

EIJSINK



WHITEPAPER

Slimme oplossingen:
Meer omzet én
gastbeleving op
jouw terras

Over deze whitepaper

De zomer is in aantocht! Op naar volle terrassen, genietende gasten en een mooie omzet. Al zijn er wel diverse uitdagingen: het vinden van horeca-personeel, het omgaan met veranderde verwachtingen en marges die door gestegen kosten onder druk staan.

De belangrijkste vraag is dan ook; hoe kun je ondanks deze uitdagingen door middel van slimme terrasoplossingen zorgen voor een gastvrij terras én meer omzet? De structurele oplossing is door slimmer te werken in je hele organisatie. Van een slimmer aanbod op het menu tot het efficiënter inzetten van personeel en van slimmere manieren van (digitaal) bestellen tot sneller betalen.

Een belangrijk hulpmiddel om meer omzet uit je terras te halen is het gebruik van technische innovaties. Ergernissen zoals het moeten wachten om te bestellen of af te rekenen kun je met hulp van automatisering voorkomen. Techniek hoeft geen vervanging van je personeel te zijn, maar een aanvulling zodat je medewerkers meer tijd overhouden voor het verlenen van service. Want dat is waar het dit terrasseizoen voor de gast om draait: genieten en verwend worden.

In deze whitepaper bespreken we vier oplossingen om in 2024 meer uit je terras te halen.

With pleasure!

Inhoud

- 01 **Slimmer inzetten van personeel**
- 02 **Slimmer aanbod op de menukaart**
- 03 **Slimmer bestellen**
- 04 **Slimmer betalen**



01

Slimmer inzetten van personeel

De kracht van personeel is niet alleen dat ze goed serveren en bedienen, maar juist ook dat ze initiatief tonen en verbinding maken met de gasten. Een praatje maken, iets vertellen over de producten, suggesties doen, zorgen voor upselling en gasten sturen naar bepaalde gerechten of drankjes: ze laten je kortom een hogere omzet draaien.

GASTBELEVING

Gastbeleving is een van de belangrijkste trends in 2024. Gasten op het [terras](#) willen genieten van een fijne omgeving en een goede service. De gast wil de zonnige momenten op het terras aangrijpen om het leven te vieren. De gast wil verrast en verwend worden en alvast in de vakantiestemming komen.



'TERRAS WORDT STEEDS BELANGRIJKER'

Trendwatcher Vincent van Dijk: "Het terras wordt steeds belangrijker voor de horeca. Corona zorgde ervoor dat we sneller buiten gingen zitten: dat voelde veiliger.

Er kwamen meer en betere terrassen met goede meubels, vlonders, loungebanken, entertainment, buitenbarren en zelfs buitenkeukens. Buiten en binnenlopen steeds meer in elkaar over en het terras wordt steeds creatiever aangekleed. Mensen doen dit ook met hun eigen tuin en verwachten dit ook van de horeca. Zet dat terras bijvoorbeeld vol met planten en bomen. Dat heeft een enorme aantrekkingskracht op mensen."





Benut data om te sturen op inroosteren van personeel

Daar moet je wel op in kunnen spelen door de sterke kanten van het personeel te benutten. Dat begint met een goede routing, zodat je personeel zo min mogelijk meters hoeft te maken om zo veel mogelijk gasten te bedienen. Een ander belangrijk onderdeel van gastvrijheid is de zichtbaarheid van je personeel. Laat je medewerkers in wijken werken en maak ze bijvoorbeeld verantwoordelijk voor handelingen als bestellingen opnemen en afrekenen. Het zorgt voor efficiëntie en snelheid, maar vooral ook voor meer tijd voor het verlenen van betere service.



PERSONEELSBEZETTING

De bezetting van je personeel rondkrijgen is momenteel een behoorlijke uitdaging. Door gebruik te maken van slimme [personeelsplanningssoftware](#) krijg je snel overzicht van de beschikbare uren op basis van budgetten en contracten. Benut ook de data uit je bedrijf om te sturen op personeelsbezetting. Zeker in deze tijden van personeelstekort is dat bepaald geen overbodige luxe. Aan de hand van de data kun je analyseren hoe druk het op bepaalde momenten was én voorspellen hoe druk het gaat worden. Hier kun je rekening mee houden bij het inroosteren van je personeel. Zo krijg je niet alleen sneller je planning rond, maar ook nog eens de meest efficiënte bezetting.

