



CEIA DE NATAL COM iFOOD:
como montar e precificar
seu cardápio

A época do Natal pode ser uma época excelente para delivery. Os consumidores, às vezes, não querem ou não têm tempo para preparar uma ceia, e, então, o *delivery* pode ser a resposta para essa necessidade.

Ultimamente, houve um grande aumento nas compras por *delivery*. Em 2022, por exemplo, segundo uma pesquisa do Kantar, 28% dos brasileiros realizaram um ou mais pedidos de *delivery* por semana.

Na última *Black Friday*, o *iFood* entregou 2,4 milhões de pedidos, batendo recorde de vendas e com crescimento de 12% em relação a 2021. E o motivo pelo qual os brasileiros pedem tanto *delivery* não é apenas por conveniência, mas também por prazer.

Conheça os principais motivos pelos quais as pessoas estão pedindo *delivery*. Esses dados o ajudarão a ajustar a sua estratégia.

58%

pedem comida por prazer;

12%

para se mimarem;

42%

por conveniência;

12%

porque o parceiro ou os filhos sugeriram;

25%

para não precisarem cozinhar;

10%

para experimentarem algo novo;

15%

por preferirem comer em casa a irem a um restaurante;

9%

para comerem algo que não sabem cozinhar.



Se a *Black Friday* já movimentou as plataformas de *delivery*, com o Natal não será diferente. O encontro de famílias durante os festejos de fim de ano é uma excelente oportunidade para oferecer uma refeição diferente e agradável. Afinal de contas, passar o Natal em casa com a família e os amigos não é uma má escolha, e o brasileiro já está atento aos restaurantes que oferecem cardápios completos para tornar esse dia especial.

Então, como adequar seu cardápio de *delivery* para esta época?

Aposte nas bebidas

Um bom brinde sela as confraternizações de Natal. Ofertas com espumantes, vinhos e cervejas nos dias anteriores ao Natal são uma boa pedida. Aqui, vale negociar com os fornecedores para ter uma margem de lucro maior.



Petisco e entradas

Petiscos e entradas não ficam restritos à noite de Natal, podendo ser oferecidos em festas e confraternizações que acontecem nas empresas. Tábuas de frios e queijos petiscos fazem sucesso nas redes sociais, com vídeos que mostram a montagem e a preparação.

Confeitaria

Tradicionalmente, a época do Natal é um dos momentos de maior alta no setor. Os panetones já são os produtos mais esperados pelos consumidores. E quanto mais diferentes e recheados, mais chamam a atenção.

Mas, que tal experimentar também outros doces típicos como as rabanadas, arroz doce e docinhos típicos brasileiros para compor um belo combo de sobremesas? Imperdível!

Pré-prontos

Muita gente não tem tempo de preparar refeições elaboradas, por isso necessitam de algo que fique pronto na hora. Observe quais pratos podem ser congelados e levados diretamente ao forno para fornecer mais conveniência aos consumidores. Outra possibilidade para pré-pontos é agendar um horário de entrega para levar as refeições fresquinhas à casa dos clientes.

IMPORTANTE



Comece a divulgar logo os seus serviços! As redes sociais são as melhores aliadas dos empreendedores. Anunciando com antecedência suas promoções, pratos, seus dias e horários de funcionamento, certamente ficará mais fácil de os consumidores começarem a fazer suas encomendas e até mesmo indicarem seus cardápios.

Montando um bom cardápio para *delivery*

Agora que já conhecemos os hábitos e as boas oportunidades de pratos para o Natal, vamos conhecer pontos fundamentais para ter um bom cardápio.



Qualidade da comida x tempo de entrega

A expectativa de receber os pratos encomendados na temperatura correta é sempre muito grande nos consumidores. Para isso, é preciso fazer experiências para testar a qualidade da comida de acordo com o tempo de entrega. Atenção especial deve ser dada às bebidas! Observe se o tempo de entrega na sua região de atendimento não prejudica a temperatura de pratos e bebidas.



Tempo de preparo

As refeições de Natal geralmente são mais elaboradas e complexas. Por isso, oferecer encomendas no seu *delivery* evitará o recebimento de pedidos de última hora, que geralmente não chegam a tempo e acabam afastando os clientes.



