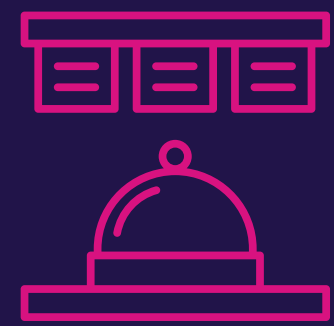


A jornada de experiência  
gastronômica no **NOVO NORMAL**

risposta





# A JORNADA DE EXPERIÊNCIA DO SEU RESTAURANTE PRECISA SER REPENSADA.

Este documento expõe **alternativas** e oferece **sugestões** para suavizar a experiência do seu cliente mediante os desafios do novo normal.

Estudo baseado na análise de dados de 1 milhão de clientes reais

# INTRODUÇÃO: o Novo Normal na alimentação fora do lar

Neste momento de “**Novo Normal**” e de **COVID-19**, as pessoas anseiam pela volta da rotina fora de casa, estão ávidas por retornar aos hábitos de alimentação em bares e restaurantes, querem contato e calor humano e desejam reencontrar as experiências prazerosas à mesa. Contudo, as expectativas e comportamentos mudaram. Ambos, consumidor e empresário, retornam à ativa atentos, suscetíveis ao erro. Mas desta composição, destes pontos obscuros, podem surgir grandes oportunidades. E é disto que vamos falar aqui.

Nesta fase que se inicia, o consumidor terá perspectivas e exigências que vão muito além do bom serviço e de uma refeição de excelência. E aí pode se esconder um potencial de diferenciais.

A empresa de big data e experiência do cliente **Risposta** e o **Mundo MESA** – Núcleo de Inteligência em Gastronomia, fizeram um levantamento para ajudar o dono do estabelecimento a se posicionar neste recomeço do setor. Baseado em um arquivo de milhões de dados colhidos em pesquisas de satisfação do consumidor no pré Covid, acrescidos de análises recentíssimas, feitas a partir de questionários submetidos a consumidores no exato momento de reabertura de restaurantes no sul do país, este documento serve de guia. O cruzamento de dados evidencia temores e desejos, projeta alternativas e oferece luz no caminho de retomada dos negócios do setor com mais segurança. As lâminas a seguir vão ajudar o dono do negócio a esquadrihar as novas exigências do seu cliente e dos desafios do **Novo Normal** na restauração.

**Boa leitura.**

**A EXPERIÊNCIA É O NOVO MARKETING”**

STEVE CANNON (CEO MERCEDEZ – BENZ)

