

Checklista: jak wybrać wina do restauracji i hotelu

Wina do restauracji i hotelu powinny być dopasowane do stylu lokalu, poziomu cen w menu i realnej rotacji. Błędy na etapie doboru karty, dostawcy albo formatu sprzedaży mogą oznaczać zamrożony magazyn, słabą marżę i małe zainteresowanie gości. Poniżej masz **5 najważniejszych obszarów**, które warto sprawdzić przed wyborem oferty i zatowarowaniem lokalu.

1

Profil lokalu i oczekiwania gości

Dobra karta win zaczyna się od zrozumienia, komu i w jakim modelu sprzedaży lokal ma je podawać.

- Czy lokal działa jako restauracja codzienna, premium, hotelowa, bankietowa czy eventowa?
- Czy goście częściej zamawiają wino na kieliszki, do posiłku czy na specjalne okazje?
- Czy poziom cen win pasuje do średniego rachunku i standardu menu?
- Czy oferta ma być bardziej bezpieczna i szeroka smakowo, czy bardziej selektywna i premium?

2

Układ karty win i poziomy cenowe

Karta powinna być krótka, logiczna i zbudowana tak, żeby ułatwić decyzję gościowi oraz pracę obsłudze.

- Czy masz wyraźny podział na wina białe, czerwone, różowe i musujące?
- Czy w karcie są pozycje podstawowe, środkowe i lepsze cenowo?
- Czy liczba etykiet jest rozsądna i dopasowana do realnej rotacji?
- Czy karta obejmuje wina, które rzeczywiście pasują do dań w lokalu?

3

Wina na kieliszki, bankiety i rotacja

To zwykle ten obszar decyduje o tym, czy wino sprzedaje się regularnie i czy nie generuje strat po otwarciu.

- Czy wybrane wina na kieliszki są proste do polecenia i szeroko akceptowalne przez gości?
- Czy lokal potrzebuje osobnej oferty na bankiety, eventy lub wesela?
- Czy warto uwzględnić bag-in-box albo KEG przy dużej sprzedaży kieliszkowej?
- Czy personel będzie w stanie utrzymać dobrą rotację otwartych butelek?

4

Dostawca, hurtownia i warunki współpracy

Liczy się nie tylko cena butelki, ale też dostępność, logistyka i wsparcie dla gastronomii.

- Czy dostawca zapewnia powtarzalność oferty i sensowne stany magazynowe?
- Czy znasz minima logistyczne, terminy dostaw i warunki płatności?
- Czy hurtownia pomaga w ułożeniu karty, szkoleniu personelu i doborze win do dań?
- Czy w razie braków lub dużego eventu można liczyć na szybką reakcję i domówienie towaru?

5

Marża, magazyn i formalności

Nawet dobrze dobrane wino nie będzie działać biznesowo bez kontroli kosztów i poprawnej organizacji sprzedaży.

- Czy policzono realną marżę na butelce i na kieliszku, a nie tylko cenę zakupu?
- Czy lokal ma miejsce do prawidłowego przechowywania win i kontroli stanów magazynowych?
- Czy oferta nie jest zbyt szeroka w stosunku do przewidywanej sprzedaży?
- Czy lokal ma odpowiednie zezwolenia na sprzedaż alkoholu i uporządkowaną stronę formalną?

Pamiętaj: dobra oferta win do restauracji i hotelu nie powinna być ani przypadkowa, ani zbyt szeroka. Najważniejsze są **rotacja, dopasowanie do gościa, sprawny dostawca i sensowna marża**. Dobrze ułożona karta pokazuje nie tylko, co sprzedajesz, ale też **czy gość łatwo wybierze wino i czy lokal realnie na nim zarabia**.