TECHNIEK INZETTEN OM PERSONEEL TE ONDERSTEUNEN

Het is geen vraag meer of we technologie gaan inzetten op het terras, maar hoe, zegt Randall van Poelvoorde, keynote speaker en oprichter van kennisbureau RobotXperience. "Op lange termijn is het noodzaak dat robots of technologie bepaalde werkzaamheden van personeel overnemen. We zullen efficiënter moeten gaan werken, maar tegelijkertijd de menselijke waarden erin houden, of zelfs versterken. Het uitgangspunt bij het implementeren van techniek is dat het helpt de relatie tussen mensen te verbeteren. In de horeca heb je twee groepen: degenen die het bier opdrinken en de mensen die het bier brengen. Die moeten het allebei leuker

vinden mét technologische ondersteuning. Wanneer is dat voor beiden het geval? Als dingen makkelijker en sneller gaan en ze meer tijd overhouden voor interactie. Automatiseer daarom wat je kan automatiseren. Dat is niet alleen noodzakelijk om het personeelstekort op te vangen, maar het zorgt er ook voor dat je personeel leuker werk krijgt omdat het betalen en bestellen is geautomatiseerd. Daardoor hebben ze meer tijd om de gasten te bedienen en met ze te praten in plaats van dat ze alleen maar rondrennen voor werk dat ook met techniek ingevuld kan worden."



Slimmer aanbod op de menukaart

02

Je behaalt niet structureel meer terrasomzet op basis van aannames of een onderbuikgevoel, maar op basis van data-analyse. Natuurlijk moet je zien, horen, voelen, ruiken en proeven wat er op je terras gebeurt, maar de bekende term 'meten is weten' gaat zeker ook op in de horeca. Sterker: alle data uit je bedrijf zijn een ware goudmijn aan informatie en deze gegevens kun je inzetten om je omzet te verhogen.

Door verschillende [data](#) aan elkaar te koppelen kun je heel gedetailleerd achterhalen wat de slapers, hardlopers, winnaars en verliezers op je menu zijn. Maar ook welke gerechten er populair zijn in bepaalde seizoenen of welke drankjes er aan het eind van de middag veel worden gedronken.

TERRASTRENDS

“Het terras draait steeds meer om beleving”, zegt trendwatcher Vincent van Dijk. “Buiten cocktails shaken, buiten gerechtjes afmaken. We zien deze zomer dat het aperitiefmoment steeds belangrijker wordt. Combinaties van zomerse drankjes met bijpassende bites. Exotisch streetfood als pani puri, taco's en gezonde (vegan) grillgerechten. Alles wordt steeds kwalitatiever: er komen steeds meer goede alcoholvrije dranken op de kaart, speciaalbieren, goede champagnes, ready-to-drink cocktails. Met een standaard colaatje of normaal pilsje kom je er niet meer.”



Zet gerechten met een hoge marge bovenaan het menu

MENU VERBETEREN

Aan de hand van deze data kun je de menukaart heel gericht verbeteren en daarmee je omzet verhogen. Heb je veel hardlopers, dan kun je de verkoopprijs verhogen of juist de kostprijs proberen te verlagen (andere inkoop, minder ingrediënten of kleinere porties).

Zet de gerechten met een hoge marge bovenaan het menu, de plek waar de eerste oogopslag naartoe gaat. Winnaars prijs je actief aan, net als de slapers, die je bijvoorbeeld in combinatie met andere gerechten of drankjes kunt aanbieden om de bestelfrequentie omhoog te krijgen.

GASTEN VERLEIDEN

“We zien dat het moeilijker is om de gast binnen te krijgen”, zegt trendwatcher Vincent van Dijk. “De gast is sneller geneigd om te bezuinigen op luxe als eten en drinken buiten de deur. De enige manier om dit op te lossen is om de gast te verleiden. In plaats van een driegangenmenu is het handiger om betaalbare bites en drankjes aan te bieden, zodat de gast sneller gaat aperitieven en ongemerkt geld uitgeeft. Als de gast op het terras zit, geeft hij wel meer uit aan luxeproducten: beter (alcoholvrij) bier, topwijnen, champagne, cocktails. Als je een mix van betaalbare en dure items aanbiedt, zie je dat de gemiddelde besteding toe gaat nemen.”

