

DELIVERY CAMPEÃO

Jesús Rey

Versão
Gratuita



12 DICAS PARA CONSEGUIR AS MELHORES FOTOS



Jesús Rey

Se você é dono de um negócio ou pensa em abrir seu próprio negócio de alimentação, este livro irá ajudá-lo a ter sucesso no seu delivery. Estou muito feliz por compartilhar a minha experiência com você neste livro.

Muito prazer, me chamo Jesús Rey e vou te guiar para tornar o seu Delivery Campeão.

Meu interesse pelo atendimento e experiência do cliente surgiu em Paris, foi na cidade luz que me formei em Gestão de Negócios Gastronômicos e tive meus primeiros passos nessa carreira. Adquiri uma grande bagagem cultural, por ter trabalhado em lugares badalados na Espanha como Ibiza, Barcelona e nas Ilhas Canárias.

Nos lugares por onde eu passei trabalhava como consultor em restaurantes, minhas primeiras consultorias aconteceram na Espanha, com a minha experiência também me dediquei a negócios próprios.

Fui expandindo meu conhecimento em atendimento e experiência do cliente, num momento bom da minha carreira algo melhor ainda aconteceu, me apaixonei por uma brasileira e vim para Campinas.

Para vir ao Brasil eu abri mão da operação em restaurante para virar Diretor Regional de Latino América na operação de uma multinacional líder do setor de químicos, onde seguia atendendo as empresas líderes do ramo alimentício, higiene e hotelaria.

Hoje em dia, a minha vocação é ajudar pessoas a crescerem o seu negócio, por isso peguei todo o meu conhecimento e coloquei neste curso para ver a transformação na vida das pessoas.

O meu sucesso passa pelo seu! Me siga nas redes sociais ([@jesusreyconsultor](#), [Linkedin](#), [Youtube](#)), onde poderemos ficar em contato.

Abraço e boa leitura

POR QUE TER UM DELIVERY?

Só no ano de 2019, o faturamento desse canal foi de cerca de **R\$ 15 bilhões**, segundo a

Associação Brasileira de Bares e Restaurantes ([Abrasel](#)).

Esse valor representa um crescimento de 20% em relação ao do ano anterior.

Em 2020, com a pandemia, esse mercado teve um salto de crescimento e foi fundamental para os restaurantes e bares conseguirem se manter em funcionamento, uma vez que, por um longo período, o atendimento ao público no salão estava suspenso.

Não ter um delivery não é mais uma opção para o seu negócio.

Enquanto você está lendo este livro, os seus concorrentes já estão à frente.

Acho que este é um motivo suficiente para

passar à ação, mas vamos revisar juntos alguns fatos baseados em estatísticas.

A pandemia da covid-19 acelerou o processo de implementação e aceitação da tecnologia, mudando, assim, o comportamento do consumidor, que passou a usar os aplicativos dos marketplaces (Ifood, Rappi, UberEats, etc.) para se alimentar.

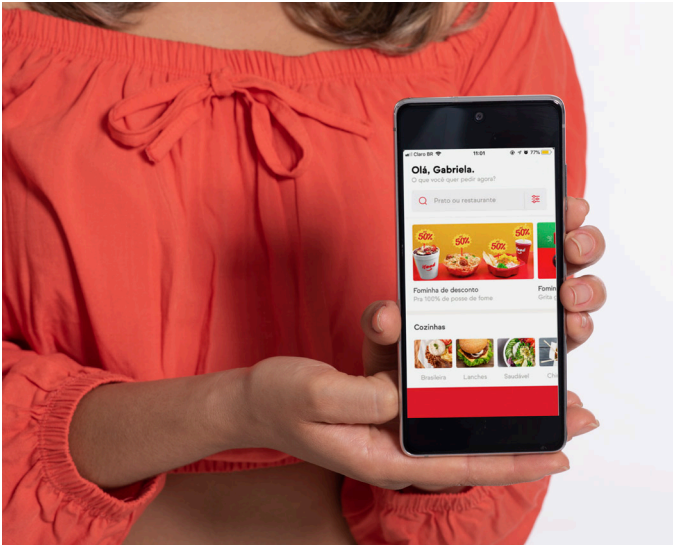
O resultado foi que, em poucos meses, o delivery cresceu 10 vezes mais do que 3 anos atrás.

Outro fator importante é que a tecnologia é muito acessível.

Os usuários de smartphone que usaram um aplicativo para pedir comida passaram de 47% em 2017 a 72% em 2020.

O download de apps para delivery aumentou em 120% entre março de 2019 e março de 2020 (fonte: Statista).

Os clientes estão on-line, e não podemos ignorar isso!



A National Restaurant Association (NRA) divulgou um dado interessante sobre os usuários de aplicativos de delivery: o cliente que conheceu o seu estabelecimento de forma on-line tem 67% de chance de ir visitá-lo com mais frequência do que aquele que não o conheceu on-line.

