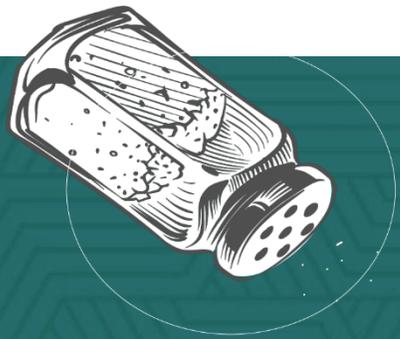
Contexto Actual

FUERTES:

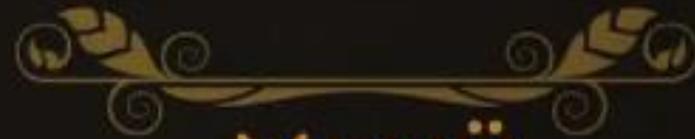
Estrategia para ganar

POSTRES:

Conclusiones



Restaurante *Live*
FORO ONLINE 2021



MENÜ

BEBIDAS:
Una Historia

Una historia de un negocio + 1200 años!

Algunos clientes...

Cristóbal Colón



Carlomagno



Mozart

Restaurante St. Peter Stiftskulinarium en Salzburgo, Suiza. Desde año 803. VENDEN EXPERIENCIAS!



Los + Grandes de la industria. Todos tienen factores en común.
Experiencias de consumo, precios justos y rápida entrega.



Domino's Pizza

1960

+17.000 Franquicias +90 países

Misión: To be # 1



Subway

1965

+41,000 locales +100 países

Mision: "Delight every **customer**, so they want to tell their friends – with great value through fresh, delicious, made-to-order sandwiches, and an **exceptional experience**."



www.subway.com



McDonald's

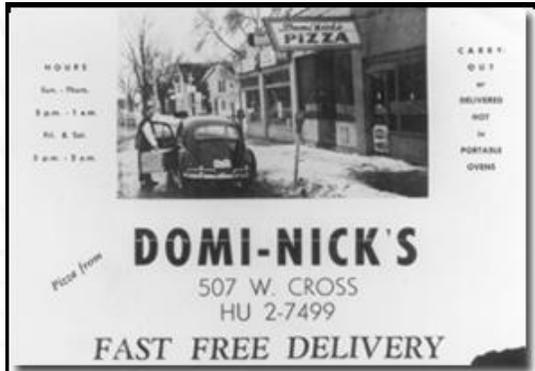
1953

+36,000 locales +120 países

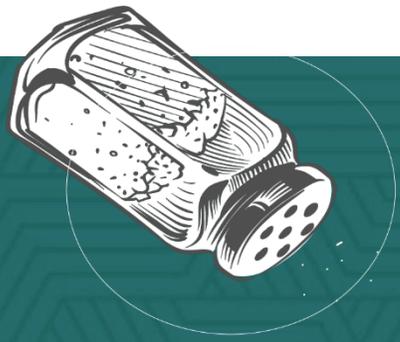
Visión: "ser el lugar y la forma de comer preferidos de sus **clientes**"



<https://co.pinterest.com/pin/252060910365134533/>



<https://co.pinterest.com/pin/205617539222011793/>



Restaurante *Live*
FORO ONLINE 2021



MENÜ

ENTRADAS:
Contexto Actual

Todo parece estar cambiando...Pero yo todavía amo las HAMBURGUESAS!



Gigantes Delivery



Domino's Delivery autónomo indoors. Busca cortar costos delivery 1/2. Houston.

Fte www.Bloomberg.com



Passport/Green pass

Diferentes interacciones



Dark / Ghost kitchens



Panera: Responsabilidad compartida

La industria de restaurantes está en una ola de contrataciones mientras continúa la recuperación de COVID-19

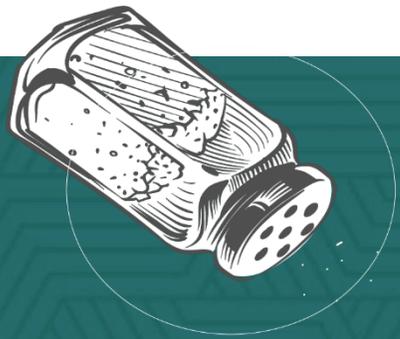
Joanna Fantozzi | 5 de abril de 2021

Gente y talento

Pero que crees que suceda cuando los clientes regresen a tu restaurante después repetidas cuarentenas?

