

A top-down view of a festive dinner table. The table is covered with a vibrant red cloth. In the center, a roasted bird, possibly a turkey or chicken, is the centerpiece, garnished with fresh herbs and sliced pomegranates. Several hands are visible, each holding a glass of amber-colored wine, suggesting a toast. The table is adorned with various Christmas decorations, including gold stars, pinecones, and colorful ornaments. A lit candle in a glass holder adds a warm glow to the scene. The overall atmosphere is celebratory and intimate.

ГИД

ПО ПРАЗДНИКУ

В РЕСТОРАНЕ

METRO

Новый год уже не за горами. Этот праздник с нетерпением ждут абсолютно все, а особенно гости ресторанов и кафе! Как же создать атмосферу праздника, не прибегая к банальному дождику? А я вам скажу: с помощью правильно подобранного декора! Декор не просто преобразует пространство, он создает настроение и заряжает позитивными эмоциями. Это как запах мандаринов и настоящей елки в Новый год: стоит его почувствовать, и все внутри начинает улыбаться и радоваться в предвкушении праздника и сюрпризов.

ДАВАЙТЕ РАССМОТРИМ ВАРИАНТЫ ДЕКОРАТИВНОГО ОФОРМЛЕНИЯ ИНТЕРЬЕРА НОВОГО ГОДА В РЕСТОРАНЕ.



1. ПЕРВОЕ И САМОЕ ВАЖНОЕ – ЭТО ЕЛКА.

Как ни крути, но без елки нет ощущения настоящего праздника. Елка должна быть под потолок, желательно настоящей, чтобы от неё исходил приятный запах. Украшение под ёлкой может выглядеть как плетёная корзина с пледом или настил в виде тёплого и большого одеяла. Так же принято ставить под елку подарки. Какие подарки, скажете вы мне, это же ресторан! А на самом деле можно сделать имитацию подарков. Берём картонные коробки и упаковочную бумагу с бантами и готовим наши подарки для атмосферы.



2. ПРАЗДНИЧНАЯ СЕРВИРОВКА СТОЛА. Это один из самых важных элементов ресторана. Наряду с меню это ваша визитная карточка. Такие детали, как букет живых цветов на столе, красивые салфетки и столовые приборы, должны стать обязательными атрибутами в предпраздничные будни. Можно добавить украшение из еловых шишек, уютные свечи или салфетки с поздравлениями, использовать скатерть или настольный настил. На тканевые салфетки стоит добавить декоративные кольца.



3. ОКНА В РЕСТОРАНЕ. Идеально использовать световые новогодние украшения: гирлянды, подсвечники, рождественские сюжетные композиции—они сделают ваши окна красивыми не только изнутри, но и снаружи, а ваше красивое окошко будет заметно издалека. Поставьте на подоконник цветок «рождественская звезда». Добавьте в композицию пару свечей или еловых веток.



4. ВХОД. Обязательно украсьте входную группу новогодним венком и еловыми ветками со снежинками. Если ваш ресторан находится в торговом центре и у вас есть возможность разместить декор перед его входом, то можно использовать специальную композицию для привлечения новых посетителей. Поставьте перед входом мини-ярмарку с вашими продуктами, упакованными в новогоднюю обертку. Используйте большие подсвечники и не жалейте денег на хорошие дорогостоящие новогодние венки!



5. УКРАШЕНИЕ ЛЮСТР. Украсить люстры можно в том случае, если это не противоречит интерьерному стилю ресторана и если они располагаются непосредственно над столом. Тут главное не переусердствовать. Для начала повесьте несколько шаров на атласной ленте на разной высоте. Вместо шаров можно использовать однотонные снежинки.



6. УКРАШЕНИЕ БАРА. Бар – это сердце ресторана, где собираются самые разные люди, делятся проблемами и историями из своей жизни даже с незнакомцами. Здесь необходимо создать атмосферу камерности, сделать это можно, например, следующим способом: свесить большие звёзды с потолка, добавить гирлянды (важно, чтобы они были одного тёплого свечения 2400-2700 кельвинов) и еловые ветки. Также можно использовать однотонные шары на атласной ленте.

