

PLANO ESTRATÉGICO

Francesinha Portuguesa

1. VISÃO GERAL DO NEGÓCIO

O restaurante Francesinha Portuguesa atua no setor de restauração tradicional em Braga, destacando-se pela autenticidade dos sabores portugueses e pelo ambiente acolhedor. Apesar do histórico de clientela fiel, especialmente em dias úteis com o prato do dia, o foco atual é reposicionar a marca para atrair um público mais amplo, com ênfase no menu à la carte.

2. ANÁLISE SWOT

Forças:

- Fidelização de clientes do prato do dia
- Equipa experiente e ambiente familiar
- Prato principal (francesinha) com identidade marcante

Fraquezas:

- Pouca presença digital
- Dependência do público local
- Marketing pouco estruturado

Oportunidades:

- Potencial de crescimento online
- Aumento do turismo em Braga
- Tendência de valorização da gastronomia típica

Ameaças:

- Concorrência local agressiva
- Mudança de hábitos alimentares
- Limitações do espaço físico

3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Aumentar o fluxo de clientes no jantar e fins de semana
- Reduzir a dependência do prato do dia como principal fonte de receita
- Consolidar a marca no mercado local como referência de francesinha

4. PROPOSTAS ESTRATÉGICAS

4.1 Diferenciação do Menu

- Reforço na identidade da carta à la carte
- Continuidade estratégica do prato do dia apenas como apoio operacional

4.2 Melhoria da Experiência do Cliente

- Treinamento da equipa para foco no atendimento à la carte
- Valorização do ambiente físico com identidade visual alinhada

4.3 Otimização Operacional

- Análise de custos e margens de lucro por prato
- Redução de desperdício com integração da produção do prato do dia ao consumo interno

4.4 Expansão da Presença de Marca

- Criação de identidade digital e fortalecimento da comunicação institucional
- Desenvolvimento de site institucional e presença ativa nas redes sociais

5. MÉTRICAS DE AVALIAÇÃO

- Crescimento no número de pedidos à la carte (% sobre o total)
- Aumento da taxa de ocupação no jantar
- Engajamento nas redes sociais e reviews online

Este plano constitui a base para ações futuras em conjunto com o plano de marketing dedicado.