- Experiencias nuevas en los 5 sentidos que generen impacto y contenido digno de POSTEAR! EJ: Bebidas y platos y con movimiento...Para Reels...
- Quieren encontrar NOVEDADES en el Menú!
- Confianza en aspectos de asepsia y bioseguridad (Indices Cognosights)
- Serán clientes mas obedientes pero más exigentes (Indices Cognosights)
- Opciones responsables con el medio ambiente , con la sociedad y con los animales, ETC! + Vegetariano + Vegano.
- Van a querer los empaques mas espectaculares para sus delivery y take aways...

Van a querer todo y lo debemos leer como una GRAN OPORTUNIDAD!



Restaurante *Live*
FORO ONLINE 2021



MENÜ

FUERTES:

Estrategia para ganar

Pero para que definir una estrategia? No es mejor hacer y después evaluar como me fue?

“La estrategia sin acciones es la ruta más lenta hacia la victoria.

Las acciones sin estrategia son el ruido antes de la derrota”.

Sun Tzu
El arte de la guerra

Otra pregunta...Estas determinado a GANAR?



Tu



Organización

< Dudoso, Regresar a lo táctico

SI, Continuar a estrategia >



Todos se prepararon para competir...No todos para ganar!

La estrategia no se trata de lograr perfección. Sirve para aumentar las probabilidades de GANAR. Veamos como definirla en 4 pasos.



1. Donde y como ganar



2. Capacidades
Gente



3. Ejecución
con tus clientes

La estrategia no se trata de lograr perfección. Sirve para aumentar las probabilidades de GANAR. Veamos como definirla en 4 pasos.



1. Donde y como ganar



2. Capacidades
Gente



3. Ejecución
con tus clientes

3 Componentes de una estrategia - MODELO ESTRATEGIA EN 1 PAGINA (EE1P)



PASO 1

Metas

Objetivos



tas

ilidad

1. DONDE Y COMO GANAR

Competitividad

Innovación



Donde ganar: Encontrar oportunidades de mercado actual y potencial por medio de preguntas en 5 fuerzas en el negocio.

PREGUNTAS
5 dimensiones

Planteamos
RESPUESTAS

Oportunidades
DONDE GANAR



Mercado Actual

- **Oportunidad mercado actual #1**
- **Oportunidad mercado actual #2**

Mercado Potencial

- **Oportunidad mercado nuevo #1**
- **Oportunidad mercado nuevo #2**

Conocer a profundidad al consumidor, Mejor de lo que el se conoce a él mismo.

Conocimiento profundo consumidor

RESPUESTAS

PREGUNTAS

(Incluir Delivery & Take away)

- Lo que más le duele y no perdona tu consumidor?
- Hábitos consumo? Veces/días por semana/ticket promedio?
- Grupos por rango edady genero. Que los influencia?
- Que es diferenciación para tu consumidor?
- Que necesidades no están insatisfechas?



OPORTUNIDADES

Mercado Actual

- **Promesa de tiempo de entrega cumplida + delivery**
- **Diseño de promociones fijas por día + delivery**
- **Sistema de asepsia de clase mundial + delivery**

Mercado Potencial

- **Rediseño experiencia sexy y de alto impacto +delivery**
- **Fabrica de oportunidades a partir de influencia en redes sociales y posterior Data Análisis**

Análisis del entorno económico enfocado a descubrir oportunidades de mercado atractivas.

Entorno económico y regulatorio



Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural
ALIMENTO ECOLÓGICO



OPORTUNIDADES

Mercado Actual

- **Obtener certificación ingredientes orgánicos**
- **Crear canal de venta para pequeños proveedores**

Mercado Potencial

- **Días de precios con responsabilidad compartida con consumidor**
- **Nuevo restaurante en zona de desarrollo turístico**

PREGUNTAS

- Cual es tu enfoque ante responsabilidad ambiental y social?
- Tendencia Índices de desempleo local?
- Nuevas zonas de desarrollo turístico, vivienda y comercial?
- Cambios tributarios, sanitarios, ambientales?



Nuevas tendencias de la industria que podemos capitalizar?

