

13 tips om je ijskaart te optimaliseren

Voorkom keuzestress

Een prijslijst aan de muur, een ijskaart op je (terras)tafel of op je website. Er zijn verschillende manieren om je ijsassortiment aan te prijzen bij je gast. Kijk eens met een frisse blik naar je ijskaart. Benader deze niet alleen vanuit een smaaktechnisch oogpunt, maar ook als verkoop- en communicatiemiddel.



Vang de blik van je wachtende gasten door een menubord boven of naast je vitrine.

“We hebben wel 120 coupes op onze ijskaart”, vertelde een ijs-salonhoudster mij. Ze voegde er meteen aan toe dat het best wel arbeidsintensief was, zeker op drukke dagen. Bovendien was haar kaart een dik boekwerk. “Maar ja, we hebben gasten die speciaal voor een bepaalde coupe komen.” Daarnaast kreeg ze van andere gasten terug dat deze juist keuzestress hadden bij het bekijken van de kaart.

Komt dit je bekend voor? Als horecajournalist heb ik samen met horeca-adviseur Petra Venekamp ontdekt dat veel ijs-salonhouders grotendeels vanuit smaak bezig zijn met hun kaart. Ze kijken vooral naar WAT ze erop zetten en niet naar WAAR en HOE ze hun ijs(coupes) aanprijzen. Ze vergeten daardoor hun ijskaart optimaal in te zetten als verkoop- en communicatiemiddel. Om ondernemers daarbij te helpen, zijn Petra en ik vanaf 2018 menukaartadvies en workshops Boost je menukaart/ijskaart! gaan geven. Als horecajournalist kijk ik naar de communicatiekant. Petra let op de bedrijfseconomische aspecten, zoals prijsbeleid en menu-engineering.

Daarnaast kun je door gebruik te maken van de psychologie achter de menukaart, bijvoorbeeld door kleur en vormgeving juist in te zetten, meer uit je kaart halen. Zeker voor ijszaken die vaak een kaart maken die een heel seizoen geldt, is het zinvol om hier aandacht aan te schenken. Dit kan je geld opleveren. Hieronder een aantal van onze tips.

1. PAS MENU-ENGINEERING TOE

Duik in je cijfers. Ga aan de slag met menu-engineering. Koppel je verkoopcijfers uit de kassa aan je gerechtcalculaties en inkoopsprijzen. Ontdek zo wat de winnaars, slapers, verliezers en hardlopers op jouw kaart zijn. Verwerk dit in je kaart.

2. PRIJS JE WINNAARS AAN

De items met een hoge marge die je veel verkoopt (de winnaars) maar ook de slapers (met een hoge marge en lage verkoopcijfers), geef je een prominente plek op je kaart. Plaats ze bijvoorbeeld bovenaan in een rijtje, in een kader of geef ze een andere kleur.

3. GEBRUIK DE JUISTE KLEUREN

Let op wat kleuren kunnen doen: rood en blauw zijn de kleuren waarmee je de eetlust van je gast prikkelt. Geel en paars roepen verzadiging op.

4. VOORKOM KEUZESTRESS

Bedenk dat je gast het bezoek aan een ijssalon als een uitje ziet. Houd je kaart overzichtelijk. Zet items in rijtjes van zes bij elkaar. Of laat je aanbod in een oogopslag zien.

5. GOED LEESBAAR

Zorg voor voldoende licht in je zaak en gebruik een aantrekkelijk, leesbaar lettertype.

6. SCHRIJF IN HELDERE TAAL

Voorkom taalfouten en vermijd jargon. Bied een kaart in een andere taal aan als je veel toeristen als gast hebt of in de grensstreek zit.

7. LAAT HET EUROTEKEN WEG

Gebruik geen eurotekens, dat scheelt zo 10 procent omzet.

8. VERMELD LOKALE LEVERANCIERS

Laat zien wat jouw bedrijf bijzonder maakt. Vermeld (regionale) leveranciers.



Voorkom keuzestress. Op deze Zweedse kaart springt geen enkel ijsje direct in het oog.



Bied bij warme dagen of op het terras een kleine ijskaart aan met specials.

9. PAS STORYTELLING TOE

Waarom moet een gast bij jou een ijsje komen halen? Vertel je persoonlijke verhaal.

10. MAAK JE KAART 'HUFTERPROOF'

Zorg voor een kaart die gemaakt is van stevig en handzaam materiaal. Let erop dat deze gemakkelijk schoon te houden is.

11. BIED EEN TERRASKAART AAN

Voor de drukke zomerse dagen en voor op het terras, is een kleinere ijskaart met daarop een paar specials een aanrader. Je biedt gasten toch wat extra's, voorkomt stress in de ijskeuken en verkort zo de wachttijden voor je gast.

12. KIES DE JUISTE PLEK

Veel ijssalonhouders leggen hun kaart op tafel of zetten deze in een tafelstandaard. Denk ook eens aan de muur naast of achter de vitrine waar je gasten staan te wachten. Vang hier al hun blik met jouw assortiment.

13. DENK AAN ONLINE

Laat je ijskaart op je website, webshop of Facebook zien. Denk eventueel aan een QR-code op je (terras)tafels waarmee gasten met hun telefoon naar de kaart op je site gaan.

Voor wie meer wil weten: vraag gratis de checklist Boost je menukaart! aan met 25 aandachtspunten voor jouw kaart. Mail naar info@boostjeomzet.nl. ◀