# Restaurant Revenue Management: un aiuto per far rendere il tuo business

img5239-1051d6ac

Le imprese della ristorazione si rivolgono a un mercato caratterizzato da “andamenti molto variabili”, in considerazione di una struttura produttiva per definizione non modificabile nel breve periodo. In una siffatta situazione, un concreto aiuto ci arriva dall’utilizzo delle tecniche di *Revenue Management specifico per la Ristorazione.*

Il Restaurant Revenue Management può essere descritto come un processo che mira a vendere il posto a sedere di un locale al *giusto cliente*, nel *momento giusto*, per la *giusta durata* e al *giusto prezzo* (“To selling the right product to the right costumers at the right time for the right prices” - Kirby D. Payne).

Questa è la frase di esordio ai miei corsi di Restaurant Revenue, ma spesso viene accolta con scetticismo. In particolare, mi chiedono: «come è possibile riuscire in tutto questo?». Innanzitutto, bisogna entrare nell’ottica che chi ha un ristorante gestisce un “prodotto” soggetto a un’accentuata “deperibilità”. Ogni posto a sedere invenduto, terminata la giornata lavorativa, non si potrà “recuperare” il giorno dopo. Quella vendita “scade”.

Il secondo passo, se si vuole utilizzare questa metodologia, è comprendere che non basta saturare la propria offerta al 100% in un periodo determinato, ma bisogna riuscire a portarla a saturazione al miglior prezzo possibile. Questo vuol dire avere una perfetta cognizione della domanda e dei tempi di fruizione della stessa, ossia del cliente e delle sue necessità. Spesso si confonde tale metodologia con attività promozionali, che vengono proposte nel proprio locale dall’imprenditore e che riescono a sortire, per quella giornata, risultati di occupazione molto rilevanti. Si sappia, questo non è Revenue Management. Tali azioni promozionali non sempre sono la conseguenza di un’analisi preventiva della domanda che, con una buona approssimazione, ne possa prevedere il successo, e un’analisi successiva che verifichi l’effettiva rilevanza che tale operazione susciterà nel medio periodo per quella azienda.

Il Restaurant Revenue, difatti, applicato nella maniera giusta, è un processo che si “autoalimenta”, nel raggiungimento della massimizzazione del fatturato. Il Restaurant Revenue Management, oggi, può sicuramente rappresentare la soluzione per chi ha deciso che la propria azienda ristorativa debba puntare alla crescita.

*img5253Paola Imparato è un Hospitality Business Developer e il core della sua attività è la formazione manageriale per le aziende del mondo Ho.Re.Ca. Vive e lavora fra Napoli e Bologna e vanta un’ampia esperienza come organizzatrice e docente di corsi di Food and Beverage Management, di Restaurant Marketing, di Motivazione del Personale Stagionale e di Conduzione Profittevole di una StartUp.*

*Chi fosse interessato a contattare l’autore può farlo scrivendo a:*

*www.ppuntoimparato.it*

*www.thefoodandbeverage.it*

*www.aprire-un-ristorante.it*