Estructura Industria

RESPUESTAS

RESPUESTAS



Gen Z
nacidos entre
1995 - 2015



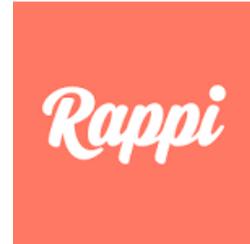
Millenials
nacidos entre
1980 - 1994



Gen X
nacidos entre
1965 - 1979



Baby Boomer
nacidos entre
1944 - 1964



Glovo?



OPORTUNIDADES

Mercado Actual

- **Integración estratégica con proveedores**
- **Desarrollo de promociones con empresas Delivery**

Mercado Potencial

- **Modelo de franquicias para restaurante y Dark Kitchens.**
- **Desarrollo de salsas especiales dirigidas a Gen Z**

PREGUNTAS

- Cuales segmentos de mercado tienen mayor proyección de crecimiento?
- En que grupo de clientes podríamos aplicar nuestras ventajas competitivas?
- En que segmento de precios?
- Amenaza nuevos productos similares o sustitutos?

Como podemos diferenciarnos y blindarnos de la competencia. Como ir siempre un paso adelante?

Competencia

RESPUESTAS



RESPUESTAS



OPORTUNIDADES

Mercado Actual

- Eficiencia en platos de alta demanda y rotación
- Innovación en rituales de servicio diferenciadores

PREGUNTAS

- Donde es la competencia muy fuerte?
- Que tan hostil es la lucha entre competidores?
- En cuales segmentos o nichos la competencia no ofrecería mucha resistencia?
- Que tan fuerte y rápido reaccionaría la competencia?
- Cuáles los puntos fuertes y débiles de la competencia en cada eslabón de la cadena productiva?



Mercado Potencial

- Menú por suscripción mensual para ejecutivos trabajo en casa
- Comida rápida saludable

Dentro de su propio equipo de trabajo existen capacidades y habilidades que le permitirían capturar oportunidades en el mercado. Identifíquelas.

Capacidades aplicadas a nuevos usos



RESPUESTAS



OPORTUNIDADES

Mercado Actual

- Clases de cocina
- Menú para mascotas + delivery

Mercado Potencial

- Asesoría integral para apertura de nuevos restaurantes
- Platos para vending machines

PREGUNTAS

- Cuales son sus habilidades en cada eslabón de la cadena productiva?
- Cree que sus conocimientos podrían tener uso para aplicarlas en nuevos productos dirigidos a nuevos mercados?



Tenemos un listado de estrategias. Cuales trabajar?

Conocimiento profundo consumidor

Entorno Económico y regulatorio

Estructura Industria

Competencia

Capacidades aplicadas a nuevos usos

Mercado Actual

Mercado Potencial

<ul style="list-style-type: none"> ■ Promesa de tiempo de entrega + delivery ■ Promociones fijas por día + delivery ■ Sistema de asepsia de clase mundial + delivery 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Obtener certificación ingredientes orgánicos ■ Crear canal de venta para pequeños proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Integración estratégica con proveedores ■ Desarrollo de promociones con empresas Delivery 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Eficiencia en platos de alta demanda y rotación ■ Innovación en rituales de servicio diferenciadores 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Clases de cocina ■ Menú para mascotas + delivery
<ul style="list-style-type: none"> ■ Experiencia sexy y de alto impacto +delivery ■ Fabrica de oportunidades redes sociales / Data Análisis 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Días de precios responsabilidad compartida ■ Nuevo restaurante en zona de desarrollo turístico 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Modelo de franquicias para restaurante y Dark Kitchens. ■ Desarrollo de salsas especiales dirigidas a Gen Z 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Menú por suscripción mensual para ejecutivos trabajo en casa ■ Comida rápida saludable 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Asesoría integral para apertura de nuevos restaurantes ■ Platos para vending machines

Definamos como ganar por medio de seleccionar estrategias que se ajusten a 4 criterios:



Metas	Objetivos
Nuevo empaque para liderazgo en segmento de precio económico NSE 123.	<ul style="list-style-type: none"> Ampliar participación de mercado a %. Incremento de volumen de ventas a s.
Reposicionamiento de marca premium para aumentar la rentabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> Lograr participación de marcas premium a %. Expandir la cobertura de marcas premium a X puntos de venta.
Liderazgo ante competencia con programa de puntos y modelo de venta por segmentación.	<ul style="list-style-type: none"> Incremento en las ventas en clientes Pareto en s. Mejorar el servicio al cliente en X puntos. Aumentar el tiquete promedio en s.
Investigación y desarrollo para liderazgo en innovación.	<ul style="list-style-type: none"> Pilotos de productos en nuevos mercados. Mínimo X. Identificar X nuevos sustitutos para productos actuales.