recriando a jornada de experiência gastronômica no NOVO NORMAL

# Quatro etapas para entender a retomada



**PREÇO X EXPERIÊNCIA**



**STRESS PRÉ-COVID**



**PERCEPÇÃO DOS CLIENTES**

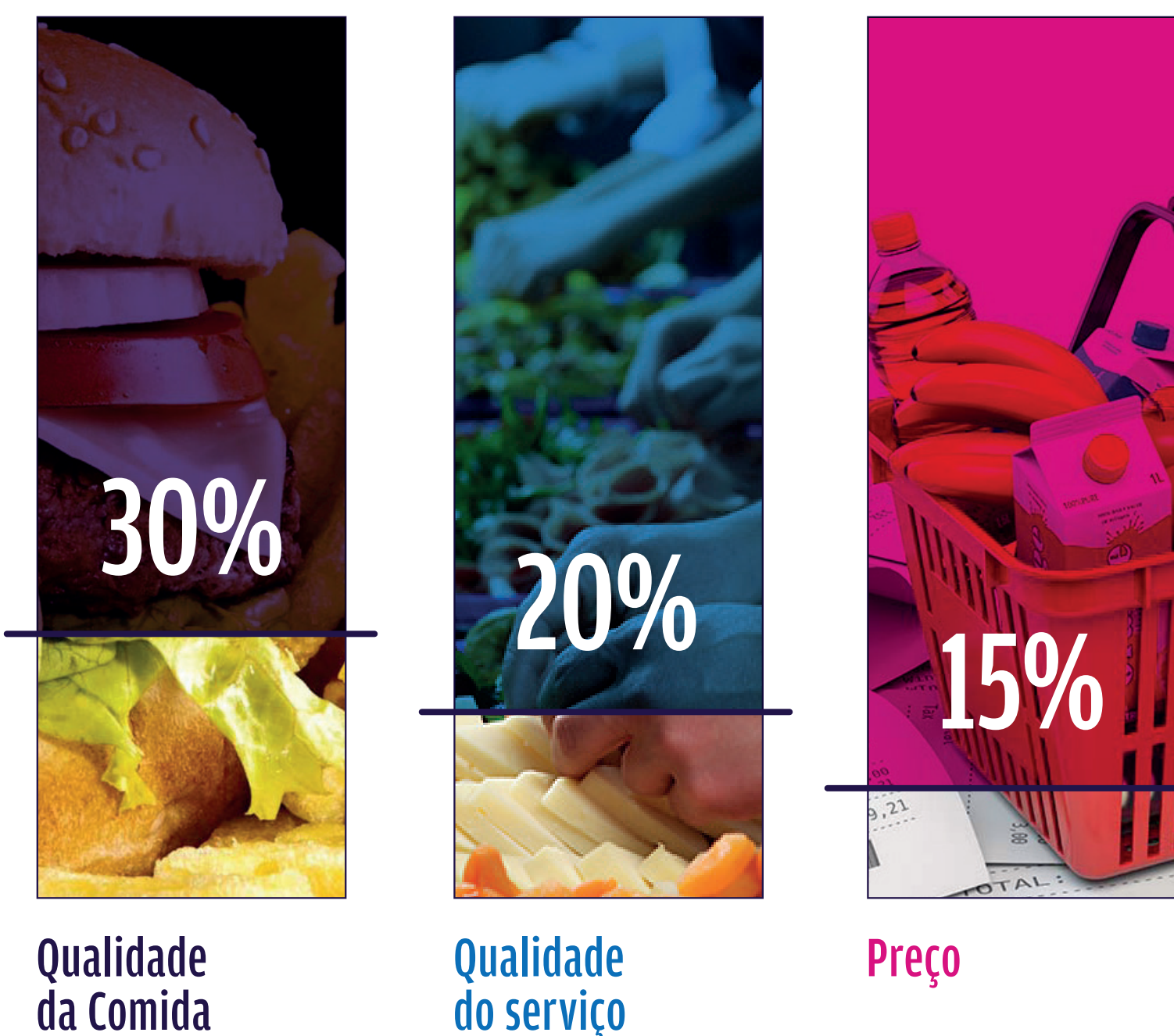


**STRESS PÓS-COVID**

## NÚMEROS



# A experiência do cliente já era a maior oportunidade antes mesmo da chegada do **NOVO NORMAL**



## % DE CLIENTES NÃO SATISFEITOS

Ao contrário do senso comum, os números mostram que:

**O PERCENTUAL DE CLIENTES NÃO SATISFEITOS COM A QUALIDADE DA COMIDA E DO SERVIÇO É QUASE O DOBRO DOS CLIENTES QUE RECLAMAM DO PREÇO**

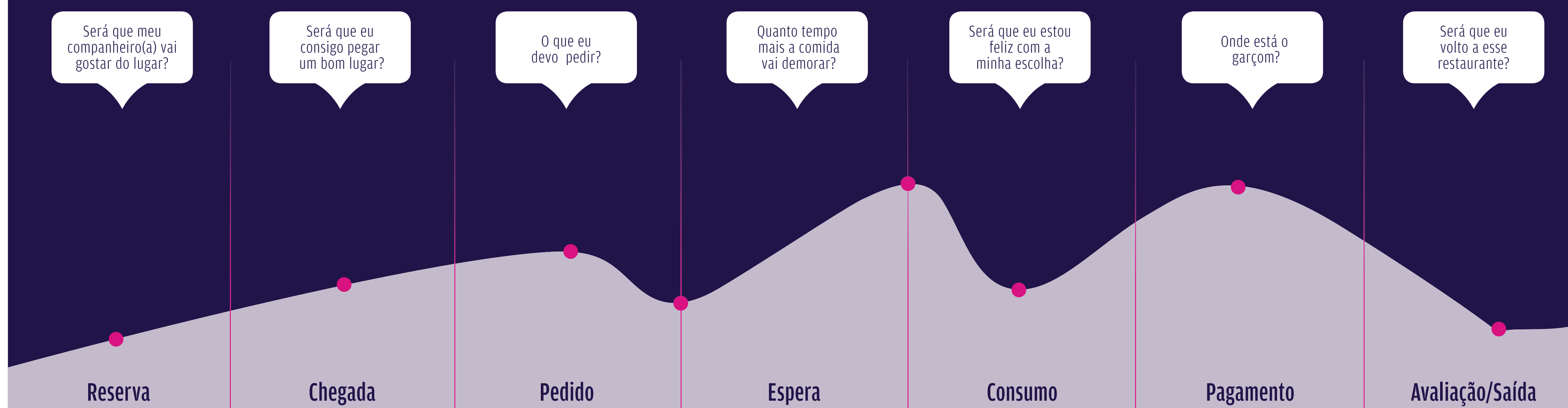
(\*) Fonte de dados de experiência do cliente: base Risposta 2019-2020

## NÚMEROS



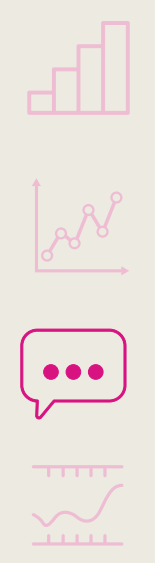
# O gráfico abaixo ilustra o nível de stress ou atrito na experiência nos restaurantes table service do Brasil (pré-covid)

O EIXO VERTICAL "Y" REPRESENTA o nível de atrito da experiência, quanto maior o número maior o risco



(\*) Linha de stress calculada a partir dos dados da plataforma Risposta Research em 2020 – Restaurantes Brasil

NÚMEROS



# O “**NOVO NORMAL**” traz novas questões e modifica consideravelmente a percepção dos clientes



Será que já é hora de frequentar restaurantes?

Como esse restaurante está controlando o recebimento de insumos?

E se eu precisar ir ao banheiro?

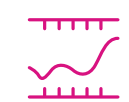
Será que esse restaurante é mesmo seguro?

Esse restaurante era pequeno, como eles farão para evitar aglomerações?

