

Razones por las que debes obtener datos en tu negocio de hostelería



Jorge de la Cruz
GASTROMARKETING

@jcm2316

Por qué debes obtener datos en tu negocio de hostelería

Obtener datos

Razones por las que debes obtener datos en tu negocio de hostelería

Obtener datos

Cómo lo realizan los establecimientos más recientes

Los restaurantes o establecimientos de apertura más reciente tienen muy claro que los datos son una información imprescindible en el funcionamiento de su negocio.

De echo, la mayoría cuentan con diferentes medios para obtenerlos y tecnología que les permite realizarlo de forma constante y sencilla.

Pero no solo los obtienen, sino que gracias a su estudio, recaban la información necesaria para conseguir mejores resultados.

Obtienen datos de su gestión, de su comportamiento financiero y también, muy importante, en lo referente al comportamiento de sus clientes.

Con esa información optimizan recursos, establecen una comunicación constante e implantan sistemas de fidelización que les permite retenerlos.

¿Y los establecimientos de trayectoria más larga?

Pero...

¿Qué ocurre con todos aquellos establecimientos que llevan muchos años de funcionamiento?

¿Locales que no tiene la costumbre de recopilar datos más allá de los resultados de caja de cada día?

Hay una gran cantidad de negocios que abrieron hace mucho, han tenido su éxito y no tienen asumida la costumbre de recopilar datos.

Sencillamente por que no los han necesitado para obtener buenos resultados.

A estos establecimientos les resulta un tanto engorrosa la costumbre de empezar a realizar dicha tarea.

Tal vez, por que no llegan a entender los grandes beneficios que se pueden obtener de disponer de dicha información.

Pero los tiempos han cambiado, los clientes también y lo mismo que sus comportamientos, por lo que no queda más remedio que disponer de más información.

Porque no basta con recopilarlos, después hay que analizar la información que te proporcionan y optimizar procesos acordes con ella.

Veamos pues las diferentes razones concretas por las que se debe obtener datos en el funcionamiento de tu negocio de hostelería y cuales son sus beneficios.

Con la esperanza de convencerte de la utilidad del esfuerzo que supone empezar a recabar y estudiar los datos de funcionamiento de tu negocio.

obtener datos

obtener datos

Lo que no se mide, no se mejora

Es básico.

Todo aquello que no se mide no se puede mejorar, sencillamente por que no tienes referencia para ello.

Por lo tanto, si quieres mejorar algo necesitas medirlo de alguna forma con el fin de ver los resultados y mejorarlos.

Si quieres correr más rápido mides el tiempo que tardas para saber si mejoras o no.

Lo vital de todo esto, es la información que obtienes al analizar los datos recopilados.

Esta información es la que te va a permitir tomar las decisiones adecuadas para mejorar lo medido.

Decisiones que resultaran más acertadas, ya que los datos te ofrecen información veraz de los hechos.

Mientras que los recuerdos o las impresiones son siempre subjetivas y llevan siempre a información errónea.

Los gestores que están al pie de cañón suelen tener una información del funcionamiento del negocio que consideran veraz.

Pero la experiencia me ha demostrado que los datos desmienten en muchos casos las impresiones que se obtienen observando el funcionamiento del negocio, a pesar de estar presente en la actividad de cada día.

Permiten optimizar recursos

Con los datos podrás conocer mejor el funcionamiento del negocio y con ello podrás optimizar mucho mejor los recursos.

Podrás mejorar las compras de materia prima y mercancías que vayas a necesitar, ya que podrás tener predicciones mucho más acertadas.

Optimizar la organización del personal ya que tendrás una información más precisa del funcionamiento del local.

Saber qué días tienes mayor afluencia de público, a qué horas, qué meses, etc.

E incluso qué día es el más adecuado para cerrar si así lo necesitas para descanso del personal.

Es cierto que en estos tiempos esto es muy variable.