Crecimiento Ventas (Hoy)

Incremento rentabilidad (Hoy)

Competitividad (Ser #1)

Innovación (Futuro)



Como ganar se refiere a la mezcla de estrategias para crecer en ventas, rentabilidad, competitividad e innovación.



<ul style="list-style-type: none"> ■ Promesa de tiempo de entrega + delivery ■ Crecimiento Ventas (Hoy) ✓ ■ Sistema de asepsia de clase mundial + delivery 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Obtener certificación ingredientes orgánicos ■ Crear canal de venta para pequeños proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Integración Incremento rentabilidad(Hoy) ✓ ■ Desarrollo de promociones con empresas Delivery 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Eficiencia en platos de alta demanda y rotación ■ Innovación en rituales de servicio diferenciadores 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Clases de cocina ■ Menú para mascotas + delivery
<ul style="list-style-type: none"> ■ Rediseño experiencia sexy y de alto impacto + delivery ■ Competitividad (Ser #1) ✓ ■ Fabrica de oportunidades redes sociales / Data Análisis 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Días de precios responsabilidad compartida ■ Nuevo restaurante en zona de desarrollo turístico 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Modelo de Competitividad (Ser #1) ✓ ■ Desarrollo de salsas especiales dirigidas a Gen Z 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Menú por suscripción mensual para ejecutivos trabajo en casa ■ Innovación (Futuro) ✓ ■ Comida rápida saludable 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Asesoría integral para apertura de nuevos restaurantes ■ Platos para vending machines

A cada oportunidad definimos valor y atraktividad



VALOR INGRESO (USD/MES)

Promociones fijas
por día + delivery
USD 10.000/mes

Experiencia
sexy y de
alto
impacto
+delivery
USD 2.000

Modelo de
franquicias
para
restaurante y
Dark Kitchens
USD 5.000

Integración
estratégica
con
proveedores
USD 4.000

Menú por
suscripción
mensual
USD 6.000

ATRATIVIDAD

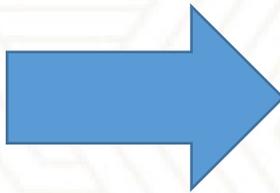
POTENCIAL:

1. **Tienen los clientes razones para comprar?**
2. **Tengo los recursos para implementar la oportunidad?**
3. **Cual es la expectativa de crecimiento de esta oportunidad?**

RIESGO:

1. **Dificultades para implementar?**
2. **Tiempo para generar utilidades?**
3. **Riesgos externos y repuesta competencia?**