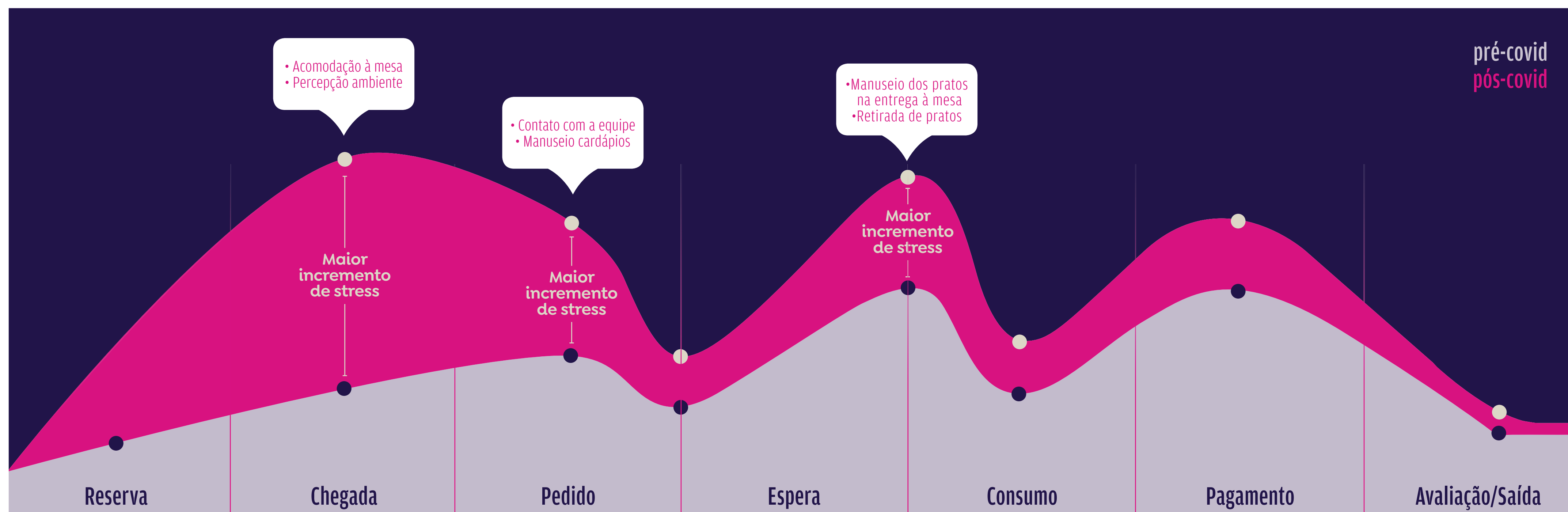
Será que é seguro trazer minha família para esse restaurante?

Como foram higienizadas as cadeiras e mesas?

## NÚMEROS



# A curva de stress no novo normal comparada à curva pré-covid e seus pontos de atenção



(\*) Linha de stress estimada a partir dos restaurantes reabertos sul + restaurantes Europa



recriando a jornada de experiência gastronômica no **NOVO NORMAL**

# Como achatar a curva de atrito do novo normal em quatro conceitos

Reduzindo a amplitude da curva de stress em quatro conceitos fundamentais....



**HUMANIZAR**

GO DIGITAL, STAY HUMAN



**MODERNIZAR**



**COMUNICAR**



**CRIAR**

KEEP CALM, CREATE AND COMMUNICATE

**CONCEITOS**

# HUMANIZAR

O mundo parou e não será mais o mesmo. As pessoas se transformam diante das crises que são obrigadas a enfrentar. Crenças e valores são revistos. Sentimentos como **EMPATIA** e **SOLIDARIEDADE** são fortalecidos.

Você conhece seu novo cliente, seus receios e desejos?

## ENTENDA OS DIFERENTES TIPOS DE CLIENTES DURANTE A TRANSIÇÃO

- 1** cauteloso  
Embora esteja ansioso pela retomada de sua rotina, este consumidor está em conflito: receia aceitar os riscos inerentes às experiências fora de casa.
- 2** desbravador  
Ele quer ser um dos primeiros a frequentar ambientes fora de casa. Quer experimentar, avaliar e contar para os amigos sobre a experiência que teve no retorno aos bares e restaurantes.
- 3** adaptado  
Já adaptado ao novo normal, está disposto a continuar a correr mais riscos e muito ávido a manter a intensidade das experiências que tinham antes da epidemia.

O DIFERENCIAL COMPETITIVO DAS MARCAS E DOS RESTAURANTES QUE VÃO SOBREVIVER À CRISE ESTÁ NA HABILIDADE DE RECONHECER E TER SOLUÇÕES PARA OS DIVERSOS TIPOS DE CLIENTE

## CONCEITOS



# MODERNIZAR

A pandemia do **COVID-19** acelerou as transformações digitais e consolidou mudanças em todo o mundo. Especialistas garantem que avançamos 2 anos em 2 meses.

Com o ambiente digital cada vez mais disputado, é importante que os restaurantes se atentem a uma boa estratégia para se diferenciar. E, para isso, o uso de **DADOS** é essencial.

Os **DADOS** não só ajudam a criar melhores experiências, através do entendimento do que o cliente quer e precisa neste momento, como também garantem maior retorno financeiro para os negócios.

SE ANTES DADOS E TECNOLOGIA ERAM COMPLEMENTOS,  
AGORA SÃO FUNDAMENTOS

**CONCEITOS**

# COMUNICAR

Em momentos de crise, as empresas que conseguem manter o relacionamento e a comunicação com seus clientes saem mais fortalecidas a longo prazo.