Unos días se trabaja mucho sin saber bien por qué y sin esperarlo, otros en cambio no se trabaja lo que estaba previsto, sin haber una razón clara.

A pesar de esto, si no tienes los datos históricos de funcionamiento que te permitan tener una visión más general, la confusión sería aún mayor.

Y los datos te muestran al menos una tendencia que si se produce.

Son vitales para la gestión

Otros de los datos que resultan imprescindibles son aquellos que afectan directamente a la gestión.

Como tener los datos precisos de los costes de los productos que elaboramos

para conocer su rentabilidad.

Y aquí sí que hay que ser muy preciso, ya que todos tus productos deben ser realmente rentables y no tener una estimación de su rentabilidad.

Esto afecta directamente a los resultados económicos del negocio y a su viabilidad.

obtener datos



HAMBURGUESA DE BUEY Y QUESO GORGONZOLA

INGREDIENTES	PESO BRUTO	PRECIO UNIDAD/KILO	CANTIDAD	COSTE PRODUCTO
Panecillo sésamo		0,13	1	0,13 €
Carne de buey	150 gr	1,55	1	1,55 €
Rodajas de tomate	50 gr	2,1	0,05	0,11 €
Rúcula	40 gr	4,9	0,04	0,20 €
Salsa barbacoa	40 gr	4,43	0,04	0,18 €
Semillas de girasol	30 gr	4,55	0,03	0,14 €
Queso gorgonzola	80 gr	12,4	0,08	0,99 €
Manzana caramelizada	60 gr	2,1	0,06	0,13 €
Pasas	50 gr	4,4	0,05	0,22 €
Mayonesa	40 gr	1,9	0,04	0,08 €
Patatas fritas	100 gr	1,2	0,1	0,12 €
Banderilla		0,05	1	0,05 €
Pincho de madera		0,05	1	0,05 €
Sal, especias		0,05	1	0,05 €
Total Coste del plato				4,00 €



Posibilitan optimizar el almacén

Conocer los datos de venta de cada uno de los productos te va a permitir optimizar el almacén.

Eliminar aquellas referencias que apenas se vendan y mejorar la compra de aquellos productos que más salida tengan.

Bien consiguiendo mejor precio al comprar más cantidad o mejorando su rotación.

Optimizar el almacén permite tener inmovilizado el efectivo imprescindible liberando recursos que pudieran no estar disponibles convertidos en mercancía que no se mueve.

Permiten mejorar las ventas

Si sabes con precisión qué productos se venden bien y cuales no, podrás optimizar tu carta para que sea más comercial.

Y cada vez la irás perfeccionando haciéndola más rentable.

Podrás conocer los procesos repetitivos que se producen en tu negocio.

Por ejemplo, qué productos se suelen consumir con qué otros productos.

Esto te permite optimizar tu menú conociendo las combinaciones más acertadas.

O cómo combinar una promoción para que encaje mejor.

Sabrás qué debes potenciar y qué no.

Conocer los procesos reiterativos que se producen en tu negocio tanto en el consumo de productos como en el comportamiento de tus clientes.

Conocerás que le gusta a tus clientes y que menos.

Y todo esto redunda en la optimización de las ventas.

[Lo que no se mide no se puede mejorar. Debes obtener datos del funcionamiento de tu negocio Clic para tuitear](#)

Optimizar los pedidos online

Si realizas esta actividad en tu negocio, la recopilación de datos resulta imprescindible.

Conocerás cuándo, cómo y qué es lo que los clientes te solicitan que les envíes.

Sabrás dónde están localizados y podrás organizarte mejor para hacer frente a la demanda.

Podrás potenciar este servicio y mejorarlo, incluso abrir nuevas vías de negocio que pueden ser rentables.

Como por ejemplo incorporar otros productos pensados para este servicio en exclusiva, que pueden ser interesantes para ese público.

O ampliar el reparto a zonas más rentables.

Saber en que zonas necesitas potenciar tu publicidad segmentando geográficamente.