Ubicamos cada oportunidad según su atractividad



Potencial ↑

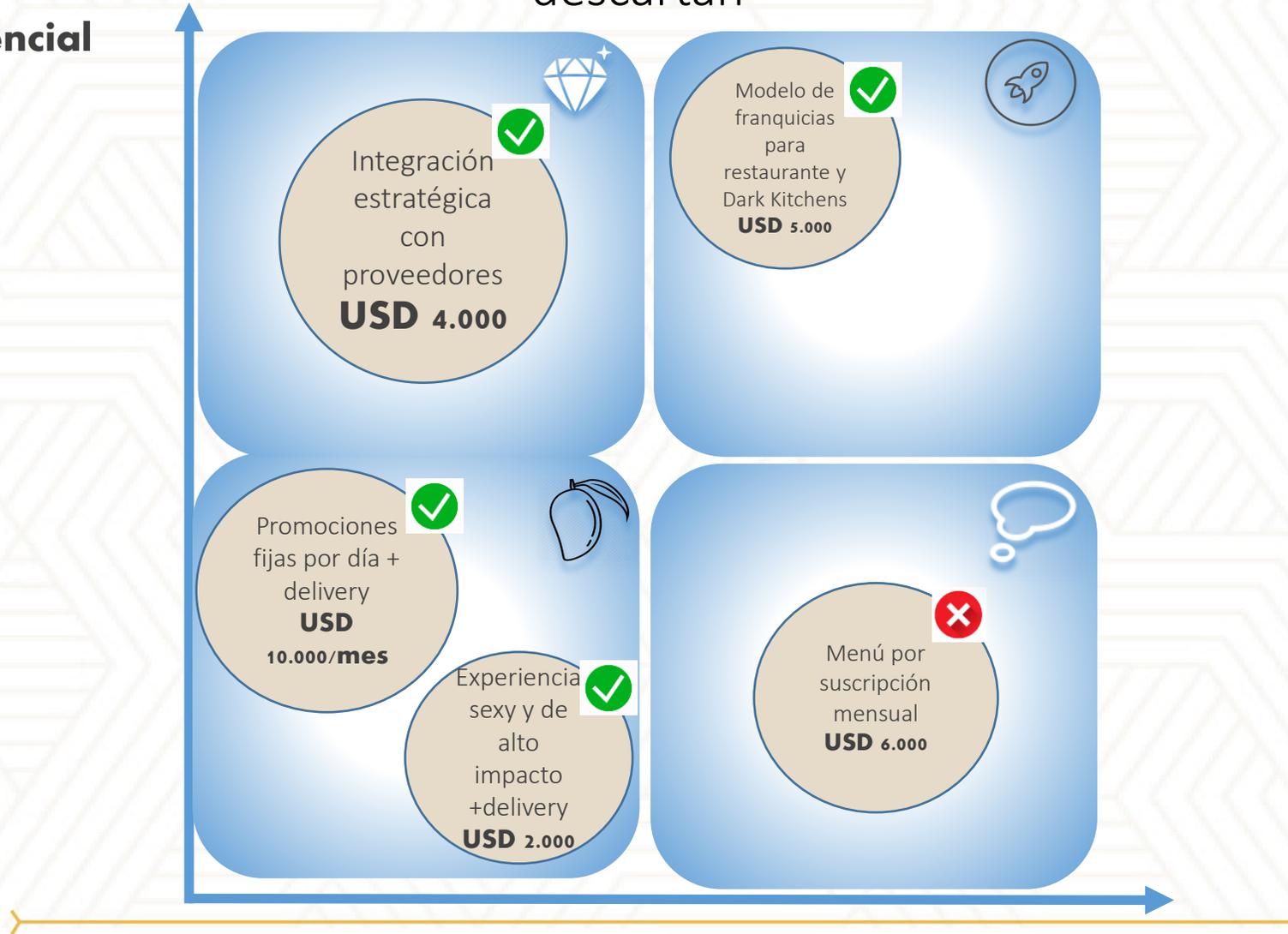


Riesgo →



Ubicamos cada oportunidad según su atractividad y definimos cuales se descartan

Potencial



Riesgo

A cada estrategia debemos definirle objetivos MEDIBLES Estrategia En 1 Página (EE1P).



Metas	Objetivos	KPI	Anterior	Meta	Actual
Promociones fijas por día + delivery	<ul style="list-style-type: none"> ■ Paquetes descuentos /día de Lunes a Jueves ■ Incrementar número de clientes nuevos ■ Acelerar la frecuencia de consumo a X veces. 				
Integración estratégica con proveedores	<ul style="list-style-type: none"> ■ Combos compartidos con proveedores ■ Descuentos en compras por volumen 				
Modelo de franquicias para restaurante y Dark Kitchens	<ul style="list-style-type: none"> ■ Modelo franquicia restaurante ■ Modelo franquicia Dark Kitchen ■ Apertura franquicia 				
Experiencia sexy y de alto impacto +delivery	<ul style="list-style-type: none"> ■ Definir nuevo ambiente sexy de alto impacto ■ Platos y bebidas con efectos visuales (movimiento, colores) ■ Empaques con impacto en redes sociales 				



Así puedes resumir la estrategia para GANAR en tu restaurante. Estrategia En 1 Página (EE1P).

