

Только что

## Делайте больше с меньшими затратами, используя 5 инноваций в меню

Инновации в меню не требуют серьезного пересмотра меню, если новые варианты вводятся стратегически, заявила группа экспертов во время сессии на выставке Национальной ассоциации ресторанов.

Предлагая уникальные и интересные варианты блюд и напитков, вы можете помочь ресторанам оправиться от продаж, потерянных ранее во время пандемии, дав гостям повод возвращаться сюда снова и снова. Добавление новых позиций в меню на основе популярных вкусов и форматов отвечает желанию потребителей пробовать новые блюда во время обеда вне дома, а инновации в меню не требуют серьезного пересмотра меню, если новые варианты вводятся стратегическим образом, заявила группа экспертов во время сессии на выставке Национальной ассоциации ресторанов в воскресенье.

Согласно данным Technomic, предоставленным Дэйвом Хенкесом из исследовательской фирмы, среднее количество блюд в меню ресторана неуклонно сокращается в течение последних нескольких лет. В 2020 году количество блюд во многих меню в США резко сократилось, поскольку рестораны рационализировали предложения, чтобы сосредоточиться на том, что лучше всего подходит для выездных блюд. По словам Хенкеса, в то время как размер меню в целом сокращается, количество ограниченных по времени предложений растет, увеличившись на 31% в период с 2017 по 2021 год.

Частое обновление меню для демонстрации новых блюд может помочь привлечь посетителей, которые ищут уникальные впечатления, которые они не могут получить от еды дома. По словам Хенкеса, 42% потребителей с большей вероятностью попробуют новый или уникальный вкус в ресторане, чем при приготовлении пищи дома, а потребители заказывают новые или уникальные блюда в ресторанах более чем в 25% случаев.

Инновации в меню могут показаться сложной задачей для ресторанов, которые борются с проблемами цепочки поставок, нехваткой рабочей силы и ростом цен на продукты питания, но Хенкес и технический директор по исследованиям и анализу меню Лиззи Фрейер поделились примерами того, как многие рестораны подходят к обновлению ингредиентов и продуктов творчески. Их меню способами, которые не обойдутся в кругленькую сумму.

Они объединили эти передовые методы в 5 пунктов инноваций в меню:

### Развороты

Добавление новых блюд в меню не обязательно означает добавление множества новых ингредиентов в инвентарь. Есть много способов, которыми рестораны могут внедрять инновации для создания новых расширений SKU, используя ингредиенты, которые у них уже есть на складе. По словам Фрайера, добавление классических блюд в новые вкусы или создание мэшапов, которые «сочетают известное и неизвестное», могут побудить посетителей попробовать что-то новое.

В баре Louie макароны и сыр стали начинкой для бутерброда с сыром на гриле — инновация, вдохновленная ингредиентами, которые ресторан уже имел в наличии для своей концепции виртуального ресторана Macs & Stacks . Стив Мадонна, старший вице-президент по кулинарии сети баров и ресторанов из 73 баров, присоединился к Хенкесу и Фрейеру на сцене, чтобы поделиться своим мнением об инновациях в меню. Он посоветовал ресторанным операторам при планировании новых блюд учитывать не только ингредиенты, но и методы приготовления. В баре «Луи» фритюрницы уже работали на полную мощность, поэтому добавление жареного сыра, приготовленного на сковороде, имело больше смысла для рабочего процесса на кухне.

#### Подготовка

По словам Хенкеса, проблемы с цепочками поставок, вызванные пандемией, заставляют многие рестораны мыслить нестандартно, когда речь идет о том, как они готовят ингредиенты. Новая или необычная обработка знакомого ингредиента может превратить его во что-то новое и примечательное.

Например, замораживание коктейля, который обычно подают со льдом, чтобы придать ему вязкую текстуру, или обжаривание овощей, чтобы придать им более глубокий вкус и хрустящую корочку, может дать посетителям возможность попробовать что-то новое. Методы приготовления, которые выполняют двойную роль в качестве продления срока годности, такие как маринование, ферментация или консервирование, могут предотвратить порчу излишков определенных ингредиентов, а также создать новые элементы для добавления в меню.

#### Белки и растения

По словам Фрайера, проблемы с цепочками поставок открыли ресторанам возможность опробовать новые белки в меню. Столкнувшись с нехваткой куриных крылышек, Wingstop переключилась на использование куриных бедер, воспользовавшись заменой, запустив виртуальный бренд Thighstop. Другие рестораны также отказываются от белков в зависимости от того, что есть в наличии: пробуют более экономичные куски говядины или заменяют свинину в блюдах, традиционно приготовленных из говядины.

Повара также становятся более изобретательными, используя растения в центре тарелки, черпая вдохновение из широкого ассортимента блюд. В ресторане Helen в Бирмингеме, штат Алабама, пастернак заменяет стейк в приготовлении au poivre, а в ресторане Cucina 24 в Эшвилле, Северная Каролина, подают сальтимбокку из тыквы с жареной тыквой, завернутой в прошутто и шалфеем. Эти творческие предложения показывают, что «не существует предела для типов продуктов и типов блюд для вдохновения», — сказал Фрейер.

#### Персонализация

Еще один способ по-новому взглянуть на классические элементы меню — добавить параметр персонализации. Индивидуальные блюда позволяют клиентам заказать что-то на свой вкус, а также получить дополнительный бонус в виде ощущения эксклюзивности. Специальные предметы, которые доступны только через приложение ресторана или программу лояльности, создают «стимул для потребителей, чтобы вернуться в это приложение и посмотреть, что нового», — сказал Хенкес.

McDonald's использует преимущества эксклюзивных индивидуальных блюд, рекламируя лайфхаки для меню. Клиенты могут сделать заказ через приложение сети, чтобы получить доступ к «секретным» пунктам меню, таким как сэндвич «Земля, воздух и море», который сочетает в себе элементы биг-мака, макчикена и филе-о-фиша.

#### Предсказания

Ключевой элемент инноваций в меню — оставаться в курсе тенденций, чтобы ковать железо, пока оно горячо, добавляя новые позиции в меню.

В преддверии некоторых ингредиентов и вдохновения, которые будут популярны в меню в этом году, Technomic прогнозирует, что очень простой ингредиент выйдет в центр внимания по-новому. Соль выходит за рамки обычной приправы, занимая центральное место в коктейлях и таких продуктах, как вяленая рыба и естественно соленые ингредиенты, такие как портулак и морские водоросли.

Бар Louie придерживается этой тенденции, предлагая маргариту с клубничной солью, а также интерпретацию классического коктейля Ranch Water, в котором соль смешивается прямо с напитком, чтобы усилить его вкус.

Когда дело доходит до напитков для взрослых, вкусовые характеристики играют все более важную роль, поскольку крепость алкоголя отходит на второй план для некоторых потребителей при выборе напитка. Прогнозируется, что в этом году продолжит расти количество коктейлей с низкой крепостью и без нее, что обусловлено спросом поколения Z на более здоровые блюда во время ужина вне дома.

В то время как Мадонна признает, что безалкогольные напитки — это «то, над чем мы, вероятно, посмеялись бы несколько лет назад», он сказал, что Bar Louie добавил в меню больше слабоалкогольных и безалкогольных напитков, чтобы предоставить выбор потребителям, которые хотят их.

Ссылка на статью: [Делайте больше с меньшими затратами, используя 5 инноваций в меню](#)