Ventajas de obtener datos de tus clientes

Este es otro de los aspectos más interesantes de la obtención de datos.

No solo se trata de la recogida de sus datos personales, lo que te permitirá crear una base de datos de lo más rentable, sino también de su comportamiento.

Podrás entablar una conversación con ellos para informarles de lo que haces, de las novedades y de las promociones que realices.

A parte de recordarles que existes.

Podrás optimizar tus campañas de marketing si conoces el comportamiento.

Por ejemplo, si sabes qué día acuden y qué edad tienen, cuáles son los productos que suele consumir y en que número acuden.

Conocer a qué hora suelen venir y a qué días, te va a permitir optimizar mucho mejor tu oferta y tu servicio.

Incluso colocar las mesas de tu sala de la forma más adecuada.

Ya que si acuden en mayor medida parejas que grupos de cuatro, te interesa tener más mesas para dos que mesas grandes de cuatro o más.

El BBVA empezó a facilitar información a sus clientes de hostelería que usan sus TPV acerca del comportamiento de los clientes que pagaban con tarjeta.

Datos referentes a en qué días gastaban más, qué tipo de establecimientos frecuentaban o que establecimientos de tu zona visitaban también.

Una información que puede ser muy esclarecedora y útil.

obtener datos



Consigues fidelizar a tus clientes

Obtener datos de comportamiento de tus clientes y sus características personales te va a permitir poder fidelizarlo de forma más positiva.

Saber lo que le gusta y a quién, es una valiosa información para fidelizarlos.

Al cliente le encanta que le conozcan, le ofrezcan lo que le gusta y cuales son sus preferencias.

Cuanto mayor conocimiento tengas de él, mejor podrás satisfacerle.

Con lo que conseguirás fidelizarlo frente a tu competencia.

Pero además, podrás realizar acciones de marketing que consigan este objetivo.

Por poner un ejemplo, si conoces quienes son madres o padres, podrás hacerles propuestas en su día señalado.

Acciones destinadas al día de la madre o del padre que seguro acudirán con sus familias.

Si conoces sus cumpleaños, podrás realizar acciones o promociones, además de felicitarlo.

Podrás hacerles una invitación o un regalo y las probabilidades de que acudan a tu negocio acompañados será muy altas.

Obtener datos de la satisfacción del cliente

Los datos te van a informar también de la satisfacción real del cliente.

Las encuestas de satisfacción proporcionan datos que ofrecen una valiosa información con la que se puede mejorar de forma muy eficaz.

Te van a contar qué les gusta y qué no.

Con lo que podrás rectificar todo aquello que realmente no funciona.

Desde productos hasta el personal.

¿Hay algo más valioso en un negocio que saber qué quieren tus clientes y qué les gusta?

Esta información te la proporcionan los datos de una encuesta de satisfacción.

Adaptarse a cada tipo de negocio

Indudablemente la obtención de datos debe ser acorde al tipo de negocio.

Si se trata de un establecimiento con un paso frecuente de clientes que no son recurrentes, como puede ser una cafetería en una estación de tren, que lo más normal es que no vuelvan, no tiene sentido obtener datos personales de los clientes.

Ya que la dificultad de obtenerlos se complica.

Pero sí podemos obtener datos de su comportamiento.

En estos casos, conocer qué tipo de cliente nos visita también tendrá su utilidad y permitirá conocer mejor a tu público objetivo.

Por lo que la recopilación de los datos debe tener sentido y ser de utilidad.