Metas	Objetivos	KPI	Anterior	Meta	Actual
 Crecimiento Ventas (Hoy)	<ul style="list-style-type: none">Nuevos productos para ocasiones no habituales				
 Incremento rentabilidad (Hoy)	<ul style="list-style-type: none">Combos compartidos con proveedoresDescuentos en compras por volumen				
 Competitividad (Ser el #1)	<ul style="list-style-type: none">Platos y bebidas con efectos visuales (movimiento, colores)				
 Innovación (Futuro)	<ul style="list-style-type: none">Modelo franquicia restauranteModelo franquicia Dark Kitchen				

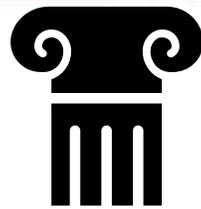


Así puedes resumir la estrategia para GANAR en tu restaurante. Estrategia En 1 Página (EE1P).

Metas	Objetivos	KPI	Anterior	Meta	Actual
Crecimiento Ventas (Hoy)	<ul style="list-style-type: none"> Nuevos productos para ocasiones no habituales 	<ul style="list-style-type: none"> Ventas por nuevos productos. Ventas clientes nuevos Frecuencia pedidos de lunes a jueves 		<ul style="list-style-type: none"> US 5.000 US 3.0000 US 2.000 Total: USD 10.0000	
Incremento rentabilidad (Hoy)	<ul style="list-style-type: none"> Combos compartidos con proveedores Descuentos en compras por volumen 	<ul style="list-style-type: none"> Ventas combos Rentabilidad. 		<ul style="list-style-type: none"> US 4.000 + 400 pb [4%] Total: USD 4.000	
Competitividad (Ser el #1)	<ul style="list-style-type: none"> Platos y bebidas con efectos visuales (movimiento, colores) 	<ul style="list-style-type: none"> # posts en redes soc. # posts empaques 		<ul style="list-style-type: none"> 1.000 Likes 500 Likes/mes 	
Innovación (Futuro)	<ul style="list-style-type: none"> Modelo franquicia restaurante Modelo franquicia Dark Kitchen 	<ul style="list-style-type: none"> Modelo restaurante Modelo Dark Kitchen Aperturta franquicia 		<ul style="list-style-type: none"> Dic 2021 Jun 2022 Jun 2022 	



Tu Gente y proveedores



Restaurante *Live*
FORO ONLINE 2021



La estrategia no se trata de lograr perfección. Sirve para aumentar las probabilidades de GANAR. Veamos como definirla en 4 pasos.