Acho que já está ficando claro que temos mil motivos para ter um delivery e nenhum para não ter. No entanto, se investigarmos mais um pouco pela internet, teremos outros mil motivos para seguir em frente com o seu delivery campeão.

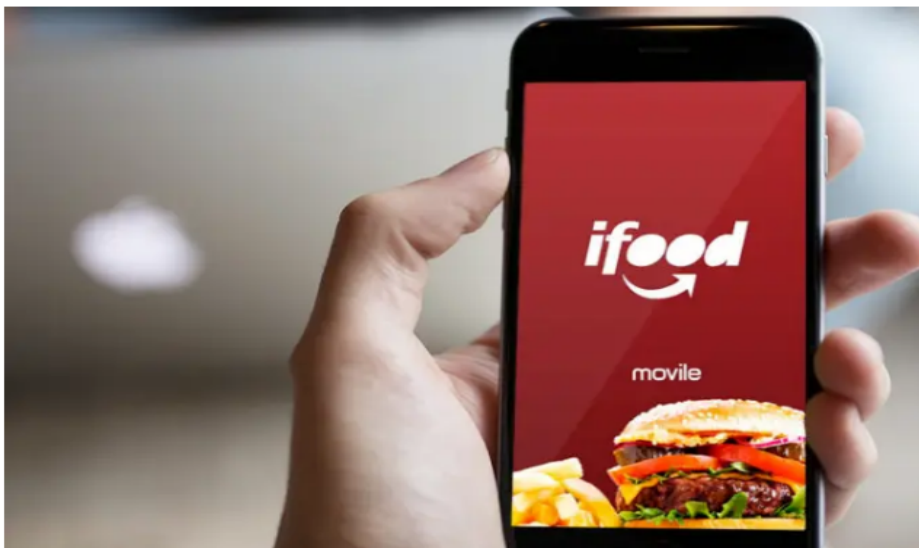
Deixo aqui alguns exemplos usando uma pequena pesquisa que fiz sobre o iFood para lhe prover maior entendimento do tamanho da oportunidade e potencial desse canal de venda:

Economia

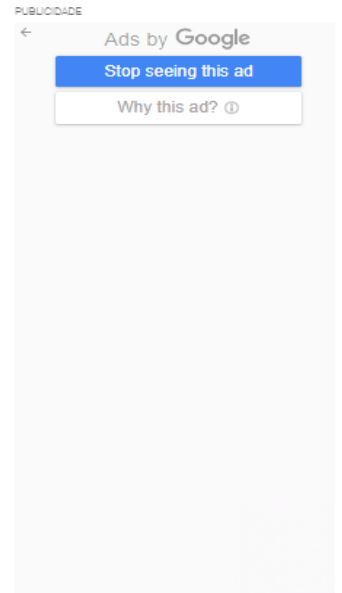
Plataforma de delivery tem crescimento de 418% em relação a 2020

Líder na pandemia, iFood chega a 5 mil parceiros entre mercados conveniências, pets e farmácias

Por Mariana Muniz Atualizado em 8 abr 2021, 18h44 - Publicado em 8 abr 2021, 16h30



O aplicativo de entrega de refeições iFood - Imagem/Divulgação



- iFood chega a 5 mil parceiros entre mercados, conveniências, pets e farmácias, um crescimento de 418% em relação ao mês de março de 2020.
-
-
- A categoria também triplicou a presença de cidades brasileiras nestes últimos doze meses e chegou a mais de 400 municípios. De junho de 2019 a março de 2021 foram pedidos cerca de 150 milhões de itens.
-

Faturamento da indústria de alimentos cresceu 16,9% em 2021, diz associação

No ano passado, a receita do setor chegou a R\$ 922,6 bilhões



Clientes escolhem produtos em supermercado
Foto: Tânia Rêgo/Agência Brasil

Isadora Duarte, do Estadão Conteúdo

[Fonte CNN Brasil](#)

ALIMENTAÇÃO

Empreendedor fatura R\$ 8 milhões com delivery de comidas saudáveis

Caio Ciampolini pretende realizar rodada de investimento para escalar a Da Mata, que opera a partir de dark kitchens em São Paulo

🕒 4 min de leitura

Ouçã ▶ ● ◀ ▶ ↺ ↻

REBECCA SILVA

07 FEV 2022 - 08H00 | ATUALIZADO EM 09 FEV 2022 - 12H27

[Fonte Pequenas Empresas Grandes Negócios](#)