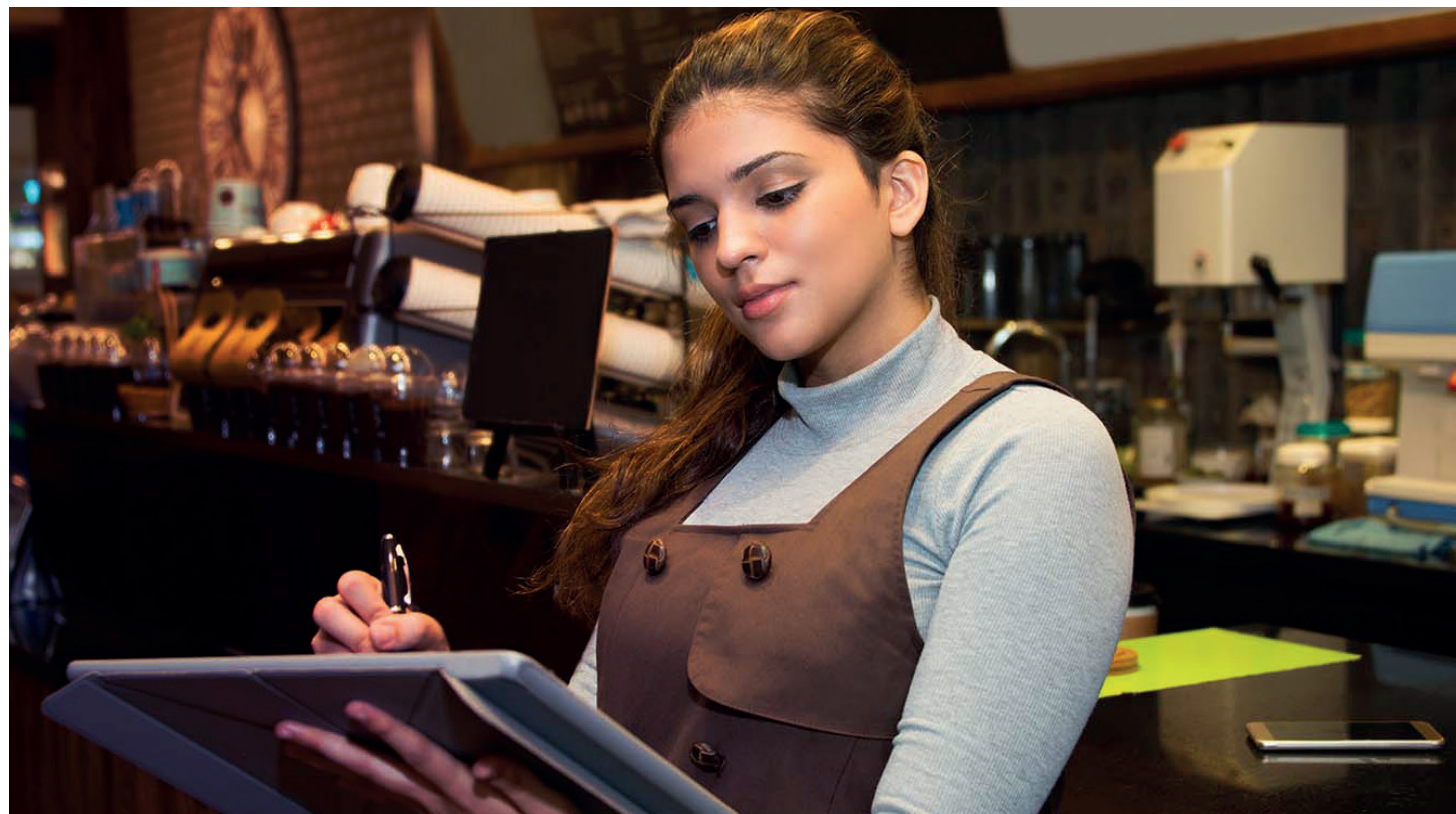
COMUNIQUE COM CLAREZA E OBJETIVIDADE TODOS OS ESFORÇOS QUE ESTÃO SENDO FEITOS DIANTE DA PANDEMIA.

DEIXE EVIDENTE O PROTOCOLO DE SEGURANÇA, COM MEDIDAS DE HIGIENE E DISTANCIAMENTO.

UTILIZE MATERIAIS DIVERSOS PARA A COMUNICAÇÃO DIRETA DAS INFORMAÇÕES PERTINENTES À SITUAÇÃO.

SINALIZAÇÃO NO CHÃO PARA DEFINIR ESPAÇAMENTO ENTRE PESSOAS E ENTRE MESAS.

EQUIPE TREINADA PARA PASSAR VERBALMENTE AS INFORMAÇÕES E TIRAR DÚVIDAS.



## CONCEITOS



# CRIAR

Como tornar visível o invisível ato de garantir a segurança e limpeza?

## RESTAURANTES CRIATIVOS SÃO OS QUE MELHOR SE ADAPTAM A **NOVAS CIRCUNSTÂNCIAS.**

**ATRAIA CONFIANÇA ATRAVÉS DE DESIGN BEM ELABORADO:**

OS DESAFIOS ESPACIAIS TAMBÉM DEVERÃO SER ABORDADOS COM CRIATIVIDADE PARA MAXIMIZAR O NÚMERO DE MESAS NO SALÃO. POR VEZES, A SOLUÇÃO “2 METROS” PODE TORNAR O NEGÓCIO INVIÁVEL. AVALIE O USO DE BARREIRAS FÍSICAS.



Busque comunicações visuais criativas, deixando mais atraente o ambiente.



Prefira cozinhas abertas que tornem visíveis os protocolos de segurança.



CONSIDERE A POSSIBILIDADE DE OCUPAÇÃO DE CALÇADAS, ESTACIONAMENTOS OU ESPAÇOS ABERTOS ADJACENTES.