1. Donde y como ganar

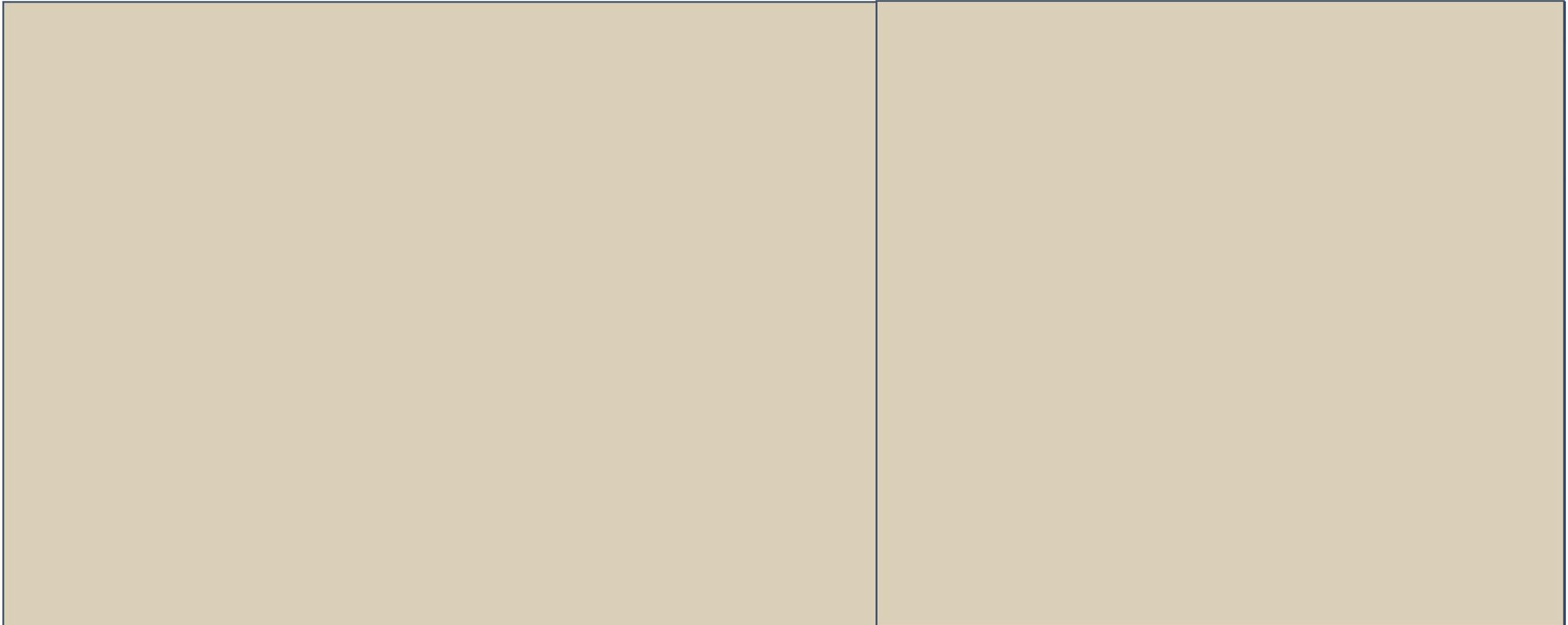


2. Capacidades
Gente



3. Ejecución
con tus clientes

3 Componentes de una estrategia - MODELO ESTRATEGIA EN 1 PAGINA (EE1P)



Tu Gente
proveedo



2. GENTE (CAPACIDADES EQUIPO Y PROVEEDORES)



Tu gente debe ser tratada como dueños para que respondan de igual manera

Consecución de talento y gestión de desempeño



- **Contrata gente con ADN de servicio, el conocimiento se los enseñas tu y sus colegas.**
- **Procesos de evaluación de desempeño a la luz de metas**
- **Las promociones deben estar sustentadas en desempeño y capacidades demostradas**

Esquema compensación y cultura de dueños



- **Además de propinas, bonos por cumplimientos de metas, alinean con la estrategia.**
- **Compartir utilidades con tu equipo es una forma de hacerlos sentir dueños. Cuidando la discrecionalidad.**

Ranking e incentivos



- **Ranking interno afianza la competitividad y dinamizan las interacciones de cara a la excelencia**
- **El ranking exalta a los mejores y expone a los de bajo desempeño.**





Tus proveedores tienen estrategias! Integrate a ellas y conviértete en sus socios



- **Pregúntale a tu representante de ventas por los programas que tienen y cuales son las metas que debes cumplir para llegar al siguiente nivel.**
- **Insiste en una reunión con un gerente de ventas, trade marketing o mercadeo para co-crear y buscar alianzas en combos, promociones, apoyo POP.**
- **Lleva registro de tus compras y demuestra crecimientos.**



La estrategia no se trata de lograr perfección. Sirve para aumentar las probabilidades de GANAR. Veamos como definirla en 4 pasos.



1. Donde y como ganar



2. Capacidades
Gente



3. Ejecución
con tus clientes

PASO 2

	KPI	Anterior	Meta	Actual
	<ul style="list-style-type: none">■ Participación mercado.■ Ventas.■ Frecuencia.			
	<ul style="list-style-type: none">■ Participación Premium.■ Rentabilidad.■ Cobertura Premium.			
	<ul style="list-style-type: none">■ Ventas.■ Servicio al cliente.■ Tiquete promedio.			
	<ul style="list-style-type: none">■ Nuevos productos.■ Nuevos sustitutos.			



3.RESULTADOS EJECUCION



Bajemos a la tierra nuestra estrategia. Pongámosle números, fechas. Seamos concretos: Metodología SMART

SPECIFIC / Especifica

MEASURABLE / Medible

ACHIEVABLE / Alcanzable

RELEVANT / Relevante

TIME-BASED / Tiempos definidos

A cada estrategia debemos definirle objetivos MEDIBLES Estrategia En 1 Página (EE1P).