Margem de lucro

As vendas de Natal criam muitas oportunidades para combos com pratos principais, frios, sobremesas e bebidas. Negocie antes com os seus fornecedores para evitar o período de maior procura, o que poderá diminuir suas chances de aumentar a margem de lucro.





Itens para oferecer no cardápio

Mesmo com as refeições mais elaboradas, aposte na simplicidade dos ingredientes que demandam menos tempo de preparo. Para as celebrações de Natal, teste produtos e combos que podem ser finalizados pelo próprio cliente ou que permitam uma montagem final dos pratos mais bonita.

Não se esqueça das embalagens!

As embalagens têm um papel essencial na consolidação da imagem profissional do seu negócio. Elas são uma poderosa ferramenta de marketing. Aproveite o clima natalino para dar um toque especial às suas embalagens, trazendo o espírito de confraternização para os seus clientes. Mas procure fornecedores o quanto antes para não encarecer suas embalagens. .

Precificando o seu cardápio de Natal



Os pratos de Natal podem oferecer mudanças significativas na sua produção e logística atual. Será necessário refazer a precificação especialmente para esta época.

Conheça os custos do seu prato:



Verifique os custos de produção – calcule todos os custos envolvidos na produção do prato, exceto de temperos como sal e pimenta.



Verique os custos da plataforma de delivery – acrescente ao seu cálculo as porcentagem ou *fees* cobradas pela plataforma de *delivery* para calcular o preço final do seu prato.



Fique de olho nas porções – é preciso ter consistência na montagem dos pratos para não ter desperdícios e não perder dinheiro. Pese as porções dos seus pratos para ter sempre a mesma quantidade de produtos nos demais.



Observe seus concorrentes - é sempre importante observar a concorrência para não estar totalmente fora do que é oferecido e até mesmo melhorar suas ofertas.



Qual a melhor porcentagem de lucro? Não existe um percentual ideal de lucro em cima de cada prato, mas há referências que apontam para lucros na faixa entre 28% e 32%.

Gostou das nossas dicas para montar e precificar o seu cardápio para o Natal? Não deixe de acompanhar os conteúdos da parceria **Sebrae + iFood**.

Referência

<https://news.ifood.com.br/quanto-crece-o-uso-de-apps-de-delivery-de-comida-no-mundo/>

<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/natal-pode-ser-uma-boa-epoca-para-as-vendas-no-delivery>

<https://blog.pagseguro.uol.com.br/como-montar-um-cardapio-mais-atrativo-e-aumentar-as-vendas-e-pelo-delivery/>

<https://www.alloy.ai/post/como-criar-um-cardapio-de-restaurante-ou-delivery-irresistivel>

<https://news.ifood.com.br/como-calcular-o-melhor-preco-para-cada-prato-do-cardapio/>

<https://blog.praticabr.com/precificar-cardapio/>

<https://www.menucontrol.com.br/como-precificar-pratos-e-alimentos/#:~:text=Para%2Ofazer%20o%20c%C3%A1culo%20basta,produzir%20e%20as%20despesas%20vari%C3%A1veis>

<https://www.terra.com.br/noticias/estudo-aponta-aumento-no-consumo-de-chocolates-biscoitos-e-bolos,f5db22ffcd17bcflb68161970b667d5njqc48gf.html>

<https://diariodocomercio.com.br/negocios/producao-de-panetones-ja-aquece-setor/>

<https://news.ifood.com.br/ifood-entrega-24-milhoes-de-pedidos-na-black-friday/>

<https://news.ifood.com.br/brasileiros-pedem-delivery-mais-por-prazer-do-que-por-conveniencia/>

<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/natal-pode-ser-uma-boa-epoca-para-as-vendas-no-delivery>

<https://godigitalfactory.com.br/como-montar-um-delivery-para-o-seu-negocio/>

<https://abrase.com.br/revista/mercado-e-tendencias/delivery-de-comida-vira-habito-para-mais-de-60-da-populacao/>

<https://exame.com/casual/natal-em-casa-com-10-opcoes-de-ceias-para-entrega/>

ifood
decola + **SEBRAE**