## CONCEITOS



# ESTUDO DE CASO

## A PARCERIA DA INDÚSTRIA DA MODA E DOS RESTAURANTES

Na cidade de Vilnius, capital da Lituânia, uma parceria inusitada entre **donos de restaurantes** e **donos de lojas** foi realizada: manequins exibindo criações recentes de estilistas foram colocados nas mesas que precisam ficar vazias para manter o **distanciamento** entre os clientes.



## NOSSO PRATO.ORG

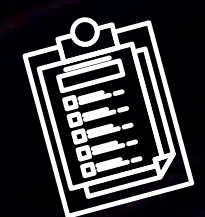
O **Nosso Prato** é um projeto social que, através de um sistema simples de doações a partir de 9 reais, distribui refeições às pessoas em situação de risco e aos profissionais da saúde que estão na frente de batalha, e ainda sustenta trabalhadores do setor de catering e restaurantes durante a crise de pandemia.



recriando a jornada de experiência gastronômica no NOVO NORMAL

# soluções

PRÁTICAS PARA REDUZIR O **ATRITO** DO CLIENTE NA JORNADA DO NOVO NORMAL



RESERVA



CHEGADA



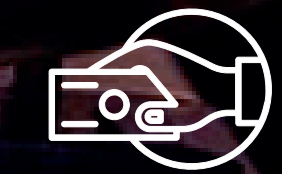
PEDIDO



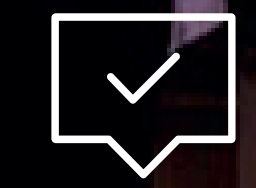
ESPERA



CONSUMO



PAGAMENTO



AVALIAÇÃO

## SOLUÇÕES



# NA RESERVA

 A EXPERIÊNCIA CONFIRMADA EM DADOS (PRÉ-COVID):





**8%**  
ÍNDICE DE NÃO SATISFEITOS NA RESERVA

 Falta de simpatia **33%**

 Telefone não funciona **25%**

 Outros **58%**

## SOLUÇÕES PARA O NOVO NORMAL:

- 1  Treinar a equipe para comunicar com clareza e empatia as novas práticas adotadas para proteger os clientes
- 2  Anotar com atenção especial as solicitações de cada cliente (ex. mesa próxima a janela ou com boa circulação de ar)
- 3  Contornar com simpatia e clareza eventuais situações que não poderão ser mais atendidas (ex. reservas para comemorações para mais de x pessoas)
- 4  Configurar os aplicativos de reserva para que atendam às novas limitações de ocupação do salão e o novo tempo de giro das mesas





SOLUÇÕES

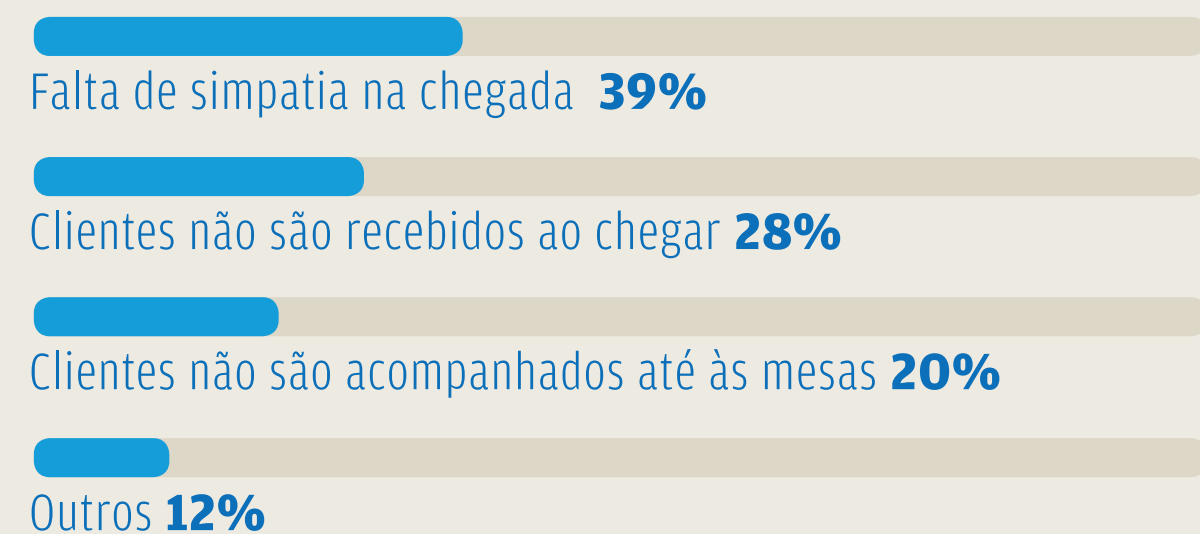


# NA CHEGADA


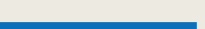
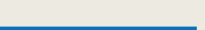

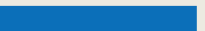


 A EXPERIÊNCIA CONFIRMADA EM DADOS (PRÉ-COVID):

**15%** ÍNDICE DE NÃO SATISFEITOS NA CHEGADA



## SOLUÇÕES PARA O NOVO NORMAL:

- 1  A equipe precisa informar e comunicar com clareza como será a interação entre os clientes e a equipe do restaurante durante a experiência.
- 2  Não esquecer da energia e da simpatia. A primeira impressão vai contar muito no novo normal.
- 3  Prover um saco descartável e higienizado para que os clientes possam guardar sua máscara no momento da refeição.
- 4  Disponibilizar um kit individual de higienização para cada mesa
- 5  Prover material de apoio digital com as novas boas práticas do restaurante (cuidados com a preparação da comida, política de higienização da mise-en-place, política de troca de uniformes, etc)