Metas	Objetivos	KPI	Anterior	Meta	Actual
Promociones fijas por día + delivery	<ul style="list-style-type: none"> Paquetes descuentos /día de Lunes a Jueves Incrementar número de clientes nuevos Acelerar la frecuencia de consumo a X veces. 	<ul style="list-style-type: none"> Ventas paquetes Ventas clientes nuevos Frecuencia pedidos de lunes a jueves 	<ul style="list-style-type: none"> US 1.500 US 800 US 1.000 <p>Total USD 3.300</p>	<ul style="list-style-type: none"> US 5.000 US 3.000 US 2.000 <p>Total USD 10.0000</p>	<ul style="list-style-type: none"> US 6.000 US 2.000 US 2.100 <p>Total USD 9.900</p>
Integración estratégica con proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Combos compartidos con proveedores Descuentos en compras por volumen 	<ul style="list-style-type: none"> Ventas combos Rentabilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> US 500 +100pb [1%] <p>Total USD 500</p>	<ul style="list-style-type: none"> US 4.000 + 400 pb [4%] <p>Total USD 4.000</p>	<ul style="list-style-type: none"> US 4.000 +200 pb [2%] <p>Total USD 4.000</p>
Modelo de franquicias para restaurante y Dark Kitchens	<ul style="list-style-type: none"> Modelo franquicia restaurante Modelo franquicia Dark Kitchen Apertura franquicia 	<ul style="list-style-type: none"> Modelo restaurante Modelo Dark Kitchen Aperturta franquicia 	<ul style="list-style-type: none"> ND 	<ul style="list-style-type: none"> Dic 2021 Jun 2022 Jun 2022 	<ul style="list-style-type: none"> Feb 2022 ND ND <p>Total meta</p>
Experiencia sexy y de alto impacto +delivery	<ul style="list-style-type: none"> Definir nuevo ambiente sexy de alto impacto Platos y bebidas con efectos visuales (movimiento, colores) Empaques con impacto en redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> Fecha aprobación diseño # posts en redes soc. # posts empaques 	<ul style="list-style-type: none"> ND 130 likes 20 likes 	<ul style="list-style-type: none"> Julio 2021 1.000 Likes 500 Likes/mes 	<ul style="list-style-type: none"> Jun 2021 400 Likes 600 Likes <p>Total Meta</p>

La estrategia no es estática. Revísala en periodos definidos: **FLEXIBILIDAD**



1. Donde y como ganar

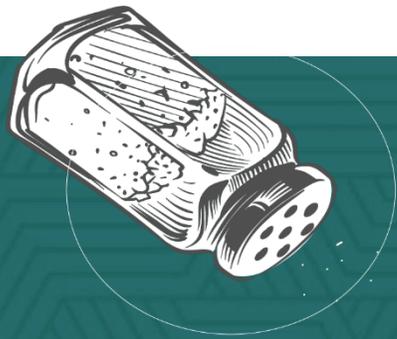


2. Capacidades
Gente



3. Ejecución con
tus clientes

Proceso circular de evaluación de resultados y ajuste a la estrategia



Restaurante *Live*
FORO ONLINE 2021



MENÜ

POSTRES:
Conclusiones

“La estrategia nunca suplirá al carácter personal firme y decidido. Pero el balance entre los dos, genera resultados excepcionales.”

Nicolás Pulido

Nuestros diferenciales



Asesores expertos

Con experiencia real en diversos sectores y orientados al logro de objetivos



Asequibilidad

Con precios que se ajustan a diferentes presupuestos



Proceso ágil y autogestionado

Identifica las necesidades de tu empresa con nuestro proceso autogestionado



Tus pagos están asegurados

Pago protegido hasta alcanzar las metas definidas

Restaurante *Live*
FORO ONLINE 2021

TALLER ESTRATEGIA PARA GANAR

RESTAURANTES Y BARES

Contáctanos

Asesorías y
talleres



www.k4b.com.co

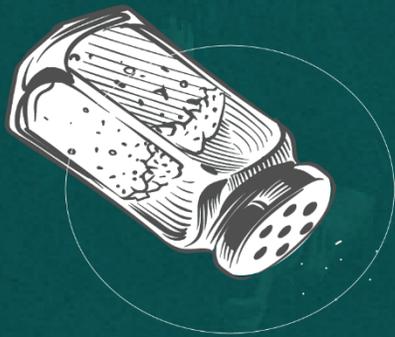
 linkedin.com/company/k4b

 facebook.com/k4b.co

 Instagram.com/k4b.co



Tu asesor:
NICOLAS PULIDO



PREGUNTAS Y RESPUESTAS

GRACIAS!!!