

GUÍA PARA DISEÑAR

UN

MENU

IRRESISTIBLE

1.

DEBE SER ENTRETENIDO:

no se trata de convertir el menú impreso a un PDF. Un menú digital debe ser interactivo incluyendo animaciones o videos cortos que incluso se puedan compartir en redes sociales. Y si la finalidad es darle esa interactividad a los menús impresos, los códigos QR son una gran opción.



2.



MANTENER LA IMAGEN:

el diseño del menú digital debe seguir la línea visual y de color de la marca. Utilizar tipografías de fácil lectura, fotografía de alta resolución, cuidar la ortografía, serán la clave del éxito del diseño.



3.



MUESTRA INFORMACIÓN ACTUALIZADA:

una de las ventajas de la digitalización es la facilidad de la actualización, por lo que es imprescindible estar atento a los cambios de promociones o de los platos que se ofrecen para no confundir a los clientes.



4.



MOSTRAR INFORMACIÓN VERÍDICA:

utilizar imágenes profesionales, videos o animaciones, no significa disfrazar la realidad, todos los elementos visuales que se utilicen deben mostrar los platillos que se ofrecen tal y como el comensal los va a recibir.



5.

INCLUYE DATOS CLAROS:

recuerda que el menú es lo primero que ven tus clientes para tomar la decisión de lo que pedirá, por lo que los datos como los ingredientes y los precios deben claros. Si tu menú incluye promociones o combos familiares debes incluir todos los detalles de manera clara para que el cliente no tenga necesidad de llamar para preguntar.



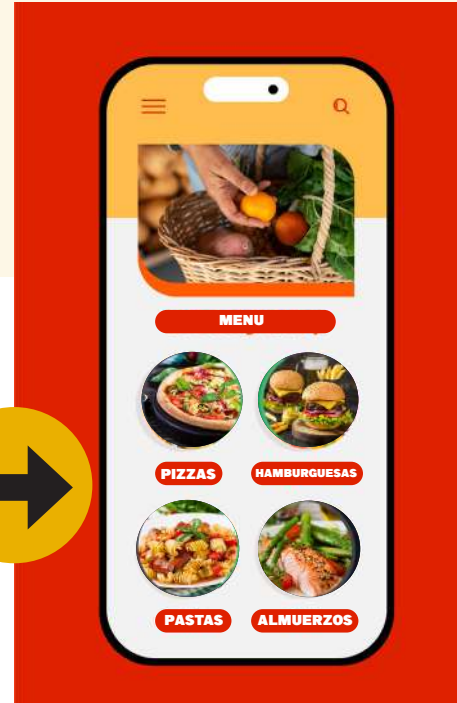
RECOMENDACIÓN DEL DÍA

Incluye dos hamburguesa, una porción de papas y un refresco.

6.

DALE UNA ESTRUCTURA AL MENÚ:

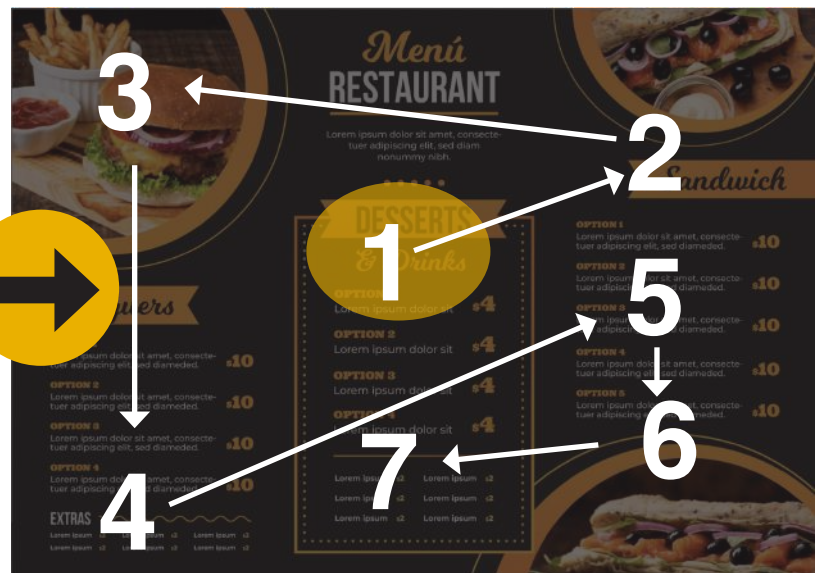
secciones claras y definidas como: entradas, ensaladas, platos fuertes y postres por ejemplo, le darán un orden a la información y facilitará a los clientes buscar lo que le interesa.



7.

TOMA EN CUENTA EL NEUROMARKETING / EYE-TRACKING:

el neuromarketing tiene como objetivo dirigir al cliente hacia los platos o productos que tú quieres que consuma. Esto es válido tanto para el menú impreso como para el digital. Un buen diseño y una disposición perfecta de los elementos en un menú pueden inducir a la toma de decisiones. Y el Eye-Tracking se refiere al viaje natural que realiza el ojo humano para leer cualquier cosa, ya sea un libro, un periódico o el menú de tu restaurante. Un ejemplo de la trayectoria visual de un cliente puede ser el mapeado en la siguiente imagen.



8.

LA DESCRIPCIÓN DE LOS PLATOS:

debe ser clara y precisa, con pocas, pero impactantes palabras. Además de los ingredientes, una descripción debe expresar tipos de cocción y cualquier información adicional como si un alimento es picante o producto de temporada.

TACOS		
DO RADOS CON CARNE Pollo, cerdo, res, adobado, lechuga y tomate.	7 .50	
ASA DA Pollo, cerdo, res, adobado, lechuga y tomate.	5 .25	
CHORI ZO Lechuga, pico de gallo y queso	9 .50	
COSTILLA Lechuga, pico de gallo y queso	8 .50	
	GRINGAS Lechuga, pico de gallo y queso	7 .50
	COSTILLA Lechuga, pico de gallo y queso	5 .25
	PA STOR Lechuga, pico de gallo y queso	9 .50

9.

Y si de impresión se trata Tinter te ofrece el servicio de impresión digital de calidad para menú, afiches, catálogos, triángulos de mesa, porta cubiertos, manteles, stickers y etiquetas, lo que te permitirá resaltar la imagen de tu negocio.

tinter®
BY Edisur