## SOLUÇÕES



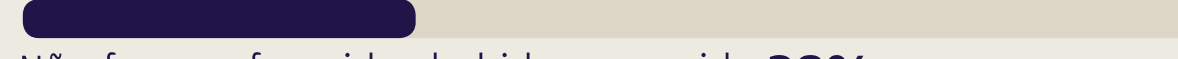
# NA FILA DE ESPERA



 A EXPERIÊNCIA CONFIRMADA EM DADOS (PRÉ-COVID):





**15%** ÍNDICE DE NÃO SATISFEITOS NA FILA DE ESPERA

 Falta de organização das filas **39%**

 Não foram oferecidas bebidas e comida **38%**

 Falta de simpatia dos atendentes na fila **23%**

## SOLUÇÕES PARA O NOVO NORMAL:

-  Comunicar com clareza as estimativas de tempo de espera e garantir a ordem de chegada e distância entre os clientes.
-  Criar áreas de espera preferencialmente bem iluminadas, com boa circulação de ar e devidamente sinalizadas indicando as regras de distanciamento.
-  Máscaras extras disponíveis e descartáveis para os clientes que tiverem necessidade de troca.
-  Garantir a organização da fila com auxílio de aplicativos de filas virtuais.

## SOLUÇÕES



# NA ACOMODAÇÃO À MESA

✓ A EXPERIÊNCIA CONFIRMADA EM DADOS (PRÉ-COVID):

**23%** ÍNDICE DE NÃO SATISFEITOS COM A LIMPEZA DOS AMBIENTES

Melhorar limpeza das mesas/toalha **35%**

Cheiro de comida muito forte **33%**

Melhorar limpeza dos banheiros **21%**

Melhorar limpeza dos talheres **11%**



## SOLUÇÕES PARA O NOVO NORMAL:

- 1 Ao acomodar o cliente à mesa, a equipe precisa estar treinada para explicar sucintamente e com clareza os procedimentos de higienização da mesma.
- 2 Para facilitar o giro, as cadeiras, mesas e todos as superfícies de contato devem ser higienizadas com capricho antes da chegada do cliente.
- 3 A equipe deve estar sempre preparada para repetir o procedimento de higienização, se assim o cliente desejar.
- 4 Oferecer aos clientes a opção de talheres, copos e outros itens descartáveis. Jogos americanos devem ser de material não poroso para facilitar a higienização.
- 5 Separe membros da equipe responsáveis somente para limpeza de giro das mesas e retirada dos itens utilizados, se possível, vestindo máscaras de cor diferenciada.

## SOLUÇÕES



## NO PEDIDO

 A EXPERIÊNCIA CONFIRMADA EM DADOS (PRÉ-COVID):

**40%** ÍNDICE DE NÃO SATISFEITOS NO PEDIDO

Falta de flexibilidade na customização dos pratos **23%**





Falta de opções de entradas/aperitivos **22%**

Falta de opções de sobremesa **12%**

Falta de opções light/baixa caloria **10%**

Outros **33%**

## SOLUÇÕES PARA O NOVO NORMAL:

- 1  Oferecer opções de cardápios digitais e lousas visíveis com os itens do menu. Ter opções para diferentes tipos de clientes é o mais indicado.
- 2  Cardápios mais enxutos com nomes fáceis e descrições assertivas que não gerem dúvidas nos clientes.
- 3  Treinar a equipe para conhecer o cardápio e saber explicar métodos de preparo e novas políticas adotadas pela cozinha.
- 4  Oferecer a opção de pedir entrada, prato principal e sobremesa logo de início, mostrando preocupação em reduzir o contato frequente com os clientes e não pressioná-los a fazer os pedidos.



## SOLUÇÕES



# NA ENTREGA DOS ÍTENS



A EXPERIÊNCIA CONFIRMADA EM DADOS (PRÉ-COVID):

**21%**  
ÍNDICE DE NÃO SATISFEITOS COM A APRESENTAÇÃO DOS PRATOS

Produtos mal organizados no prato **35%**

Falta de capricho na montagem **30%**

Outros **35%**

## SOLUÇÕES PARA O NOVO NORMAL:

- Para facilitar a entrega dos pratos, crie pontos de apoio entre as mesas com suportes de bandejas para que os garçons possam servir aos clientes de forma harmônica e organizada.
- Utilize a prática de mapa de assentos nas mesas ao entregar e anotar os pedidos, evitando assim confusão nesse momento.
- Evite transportar os pratos com as mãos. Caso seja indispensável, treine a equipe para o manuseio correto pela base do prato sem contato com a parte interior.
- Durante a entrega ou retirada de itens, os garçons devem se movimentar com leveza, observando o espaço entre os clientes.

## SOLUÇÕES



## NO CONSUMO



✓ A EXPERIÊNCIA CONFIRMADA EM DADOS (PRÉ-COVID):

**40%** ÍNDICE DE NÃO SATISFEITOS COM O CUIDADO DA EQUIPE

Em **40%** das experiências medidas, os colaboradores não checavam se os clientes estavam satisfeitos ao longo da experiência.

## SOLUÇÕES PARA O NOVO NORMAL:

- 1 Para evitar a ida constante as mesas, reforce o treinamento e a capacidade de leitura de linguagem corporal da sua equipe.
- 2 A limpeza e organização da mesa durante o consumo deve ser realizada em poucas intervenções e respeitando a troca de pratos de todos os clientes.
- 3 Utilizar aparadores ou carrinhos para facilitar a retirada dos itens que devam sair do salão para a cozinha.
- 4 Treine a equipe para saber como direcionar os clientes que queiram utilizar os banheiros e lavatórios - uma boa oportunidade para explicar a política de limpeza dos mesmos e transmitir segurança ao cliente.