MINDER GERECHTEN

Verliezers haal je bij voorkeur van het menu. Deze kun je vervangen door nieuwe gerechten, maar je kunt ook strategisch de kaart verkleinen (of klein houden). Minder gerechten betekent minder ingrediënten, minder voedselverspilling en een efficiëntere inkoop. Het werkt ook door in de keuken en de bediening. De koks kunnen efficiënter gerechten maken en de bediening alles sneller tegelijk uitserveren. Zo win je meer tijd en kun je uiteindelijk meer gerechten op een dag verkopen.

AANBIEDINGEN INZETTEN

Je wilt het liefst de hele dag door een zo vol mogelijk terras. Op de minder populaire tijdstippen kun je strategische aanbiedingen inzetten. Bijvoorbeeld door in je [reserveringsmodule](#) een aantrekkelijk geprijsd ontbijt of brunch aan te bieden of tot 11:00 uur een tweede kop koffie gratis aan te bieden. Waar je als upselling weer een stuk appeltaart bij voorstelt. Voorbijgangers nemen sneller plaats op een gevuld en gezellig terras en zo versterkt dit elkaar.



03

Slimmer bestellen

Gasten willen tegenwoordig kunnen bestellen en betalen met hun smartphone, zoals ze dat gewend zijn bij bezorgrestaurants en de supermarkt. Bestel-apps zorgen voor een snellere service en meer efficiency op het terras. Verder komen er steeds meer horecazaken waar de gast zelf de bestelling op kan halen bij een buitenbar. Om op het terras te nuttigen of om mee te nemen.

QR-BESTELLINGEN

Het gebruik van QR-codes op het terras is inmiddels niet meer weg te denken in de horeca. Met [QR-bestellingen](#) kunnen gasten zelf kiezen wanneer ze iets bestellen. Het is een trend die de laatste jaren steeds zichtbaarder wordt: gasten zijn gewend alles zelf te regelen en willen de regie hebben. Voor de medewerker geeft dit een verlichting van de werkdruk tijdens de piekuren en juist de ruimte om soms wat extra aandacht aan de gasten te schenken. Bij de eerste varianten van bestellen via QR-codes moesten gasten vaak direct online afrekenen. Je kunt er nu ook voor kiezen om je gasten te laten bijbestellen middels QR en pas aan het eind te laten betalen. Dat scheelt ook in pin-transactiekosten.

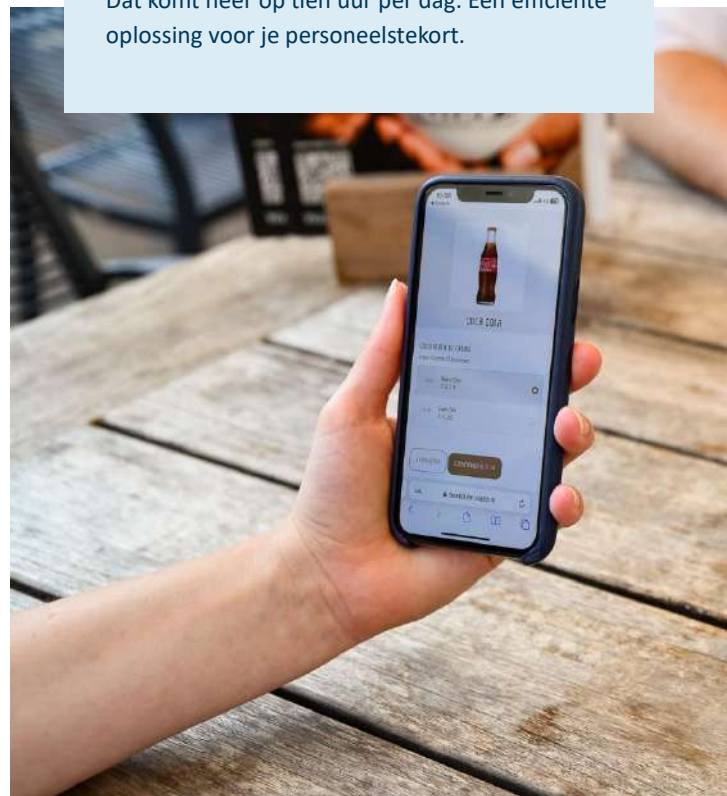
HANDHELDS

Het aanschaffen van handhelds voor je personeel levert tijdswinst op én zorgt voor minder foutmarge door slecht leesbare notities. Met een volwaardige mobiele [kassa](#) (ook mogelijk [met geïntegreerde pin](#)) hoeven ze niet meer naar binnen naar een centrale kassa om bestellingen in te voeren. Orders komen direct op de juiste plek uit voor de bereiding. Medewerkers hoeven minder te lopen, kunnen zichtbaar op het terras blijven en dus meer tijd aan de gasten besteden en dus ook meer bestellingen opnemen. De praktijk wijst uit dat door het gebruik van handhelds bestellingen ook minuten sneller worden uitgeserveerd. Als de bediende het gesprek afrondt en naar de volgende tafel loopt, komt de runner al met de drankjes aan.