ПО САМЫМ ГЛАВНЫМ ТОЧКАМ РЕСТОРАНА ПРОШЛИСЬ, А ТЕПЕРЬ ВЫ СПРОСИТЕ МЕНЯ: КАКУЮ ЖЕ ЦВЕТОВУЮ ГАММУ СЛЕДУЕТ ВЫБРАТЬ ДЛЯ НОВОГОДНЕГО ОФОРМЛЕНИЯ РЕСТОРАНА?

Законодателем моды на цвета в интерьере является команда Института Pantone, которая определяет цвет года и разрабатывает цветовую палитру на каждый сезон. Модные цвета сезона осень/зима 2021-22 уже выбраны.

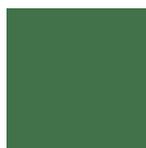
New York Fashion Week



Pantone 18-4434
Mykonos Blue



Pantone 13-0647
Illuminating



Pantone 18-6022
Leprechaun



Pantone 18-2330
Fuchsia Fedora



Pantone 13-1716
Pale Rosette

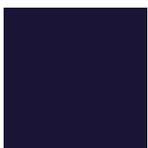


Pantone 19-1228
Root Beer

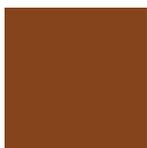


Pantone 18-1453
Fire Whirl

Core Classics



Pantone 19-3838
Rhodenite



Pantone 17-1340
Adobe



Pantone 18-4221
Spring Lake



Pantone 11-1007
Coconut Cream



Pantone 17-5104
Ultimate Gray



Pantone 13-0919
Soybean



Pantone 18-0527
Olive Branch



Кучинская Луиза, архитектор / дизайн интерьера,
<https://kuchinskaya.com>

Новогодние украшения

для ресторанного зала

Искусственная Ель зеленая, 180 см
Tarrington House
арт. 88411



2 199,00 / 1 шт

Гирлянда еловая, 540 см
Tarrington House
арт. 641500



1 299,00 / 1 шт

Ель Nadleen, 60 см
Tarrington House
арт. 496349



399,00 / 1 шт

Венок рождественский
45CM Tarrington House
арт. 116170



899,00 / 1 шт

Шары TARRINGTON HOUSE
Однотонные, в ассортименте,
6 шт
арт. 641783



129,00 / 1 шт

Набор шаров TARRINGTON
HOUSE 9 шт 15 см
арт. 116274



1 999,00 / 1 шт

Фигура с подсветкой ОЛЕНЬ
Tarrington House, 80 LED
арт. 64780



7 999,00 / 1 шт

Гирлянда GLOS Световой занавес,
теплое свечение, 102 диода
арт. 509998



4 999,00 / 1 шт

Декор HOUSE OF SEASONS
Пуансеттия серебряная, 30 см
арт. 121392



399,00 / 1 шт

Купить в ТЦ

Заказать в доставке

Предложение действительно для клиентов направления HoReCa (профессиональные клиенты направлений отели, рестораны, кафе), совершающих закупки как в ТЦ METRO, так и по договору доставки. Внешний вид товаров может отличаться от изображения. ООО "МЕТРО Кэш энд Керри" в праве изменить цену товара без предварительного уведомления. Размещенный товар в предложении может отсутствовать в ТЦ ООО "МЕТРО Кэш энд Керри". Цены указаны в рублях с НДС с учетом скидки. Товары, подлежащие обязательной сертификации, сертифицированы. Количество товара ограничено. Адреса ТЦ и другие подробности предложения можно уточнить на сайте metro-cc.ru.

Новый год в ресторане? Как рассчитать прибыль



«НОВЫЙ ГОД. ВСЕМ КАЖЕТСЯ, ЧТО ЭТО СУПЕР ДЕНЕЖНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ, ЧТО ЭТА НОЧЬ ПРИНЕСЕТ МНОГО ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРИБЫЛИ, НО ЗАЧАСТУЮ, ЭТО СОВСЕМ НЕ ТАК».