## SOLUÇÕES



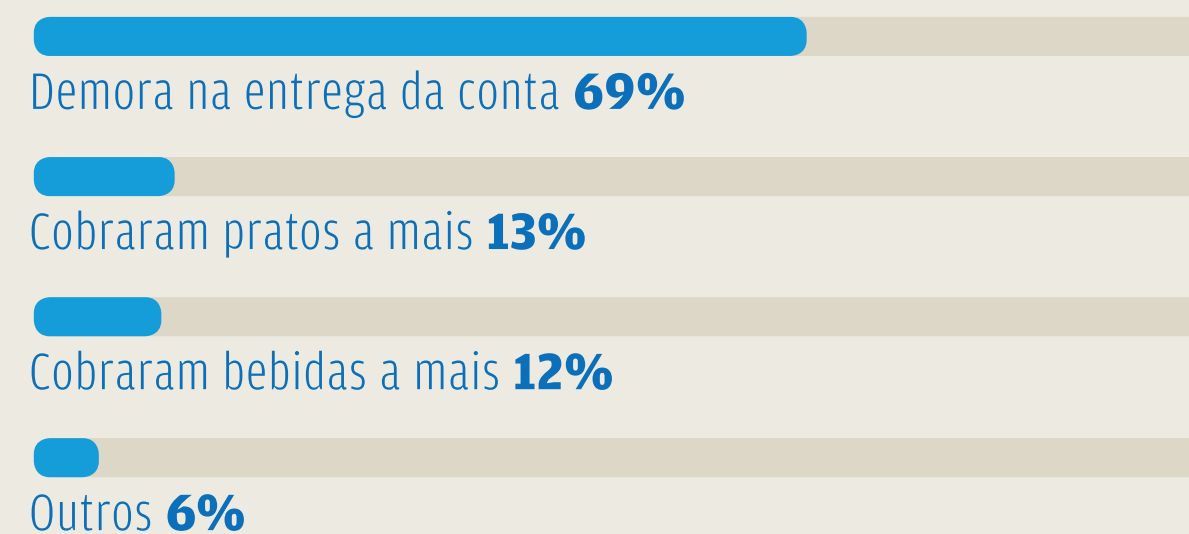
# NO PAGAMENTO



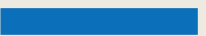
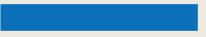
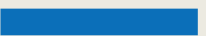

 A EXPERIÊNCIA CONFIRMADA EM DADOS (PRÉ-COVID):

# 7%

ÍNDICE DE NÃO SATISFEITOS NO MOMENTO DO PAGAMENTO



## SOLUÇÕES PARA O NOVO NORMAL:

- 1  Verifique a lista de itens na conta do cliente antes da impressão da mesma, evitando assim disputas sobre os itens incluídos e a necessidade de manusear a conta pelo cliente.
- 2  Garantir a higienização e/ou plastificação das maquininhas de cartão frequentemente. Evite manusear o cartão do cliente.
- 3  Entregar a via do cliente somente depois do mesmo confirmar que tem a vontade de guardar o recibo.
- 4  Se possível, disponibilize pagamento por aproximação.

SOLUÇÕES

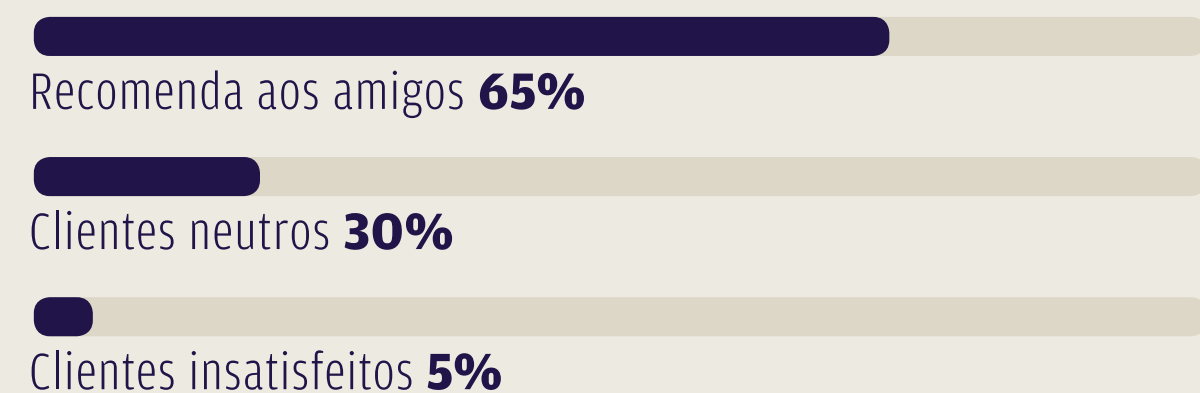


# NO ATÉ LOGO






 A EXPERIÊNCIA CONFIRMADA EM DADOS (PRÉ-COVID):

**60%** NET PROMOTER SCORE



## SOLUÇÕES PARA O NOVO NORMAL:

-  1. Agradecer a visita e Informar aos clientes sobre os canais de venda e entrega disponíveis para o Delivery.
-  2. Tenha sempre álcool gel e máscaras descartáveis extras disponíveis neste momento da experiência.
-  3. Disponibilizar uma ferramenta para coletar a opinião dos clientes e cadastrar os mesmo para comunicações futuras (formulários de papel ou aplicativo Risposta).