REKENVOORBEELD: TIJDSWINST MET QR-BESTELLEN

Eijsink berekende de tijdswinst die je met QR-bestellen bespaart bij een terras dat honderd tafels telt, die gemiddeld drie keer per dag bezet zijn. Je bespaart gemiddeld vier minuten per bestelling. Als de helft van je tafels (dus honderdvijftig stuks), ook maar één ronde zou bestellen via een QR-code, behaal je een tijdswinst van honderdvijftig keer vier minuten. Dat komt neer op tien uur per dag. Een efficiënte oplossing voor je personeelstekort.





SNELLER UITSERVEREN

Naast het snelle bestellen via de QR-code of handheld is het voor gasten ook belangrijk dat ze hun bestelling snel ontvangen. Je kunt een extra efficiëntieslag maken met slimme [digitale bonnenschermen](#) in de bar en keuken. Iedere order verschijnt direct op de juiste schermen in de keuken en/of bar, waardoor men meteen kan beginnen met de bereiding. Bestellingen worden gesorteerd op kleurcodering per wijk, zodat je barmedewerker ze in een keer kan bereiden en de runner de bestelling in één go kan uitserveren. En omdat het systeem ook aangeeft in welke volgorde de bestelling bereid moet worden, komen de warme dranken ook echt warm en het bier met schuimkraag op het terras aan.

REKENVOORBEELD: MEER OMZET DOOR SNEL UITSERVEREN

Hoe sneller je uitserveert, hoe groter de kans dat gasten in een bepaalde tijdsperiode extra drankjes bestellen, bijvoorbeeld drie in plaats van twee rondjes per uur. Als 25% van je gasten dit doet, verdien je – als een drankje gemiddeld 3,50 euro kost – met een terras van honderd gasten, al zo'n 87,50 euro extra in een uur.

UPSELLING

Bestellingen met QR-code of via een handheld hebben het voordeel dat je makkelijker upsell-suggesties kunt doen. Via de handheld krijgen je medewerkers upsell-suggesties te zien. Bij QR-bestellingen komen er door middel van slimme pop-ups verleidelijke foto's tevoorschijn. Als een gast koffie bestelt, kun je daar appeltaart als suggestie laten verschijnen. Dat geldt uiteraard ook voor bier, laat hardlopers als nacho's, olijven of bittergarnituur in beeld komen. Uit onderzoek van Eijsink blijkt dat de omzet via QR-bestellingen hierdoor 15 tot 20% hoger ligt dan bij bestellen bij de bediening.

**De omzet stijgt
met 15 tot 20%
via bestellingen
met QR-code**



04

Slimmer betalen



SOFTPOS

De nieuwste betaaloplossing voor het terras, genaamd [SoftPOS](#), maakt van je mobiele kassa een pinapparaat. Door NFC-technologie houdt de gast de pas bij de handheld en verwerkt deze snel en beveiligd pinbetalingen. Omdat je je bestaande handhelds ook pinapparaten zijn, hoef je minder hardware aan te schaffen. Ook schaal je eenvoudig op en af tijdens de pieken en dalen van het terrasseizoen, en hoeft je personeel minder meters te maken omdat elke gastvrouw/gastheer voorzien is van zijn eigen pinapparaat!



Gasten willen steeds vaker zelf bepalen wanneer en op welke manier ze afrekenen. Het is tijdrovend om te moeten wachten tot de ober eerst de rekening komt brengen en vervolgens met een pinapparaat langskomt. Het leidt tot ongeduldig zwaaiende gasten op het terras en onnodige ergernissen. Betalen moet makkelijk en snel gaan. Als een gast wil gaan, dan wil-ie gaan. Wachten op de rekening is niet gastvrij.

BETAALOPLOSSINGEN

Betalingen met de mobiele telefoon, contactloos via iDEAL of met [QR-code](#) nemen langzaam de fysieke betalingen met bankpas of creditcard over. Ook de vaste kassa, die jarenlang een centrale plek had, verdwijnt steeds meer naar de achtergrond. Dankzij vernieuwende softwareoplossingen kun je de [betaaloplossingen](#) steeds meer aanpassen aan de wensen van de gasten. Of ze nu via een QR-code, bestelzuil of bij een medewerker met de handheld of mobiel pinapparaat willen betalen; er is steeds meer mogelijk.