Инна Кусова, операционный директор italy&co.

СТОИТ ЛИ ВКЛАДЫВАТЬСЯ В ПРОГРАММУ ВЕЧЕРА?

Прежде всего мы планируем суперпраздник, единственный в году, который объединяет все поколения, религии и убеждения. Идеология вечера, его тематика – самое важное. Под неё строим программу и рассчитываем ее стоимость, наряжаем залы и продумываем детали: живая музыка, представления для взрослых и детей, интерактивные выступления артистов, обязательно – розыгрыши подарков. По подаркам особая история: конечно, привлекаем партнеров из разных сфер – компании, чья целевая аудитория совпадает с вашей. Особое внимание уделяем детям: находим профессиональных аниматоров, которые перевоплотятся в настоящих Деда Мороза и Снегурочку, самых популярных героев нашего времени, и не забываем про мастер-классы, это крайне важно: рисунки, поделки, роспись елочных игрушек на заготовках и прочее.

КАК РАЗРАБОТАТЬ МЕНЮ?

Теперь про меню. Экономить на угощениях в ночь с 31-го декабря на 1-е января не рекомендую. В меню обязательно нужно включить холодные закуски в стол, горячие закуски в стол, основные блюда с гарнирами (минимум два основных и два гарнира на выбор) и, конечно, праздничный десерт. Его лучше подать через час после боя курантов, однако все индивидуально и следует ориентироваться на настроение гостей. Также важно, чтобы шеф ресторана сам представил торт. Меню следует заранее опубликовать на интернет-ресурсах и принимать брони по предзаказу. В этом случае у сотрудников, занятых на кухне, не будет вопросов и все будут готовы обеспечить запрос гостей на 100%. Себестоимость меню на человека включает и заработную плату всего персонала смены, поделенную на посадочные места (с учетом развозки персонала).

МЕНЮ С УЧЕТОМ АЛКОГОЛЯ ИЛИ НЕТ?

По опыту могу сказать, что алкоголь входит в пакет меню, так как это однозначно снимет вопросы у гостей, а заказы на алкоголь по ходу вечера превзойдут ваши ожидания! Обязательно игристое на welcome и водка/виски (100 мл) либо вино (2 бокала) в ограниченном количестве. Далее заказы алкоголя по меню.

КАК РАССЧИТАТЬ ЦЕНУ НА «БИЛЕТ»?

Стоимость праздничной программы делим на количество посадочных мест и прибавляем к ней себестоимость ужина на одного гостя. Про грейды цен: делайте только две цены – для взрослых и для детей (от 5-ти лет). Имейте в виду, что процент детей будет 20-30 от общего количества гостей, поэтому верно рассчитайте стоимость билетов.

Итак, у вас получилась значительная стоимость ужина на человека. Теперь осталось принять решение о том, какая маржа для вас приемлема. Как я сообщила ранее, чаще всего, новогодняя ночь в ресторане – это ноль по чистой прибыли. Плюс только у тех, кому посчастливилось иметь в зале много мест – тогда постоянные затраты на программу меньше из расчета на одно посадочное место.

ВАЖНО ОДНО: ГОСТИ, КОТОРЫЕ ОСТАЛИСЬ В ВОСТОРГЕ ОТ НОВОГОДНЕГО ВЕЧЕРА, БУДУТ С ВАМИ ВСЕГДА И РАССКАЖУТ О СВОИХ ЭМОЦИЯ ДРУЗЬЯМ. ЗАРАБОТАЕТ САРАФАННОЕ РАДИО, ЦЕННОСТЬ КОТОРОГО БЕЗГРАНИЧНА!

