

Venda Mais Todos os Dias

Marketing especializado para Bares e Restaurantes





A mesa cheia é consequência de uma marca que serve mais do que comida.



7ps do Marketing

Ou melhor, os 7ps da Gastronomia



PRODUTO

“O melhor marketing é um bom produto.”

1. Acompanhar avaliações dos clientes (Google, iFood, TripAdvisor)
2. Ajustar pratos com baixa saída
3. Testar novas receitas com soft launch (ex: prato do dia/drink do dia)



PREÇO

“Preço não é só um número. É o quanto o cliente acha que o seu produto vale.”

1. Analisar concorrência local
2. Entender a percepção de valor da marca
3. Testar combos ou preços dinâmicos conforme o horário



PROCESSOS

“Os processos garantem que a excelência seja a regra e não a exceção.”

1. Padronizar a montagem dos pratos
2. Reduzir falhas no pedido
3. Realizar protocolos para casos de erro.



PRAÇA (DISTRIBUIÇÃO)

“Estar no lugar certo é metade do caminho.”

1. Avaliar localização física (fluxo, visibilidade, acesso)
2. Explorar canais digitais (delivery, retirada)
3. Otimizar tempo de entrega.



PROMOÇÃO (COMUNICAÇÃO)

“Promoção de verdade conecta propósito e desejo.”

1. Criar uma narrativa autêntica nas redes sociais, usar o storytelling do chef ou do prato, gerar desejo com fotos reais
2. Campanhas sazonais
3. Cliente ter a sensação que está ganhando algo



PESSOAS

“A gastronomia é feita por pessoas para pessoas.”

1. Treinamento constante da equipe (postura, atendimento, cultura da casa)
2. Ouvir quem tá na linha de frente
3. Descobrir o ICP 
4. Focar em nichos. 



PROVAS FÍSICAS

“O ambiente é o guardanapo invisível da marca — ou ele limpa, ou ele mancha.”.

1. Cuidar da apresentação dos pratos, da identidade visual do cardápio, da limpeza do espaço, dos pequenos detalhes (guardanapo, trilha sonora, cheiro).

Técnicas de Vendas



Crie Conexão

70% dos consumidores, admitem ter alta propensão de comprar de marcas que entendem suas necessidades.

Fonte: ConsumerChoice



Storytelling

Envolve seu cliente na história da sua marca. Conte sua histórias e os bastidores dela.



Prova Social

Use feedbacks positivos ao seu favor, aumenta a confiança na marca.



Antecipe Objeções

Saiba quais seriam os possíveis "NÃO" e encontre soluções.



Facilite o caminho

Dê opções, mas não muitas!



Gere Desejo

Somente deixe veicular fotos do seu cardápio que gere desejo.





VENDAS DIRETA

No salão ou via delivery.



PRODUTOS PRÓPRIOS

Linha de produtos exclusivos do restaurante/bar.

 **22 canais de faturamento mapeados**

 **17 canais utilizados na gastronomia**



REDES SOCIAIS

Influencers.



UPSELL/CROSSELL

Combos, adicionais,
harmonização de
bebidas/experimentação de
linha premium.



DEGUSTAÇÃO

Experiências.



EVENTOS

Aluguel do espaço ou co criações.



Marketing é igual comida boa: tem que ter técnica, mas sem tempero, ninguém volta.

Resumo Estratégico



Mapear os 7p's e correlacionar com o negócio.

STEP 01



Escolha quais canais testar por trimestre (Sugestão 2 a 3 canais)

STEP 02



Ajustar as campanhas ao ICP, nicho e objetivos do bar e/ou restaurante.

STEP 03



Estabeleça métricas, acompanhe, avalie. Deu certo continua, Se não trazer resultado, troque o canal.

STEP 04

DICA EXTRA: Trabalhe na antecipação, planeje as campanhas com 3 meses de antecedência.



Thank You



Dúvidas? Contate a palestrante no e-mail mikaelleduarte@creativeinnovation.com, pelo linkedin **Mikaelle Duarte** ou telefone 11987183758.