Afrekenen met QR-code is een mooie service voor je gasten

DIRECT AFREKENEN MET QR

Direct afrekenen kan bij een medewerker met een handheld of via de QR-code op tafel of op de kassabon. Als gasten willen vertrekken, scannen ze de QR-code en betalen ze de rekening direct online via bijvoorbeeld iDEAL. Een mooie service voor je gasten - ze hoeven immers niet te wachten op de rekening – en de medewerkers zijn minder tijd kwijt aan de betalingen.



ALLES IN ÉÉN PLATFORM BOOQ

Het automatiseren van personeelsplanning, bestel- en betaalsystemen wordt steeds belangrijker. Als je een goede omzet wil draaien, moet de achterkant kloppen. Met [kassasysteem booq](#) van Eijsink kun je alle besproken tools in deze whitepaper koppelen: van online personeelsplanning tot [reserveringssysteem](#) en van [digitale bonschermen](#) tot [bestelzuil](#). Als je een nieuwe, slimme terrasoplossing besluit te gaan gebruiken, zoals bijvoorbeeld QR-bestellen, koppel je dit eraan vast. Zo groeit het kassasysteem met je bedrijf mee.



Welke betaal- of bestelmethode gasten op het terras ook gebruiken, vergeet nooit de gastvrijheid. Geef de gasten een warm ontvangst aan tafel, leg uit dat ze kunnen [bestellen met de QR-code](#), maar vertel er ook bij dat ze bij het personeel kunnen bestellen als ze dat prettiger vinden. Doordat gasten zelf bestellen, hebben je medewerkers meer tijd om een gesprek te voeren, wat de gastvrijheid – en uiteindelijk de omzet – ten goede komt.

HET (DIGITALE) TERRAS VAN DE TOEKOMST

Randall van Poelvoorde, trendwatcher op het gebied van technologie en innovatiecoach, ziet nog veel mogelijkheden voor digitalisering van het terras en schetst een scenario voor de (nabije) toekomst. “Voor mij begint de klantreis met de vraag of er plek op het terras is. Zet sensoren op stoelen en regel dit per gebied of stad in een app. Dit kun je uitbreiden: terras in de zon of schaduw, de aanwezigheid van speciaalbieren et cetera: dan rolt er vanzelf een suggestie voor een vrij terras uit. Koppel hier een reserveringssysteem aan: waarom kun je nog bijna nergens een

stoel op het terras reserveren? Implementeer op basis van klantdata upselling-suggesties voor vaste gasten. Net als Amazon doet: mensen die altijd dit speciaalbier bestellen, nemen ook deze variant. Als je meer informatie over je gasten hebt, kun je ze ook achteraf laten betalen. Natuurlijk lopen er mensen weg zonder te betalen, maar de meeste mensen zijn wél netjes. Als je ze bijvoorbeeld een stoel laat reserveren, weet je wie ze zijn. Ga maar experimenteren met achteraf betalen. Ik denk dat het een kolossale winstpost is.”

With pleasure!

Beste ondernemer,

We schreven deze whitepaper voor jou 'with pleasure'.

Al meer dan 40 jaar ondersteunen wij horecaondernemers, groot en klein, bij het automatiseren van hun bedrijfsprocessen en digitaliseren van hun organisatie. Het verhogen van effectiviteit: de gastvrijheidsbeleving, werkplezier en rendement zijn het uitgangspunt voor een langdurige samenwerking. Als betrokken partner zetten we stappen die passen bij jouw organisatie op het moment dat jij daar klaar voor bent. Samen maken we ondernemen mooier, winstgevender en eenvoudiger.

Dankzij onze eigen softwareontwikkeling en vele meedenkende klanten, zijn onze dienstverlening en oplossingen altijd in ontwikkeling. Zo ben jij verzekerd van een futureproof aanbod. Meer weten over de mogelijkheden? We denken graag vrijblijvend met je mee!

Bekijk de korte webinars waarin experts diverse digitaliseringstools laten zien zodat jij de juiste keuzes kunt maken!

Of plan direct een (digitale) afspraak in met één van onze adviseurs.

Afspraak plannen →



0880 55 66 77



info@eijsink.nl

EIJSINK