Крепкий алкоголь и вино

ДЛЯ НОВОГОДНЕЙ НОЧИ

Виски Баллантайнс
Файнес, 1 л
арт. 49563



Водка Русский Стандарт, 1 л
арт. 66608



Виски Джемесон, 1 л
арт. 92770



Виски Вильям Лоусонс,
0,7 л
арт. 568951



Игр Мартини Прос Блх,
0,75 л
арт. 145024



Игр Пернич Асти Блс,
0,75 л
арт. 663191



Подключиться к доставке

Заказать в доставке

Предложение действительно для клиентов направления HoReCa (профессиональные клиенты направлений отели, рестораны, кафе), совершающих закупки как в ТЦ METRO, так и по договору доставки. Внешний вид товаров может отличаться от изображения. ООО "МЕТРО Кэш энд Керри" в праве изменить цену товара без предварительного уведомления. Размещенный товар в предложении может отсутствовать в ТЦ ООО "МЕТРО Кэш энд Керри". Цены указаны в рублях с НДС с учетом скидки. Товары, подлежащие обязательной сертификации, сертифицированы. Количество товара ограничено. Адреса ТЦ и другие подробности предложения можно уточнить на сайте metro-cc.ru.

КЭШБЭК 50% НА АССОРТИМЕНТ ВИНА ДЛЯ ВАШЕГО РЕСТОРАНА И БАРА!

Накопление: с 1 декабря 2021 года по 9 января 2022 года
Списание: с 12 января по 31 января 2022 года
1 бонус = 1 рубль

СМОТРЕТЬ АССОРТИМЕНТ

*Кэшбэк - возврат части уплаченной суммы. Акция действует для профессиональных клиентов направления HoReCa (предприятия общественного питания, гостиницы), являющихся держателями лицензий на оборот (закупка, хранение, поставка, розничная продажа) алкогольной продукции, и совершающих закупки в ТЦ METRO. Исключение - покупки с расчетом на кассе по форме оплаты «Предоплата». Кэшбэк начисляется только на сумму покупки акционного перечня товаров отдела «Вино» оптового алкогольного отдела (б/а вино не участвует), ознакомиться с которым можно у вашего менеджера в ТЦ METRO или по ссылке https://all.metro-cc.ru/virtual/wine_horeca. Максимальная сумма начисления кэшбэка за весь период акции 10 000 рублей. Максимальное списание составляет до 20% от покупки по одному чеку по одной карте клиента в пределах накопленного объема кэшбэка за период акции. Кэшбэк не списывается при покупке табачной и алкогольной продукции, кэшбэк не может быть списан на кассах самообслуживания. Подробные правила акции см. на сайте www.metro-cc.ru. ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» вправе изменить порядок проведения или досрочно завершить акцию по своему усмотрению с размещением информации на сайте www.metro-cc.ru.

ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДНО ДЛЯ ВАШЕГО ЗДОРОВЬЯ

Меню в новогоднюю ночь. Плюсы и минусы разных форматов

МЕНЮ A LA CARTE НА НОВОГОДНЮЮ НОЧЬ В РЕСТОРАНЕ. ПЛЮСЫ И МИНУСЫ



Алексей Павлов, шеф-повар
Barceloneta (Сочи)

Новогодняя ночь – праздник для всей семьи, для друзей. Многие встречают его в ресторанах и, конечно, не очень хотят думать в этот момент, что будут есть или пить. Меню a la carte было бы отличным решением, но большинство ресторанов не могут себе его позволить, так как приходится решать множество других вопросов: начиная от привлечения дополнительного персонала и заканчивая музыкальной программой, ведущим, Дедом Морозом со Снегурочкой и новогодними подарками.

Идеальный вариант - продавать билеты, которые будут включать на выбор два меню с закусками в стол, салаты, горячее и десерты, так как из-за одновременного наплыва гостей работа ресторана по меню будет невозможна: на кухне не смогут обработать одновременно столько заказов. Необходимо заранее подготовиться: запечь гуся, закоптить много мяса, сделать основу для салатов и закусок, чтобы, когда придут гости, сразу подать холодные закуски.

Моя рекомендация: для больших мероприятий, в том числе Нового Года, следует делать отдельное небольшое меню.