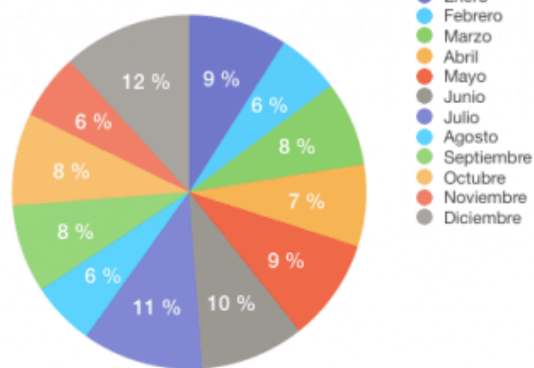
Cada tipo de negocio tendrá sus peculiaridades y la obtención de los datos deberá ser acorde con ella.

obtener datos

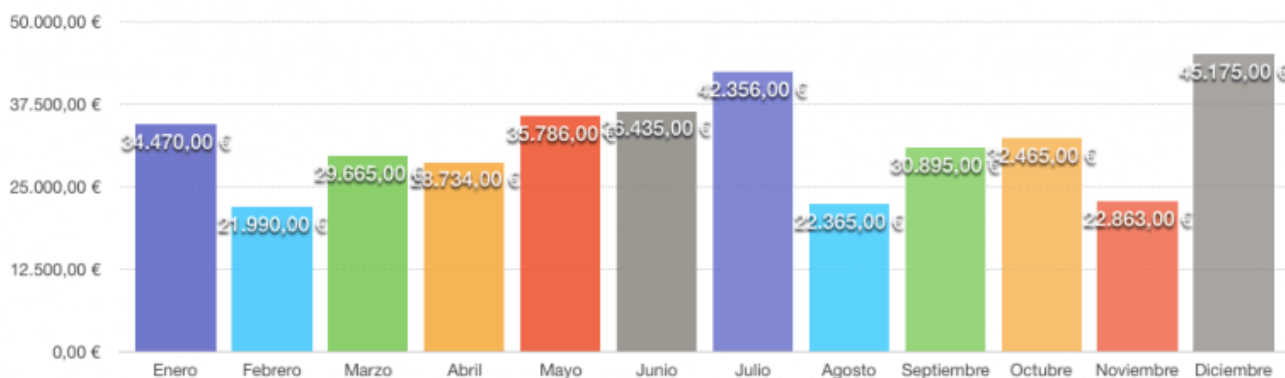
Ventas realizadas año 2016

MESES	VENTAS
Enero	34.470,00 €
Febrero	21.990,00 €
Marzo	29.665,00 €
Abril	28.734,00 €
Mayo	35.786,00 €
Junio	36.435,00 €
Julio	42.356,00 €
Agosto	22.365,00 €
Septiembre	30.895,00 €
Octubre	32.465,00 €
Noviembre	22.863,00 €
Diciembre	45.175,00 €

Gráfica de sectores



Gráfica de columnas



Los cuatro pilares de los datos

En resumen, habrás podido comprobar la importancia de tener los datos de la gestión de tu negocio que te permitirán obtener una rentabilidad adecuada.

Los datos financieros del funcionamiento con los que podrás optimizar recursos.

Datos personales de tus clientes que te permitirán mejorar y crecer.

Tener los datos de sus comportamientos te permitirá afinar tu oferta y optimizar tus acciones de marketing.

¿Dudas aún de la necesidad de obtener datos del funcionamiento de tu negocio?

A pesar de que en un principio esta tarea te pueda resultar engorrosa, lo cierto es que es solo cuestión de acostumbrarse y organizarse, a cambio podrás obtener información vital para conseguir obtener los resultados deseados.

Contenido relacionado

- [Más información acerca del uso de los datos en los restaurantes.](#)
- [Cómo obtener datos de tus clientes sin que se enfaden.](#)

- [Puede que te interese leer este post acerca de las bases de datos en un restaurante.](#)
- [O este otro acerca de las encuestas de satisfacción del cliente.](#)

obtener datos

La imagen es cedida por [PIXABAY](#)

obtener datos

Me gustaría saber tu opinión y si consideras que hay algún aspecto o ventaja en el uso de los datos que no haya mencionado en este post.

Como siempre, deja tus comentarios aquí abajo ↓↓↓