(\*) Fonte dos dados de experiência do cliente: base Risposta 2019-2020



## SOLUÇÕES



## NO AMBIENTE

✓ A EXPERIÊNCIA CONFIRMADA EM DADOS (PRÉ-COVID):

**18%** ÍNDICE DE NÃO SATISFEITOS PRÉ-COVID-19

Cientes que reclamaram de conforto **36%**

Cientes que reclamaram de decoração **26%**



## SOLUÇÕES PARA O NOVO NORMAL:

- 1 Explore o uso de varandas e áreas externas. Nos primeiros países europeus a retornar, essas eram as áreas preferidas pelos clientes.
- 2 Se possível, crie salas privadas ou ambientes destacados para grupos e famílias. Uma decoração diferenciada em cada espaço pode trazer um impacto positivo na experiência.
- 3 Acrescente estações de higienização das mãos ou lavabos adicionais. Não se limite apenas ao seu banheiro. Provavelmente você terá um número grande de clientes querendo lavar as mãos antes, durante ou depois da experiência.
- 4 Atenção ao espaçamento entre as mesas durante os turnos. Verifique se não há necessidade de retirar assentos para facilitar a circulação de equipes e clientes.
- 6 Avisos à porta dos banheiros indicando a rotina de limpeza adotada, avisos no centro de mesa, quadros negros com informações.

# Realizadores deste Estudo



## O que fazemos?

Somos a maior empresa de tecnologia CX e experiência do cliente focada em gastronomia.

## Como podemos ajudar seu bar ou restaurante?

Combinamos pesquisa de satisfação, big data e inteligência artificial para garantir que bares e restaurantes continuem a proporcionar experiências incríveis. Teste por 30 dias grátis.

*Saiba mais em: [www.risposta.com.br](http://www.risposta.com.br)*



Núcleo de Inteligência em Gastronomia é uma ampla plataforma que envolve as mais variadas ferramentas especializadas em proporcionar experiências memoráveis, inovadoras e resultados transformadores no setor de alimentação. Através de uma multiplataforma composta por especialistas, conteúdo impresso e digital, pesquisa e engajamento, o Núcleo de Inteligência cria e gestiona projetos eficientes e customizados.

*Saiba mais em: [www.prazeresdamesa.com.br](http://www.prazeresdamesa.com.br)*

recriando a jornada de experiência gastronômica no NOVO NORMAL

# Apoiadores



## ALGUNS PENSAMENTOS DO SETOR QUE COLHEMOS ESPECIALMENTE PARA AJUDAR NO SEU NEGÓCIO:

---



“Readaptação geral  
no cardápio e na  
forma de atender.”

**HENRIQUE FOGAÇA**  
CHEF DO SAL E MASTERCHEF



“O valor da refeição deve  
mudar, não o preço!”

**ALEX ATALA**  
D.O.M. E DALVA E DITO



“Teremos que promover e resgatar a função primordial  
dos restaurantes: restaurar os clientes! Em todos os  
sentidos, além da simples alimentação.”

**PAULO SOLMUCCI**  
PRESIDENTE DA ABRASEL

## ALGUNS PENSAMENTOS DO SETOR QUE COLHEMOS ESPECIALMENTE PARA AJUDAR NO SEU NEGÓCIO:

---



**IVAN ACHCAR**

DIRETOR DA EGG ESCOLA DE GESTÃO EM NEGÓCIOS DA GASTRONOMIA

“O que vai determinar se seu negócio terá sucesso na retomada é o quanto você se preparou como gestor.”



**VINÍCIUS CASELLA ABRAMIDES**

DIRETOR GERAL CIA TRADICIONAL DE COMÉRCIO

“Foco para reagir rapidamente frente aos novos hábitos e necessidades do cliente à mesa será fundamental para os operadores participarem de forma efetiva na evolução do setor, em busca de um formato de hospitalidade adaptado à realidade pós-covid.”

## ALGUNS PENSAMENTOS DO SETOR QUE COLHEMOS ESPECIALMENTE PARA AJUDAR NO SEU NEGÓCIO:

---



**DIEGO IGLESIAS**  
SÓCIO DA REDE RUBAIYAT

“Em Madrid, repensamos nossas áreas externas e abrimos com boa demanda e respostas dos clientes. O empresário precisa ter o foco diário nos custos adaptando seu restaurante à realidade de cada local.”



**LUIZ GUSTAVO MEDEIROS BARBOSA**  
GERENTE EXECUTIVO FGV - PROJETOS

“O setor precisa retornar em nível mais competitivo. A confiança é essencial para uma recuperação econômica sustentável.”

# Documento vivo!

ESTAMOS MONITORANDO A VOLTA DE  
**MILHÕES DE CLIENTES** AOS SALÕES.

ATRAVÉS DE DADOS E INSIGHTS, VAMOS DIVULGAR CONSTANTEMENTE ESTATÍSTICAS PRECISAS DOS SENTIMENTOS DOS CLIENTES COMPARTILHANDO AS MELHORES PRÁTICAS E CONTRIBUINDO PARA A RETOMADA DO SETOR.  
ACOMPANHE AS ATUALIZAÇÕES DESTE DOCUMENTO NOS NOSSOS INSTAGRAMS: **@rispostabr @prazeresdamesa**

**OBRIGADO E BOAS EXPERIÊNCIAS!**



?