ШВЕДСКИЙ СТОЛ НА НОВОГОДНЮЮ НОЧЬ В РЕСТОРАНЕ. ПЛЮСЫ И МИНУСЫ



Евгений Гурин, бренд-шеф
УК «Поляна», г. Самара

Если смотреть на идею шведского стола глазами гостями, безусловно, это выигрышный вариант. У человека есть возможность самостоятельно регулировать размер порции и приоритет в выборе того или иного блюда. А всем нам известно: большой ассортимент всегда радует гостя. Если же смотреть на шведский стол глазами шеф-повара и ресторатора, то следует отметить главный минус этого формата – повышение фудкоста блюд. Так или иначе кост блюда вырастет при формате шведского стола, поскольку ресторан не отель и не сможет также циклично сработать выборочно в один день. Скорее всего, будет достаточно большой объем списания, которое будет понижать среднюю наценку.

Поэтому нужно тщательно прорабатывать изначальную себестоимость блюд и факт их реализации. Что касается ассортимента шведского стола, это интересно как для шефа (можно сделать большую линейку новогодних блюд), так и для гостя. Мы с детства привыкли к тому, что на новогодние праздники накрывается большой стол с разнообразным выбором блюд. И каждый раз, встречая подобный формат, нас охватывает ностальгия и ощущение праздника. Думаю, при хорошей работе с себестоимостью продуктов и более-менее точном понимании процесса реализации блюд, шведский стол принесет только положительный результат ресторану и гостю.

Топ-ассортимент для меню

Новогодней ночи в ресторане

Тарталетки из слоеного теста
METRO CHEF 100шт, 600г
арт. 562914



Сыр Гауда 48% Брус
METRO CHEF Бзмж, ~2,5кг
арт. 621731



Сыр С Голубой Плес
METRO CHEF, 400г
арт. 644206



Крабовые Палочки
METRO CHEF, 1000 г
арт. 395951



Креветки 16/20 METRO
CHEF Оч Хв С/М, 860 г
арт. 559611



Семга Филе Пласт Х/К В/У
METRO CHEF
арт. 645056



Карбонад Российский
METRO CHEF В/К, ~1.7кг
арт. 575171



Шейка Подмосковная В/К
METRO CHEF
арт. 575181



Майонез 78% METRO CHEF
Провансаль, 10л
арт. 121963



Купить в ТЦ

Заказать в доставке

Предложение действительно для клиентов направления HoReCa (профессиональные клиенты направлений отели, рестораны, кафе), совершающих закупки как в ТЦ METRO, так и по договору доставки. Внешний вид товаров может отличаться от изображения. ООО "МЕТРО Кэш энд Керри" в праве изменить цену товара без предварительного уведомления. Размещенный товар в предложении может отсутствовать в ТЦ ООО "МЕТРО Кэш энд Керри". Цены указаны в рублях с НДС с учетом скидки. Товары, подлежащие обязательной сертификации, сертифицированы. Количество товара ограничено. Адреса ТЦ и другие подробности предложения можно уточнить на сайте metro-cc.ru.

Как привлечь гостей в новогодние каникулы



Мария Тюменёва, партнер коммуникационного агентства «Аппетитный маркетинг»

Работать или закрываться на новогоднюю ночь? Работать ли в новогодние каникулы? Эти вопросы ежегодно задают себе большое количество ресторанов. Кому-то удастся заработать в новогоднюю ночь, кто-то еле выходит в ноль. В некоторых ресторанах биток с утра и до вечера, а кто-то стоит пустой и безжизненный.

Если ресторан расположен на туристических улицах или в местах повышенного скопления людей, конечно, закрывать двери не следует. Обрабатывайте поток и привлекайте гостя к себе. В спальных районах также растет спрос на питание вне дома и тогда выручают лучше всего места «на районе». Любой формат comfort food всегда уместен и найдет своего гостя. Проектам с более авторской, сложной или даже «театральной» направленностью и высоким средним чеком стоит учитывать отток их потенциальной аудитории из страны на зимний период, а также включение режима «сбережения» после новогодних праздников у остальной части населения.

