

10 TÁTICAS DE DESIGN DE CARDÁRIOS



Para aumentar o consumo

SAIBA O VALOR DE UMA PRIMEIRA IMPRESSÃO

Os restaurantes podem tornar seus cardápios mais fáceis de serem lidos ao colocarem títulos e subtítulos claros, nomes de pratos fáceis e outras técnicas visuais.

Engenheiros de cardápios fazem questão de estudar quais partes são as mais valorizadas — onde as pessoas olham primeiro naqueles curtos 109 segundos para descobrir quais itens do cardápio tendem a ser mais lucrativos.

A conclusão? Ao ler cardápios com alinhamento vertical, os clientes tendem a passar a maior parte do tempo olhando para os primeiros e últimos itens — por esse motivo, os pratos nestas posições geralmente são os mais populares.

ANALISE OS PADRÕES DE LEITURA

A maioria dos pesquisadores concorda, que quando os clientes leem um cardápio, seus olhos tendem a focar no **canto superior direito**, posição conhecida na indústria como o “local ideal”.

Como resultado, muitos restaurantes colocam neste espaço o item do cardápio que mais querem vender (e, muitas vezes, é um prato caro).

DESTAQUE ÍTEMS NO SEU CARDÁPIO

Assim como jornais e revistas usam “chamadas” para destacar certas informações, os cardápios também destacam certos itens ao usar o que os profissionais da indústria chamam de “ímãs visuais”. Um ímã visual é exatamente o que parece: qualquer coisa que atraia o olhar para si.

Pode ser uma foto do prato, uma ilustração, uma caixa colorida ou sombreada, uma borda ou qualquer outra coisa que chame a atenção.

USE CORES PARA INFLUENCIAR EMOÇÕES

As cores também podem ser usadas como elementos de destaque, pois as pessoas reagem a elas de forma emocional, muitas vezes subconscientemente. Por este motivo, a teoria das cores é usada em tudo, de propaganda e embalagem a decisões sobre qual cor escolher para pintar o escritório ou qual cor de gravata usar em uma entrevista de emprego.

Em cardápios, o **vermelho** e o **azul** são geralmente utilizados para ajudar a estimular o apetite.

USE FOTOGRAFIAS COM MODERAÇÃO

O uso ou não de fotos dos pratos no cardápio vai depender, principalmente, do **tipo do restaurante**. Associar uma foto a cada prato tende a ser uma técnica ligada a locais mais baratos ou simples. Por conta disso, restaurantes mais sofisticados costumam evitar esta prática.

USE LINGUAGEM DESCRITIVA

Você pode chamar os nomes e descrições de pratos de coração do cardápio — elas são as informações que as pessoas usam para definir seus pedidos. É por isso que designers de cardápios e redatores trabalham duro para **deixar os clientes com água na boca através de frases que sejam atraentes, saborosas e sugestivas.**

Em estudo demonstrou-se que rótulos mais descritivos em cardápios (tais como “filé de peixe italiano succulento” ao invés de “filé de peixe”) resultaram em uma **maior satisfação dos clientes com a refeição.**

Conseqüentemente, o uso de tais descrições proporcionaram comentários mais favoráveis por parte dos clientes que aprovaram os pratos.

FAÇA OS CLIENTES SENTIREM NOSTALGIA

Este enfoque pode fazer os clientes lembrarem dos “bons tempos”, quando tudo era mais simples, usando palavras como “tradicional” ou “caseiro” – ou pode humanizar um prato falando da sua origem, do chef ou do dono do restaurante. Mas não há nada mais nostálgico do que despertar memórias de comida e família. A combinação é um par perfeito tanto na vida quanto nos momentos em que o intuito é criar cardápios de restaurantes.

Como muitas pessoas têm memórias felizes de experiências compartilhadas na cozinha ou na mesa da sala de jantar, usar termos nostálgicos, que incentivam o cliente a lembrar destes tipos de sentimentos, pode ser especialmente eficaz.

DEIXE DE USAR CIFRAS

Preços — eles são um dos elementos mais complicados de acertar em um cardápio, pois é preciso atingir o equilíbrio entre ter lucro e não assustar os clientes. Um dos primeiros passos que engenheiros de cardápios sugerem é **se livrar de cifras ou outros símbolos de moeda.**

Qualquer referência à moeda **lembra os clientes do “desconforto” associado ao gasto de dinheiro**, e pode levá-los a fazer pedidos baseando-se apenas no preço em vez de escolherem baseando-se em ingredientes, qualidade ou visual. Por isso, de acordo com Rapp, deixar as cifras de fora “suaviza os preços.”

DESVIE A ATENÇÃO DOS PREÇOS

Outro artifício relacionado a preços que restaurantes geralmente usam em seus cardápios para desviar a atenção de seus clientes é conhecido como uma “isca.” Uma isca é um item do cardápio que parece ser absurdamente caro, mas está lá não necessariamente porque o restaurante espera que ele seja vendido, mas para fazer com que outros itens (talvez também encarecidos) pareçam mais aceitáveis.

USE NÚMEROS AMIGÁVEIS

Você pode sentir sua influência quando faz suas compras diárias ou quando considera a compra de algo caro, como uma casa ou um carro. Diferentes combinações de números têm diferentes conotações: por exemplo, **preços que terminam em 99** sugerem valor (mas não necessariamente qualidade); já aqueles que terminam em 95 sugerem simpatia.

Para efeitos de precificação de cardápios, especialistas esclarecem que preços terminados em ,00 parecem “maiores”, ao passo que preços terminados em ,95 apresentam-se como “**mais amigáveis**” e **mais convidativos**.