Как же привлечь гостей в новогодние каникулы? Первое, что нужно сделать, задуматься об этом заблаговременно и хорошо работать до праздников. Ежедневно занимаясь продуктом, сервисом, продвижением, наращиванием гостевой базы. Максимально наработать на попадание в подборки и обзоры новогодних предложений, работать над повышением рейтингов на отзывах, улучшить видимость на картах, проверить актуальность и привлекательность контента и информации на всех площадках, продумать активности на время каникул, чтобы с некой частотой также мелькать в социальных сетях и напоминать о себе.





По нашему опыту, хорошей работающей механикой может быть, например, беспроигрышная лотерея на возврат. Например, с 15 декабря каждый гость за каждые 1500 в чеке вытаскивает карточку или что угодно с действительно классным и выгодным предложением. Для разнообразия мы, например, делали 50/50: моментальный приз + приз на возврат в январе с 1 по 31. Таким образом, когда к вам начинают ходить большими компаниями и выигрывать и сразу, и что-то на будущий период – это работает хорошо и на каникулах процентов 30-40 возвращаются на ужин/обед или семейный завтрак.

На каникулах можно также делать интересные программы. Например, кинопоказы, бесплатные мастер-классы, специальное блюдо от шефа, которое можно будет каждый день только в 17.00, например. Тем, кто останется в городе, уже числа с 3-го становится скучновато и люди начинают искать интересный досуг.

Хорошо бы подготовить подарки или комплименты от заведения для гостей. Если в ресторане есть CRM-система и вы знаете своих постоянных гостей, то было бы здорово проявлять оригинальность и дарить персонализированные подарки. Например, если ваш постоянный гость очень любит вино, можно подарить ему интересную бутылку. Лояльность и благодарность гарантированы!

И еще раз, главное здесь – своевременность. Продумывайте и готовьте ваши маркетинговые активности заблаговременно.

М-ШОП СЕРВИС ЗАКАЗА И ДОСТАВКИ ДЛЯ БИЗНЕСА



ЭКОНОМИЯ ВРЕМЕНИ

Удобный и понятный онлайн-заказ, гибкий график поставок



ВЫГОДНО

Более 5 000 профессиональных артикулов



УДОБНО

Гибкие условия оплаты. Доставка в 51 регион России, в пределах 300 км от торгового центра

[ПОДКЛЮЧИТЬСЯ К СЕРВИСУ ДОСТАВКИ И УЗНАТЬ ПОДРОБНОСТИ HTTPS://M-SHOP.METRO-CC.RU/](https://m-shop.metro-cc.ru/)



*График доставки в новогодние праздники уточняйте в вашем торговом центре. Доставка осуществляет ООО «МЕТРО Кэш энд Керри», г. Москва, Ленинградское шоссе, 71Г, ОГРН 1027700272148



ПРИВЛЕКАЙТЕ ГОСТЕЙ СО СКИДКАМИ METRO.PARTNER

И ВОЗВРАЩАЙТЕ 100% ПРЕДОСТАВЛЕННЫХ
СКИДОК НА ЗАКУПКИ В METRO!



УЗНАТЬ
ПОДРОБНЕЕ
www.metro-partner.ru

КАРТА ДЛЯ БИЗНЕСА

Получи карту для бизнеса и скидку 20% на первую закупку!

- 1 Пройди по ссылке metro-cc.ru/ws
- 2 Введи номер ИНН организации
- 3 Заполни контактные данные
- 4 Получи скидку и инструкцию как забрать карту на e-mail

Специальное предложение «Скидка на первую закупку в METRO» действует при условии прохождения регистрации онлайн для новых клиентов, ранее не имевших регистрации в качестве клиента METRO. Оформление профессиональной карты клиента гостинично-ресторанного бизнеса возможно также в ТЦ без участия в предложении «Скидка на первую закупку в METRO», при этом скидка на первую закупку не предоставляется.



ПОЛУЧИТЬ КАРТУ

metro-cc.ru/ws