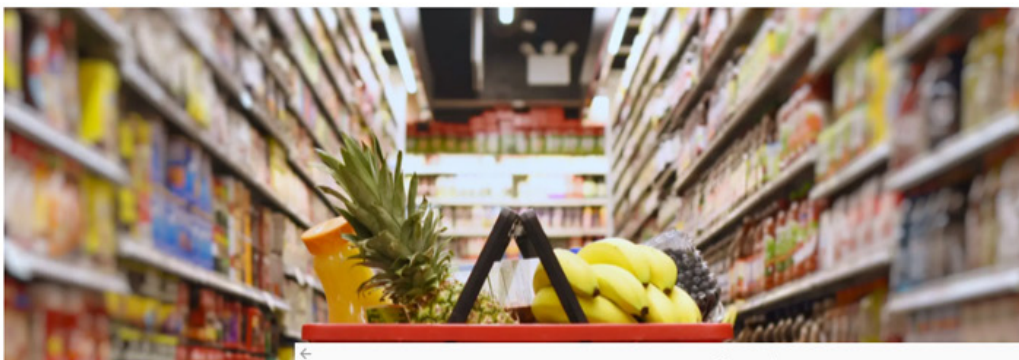
MGLU3 R\$ 6,29 -0,31%	PETRA R\$ 34,23 -0,03%	VALE3 R\$ 101,97 +2,28%	ITUB4 R\$ 24,67 -1,51%	ABEV3 R\$ 13,93 -1,76%	GGBR4 R\$ 29,40 +3,58%	IBOVESPA 114.474 pts -0,60%	DÓLAR
-----------------------	------------------------	-------------------------	------------------------	------------------------	------------------------	-----------------------------	-------

Depois das refeições...

Startups de entregas competem pela próxima fronteira: os produtos de supermercado

Com delivery de refeições por aplicativo consolidado no país, startups agora batalham pela liderança na digitalização dos produtos de supermercado

Por Mariana Fonseca 6 fev 2022 08h30-Atualizado 4 semanas atrás



Fonte InfoMoney

terra LOJA VIRTUAL CURSOS ONLINE CURSO DE INGLÊS CONSTRUTOR DE SITES TERRA ADS MAIL GIGANT

Notícias

Food service deve crescer 28% em 2022, aponta pesquisa

Segundo a ABIA, faturamento pode chegar a R\$ 166,9 bilhões; para CEO, conexão entre tecnologia e conhecimento é essencial, considerando taxa de mortalidade do setor

24 jan 2022 14h54 [ver comentários](#)

Ouvir texto

 0:00

SHARE THIS ARTICLE WITH THOSE WHO HAVE READING OR VISION DIFFICULTIES

#audiX inclusion audima

Fonte Terra

Delivery de comida vira hábito para mais de 60% da população

© PUBLICADO EM: 14/07/2022

Facebook Twitter E-mail

Tendência acelerada pelas restrições de circulação, caiu no gosto das pessoas que hoje, pedem de tudo pelo celular



ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Guilherme Lima - O que são microfranquias?

Três tendências em restaurar 2023

A melhor maneira de montar catálogo de vinhos

Medidas básicas: saiba como incêndios em bares e restaur

Como evitar acidentes com v de gás em restaurantes

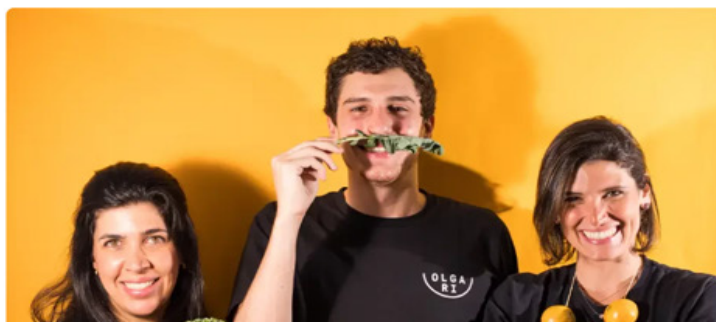
De planejamento à compensi: tudo sobre o Perse

Fonte ABRASEL

NEGÓCIOS

Conheça a história da Olga Ri, foodtech de saladas que fatura R\$ 21 milhões

Fundada em 2016 com R\$ 30 mil, delivery de saladas conta com quase 200 funcionários e atende mais de 10 mil clientes todos os meses



Mais lidas de Negócios

- NEGÓCIOS**
Há um ano + 3 min de leitura
As sete mulheres mais ricas do Brasil; veja quem lidera o ranking
- NEGÓCIOS**
Há um dia + 7 min de leitura
Não ganhou na Mega da Virada? Conheça 13 franquias para ficar milionário em 2023

Fonte Exame

DELIVERY

DELIVERY

DELIVERY

O intuito deste livro é ajudar os donos de negócios alimentícios a implementarem um delivery campeão usando quaisquer das plataformas disponíveis na sua cidade e região.

Mais importante ainda é implantar o seu próprio delivery.

Não tenho nenhum interesse (bem ao contrário) em fazer publicidade para os marketplaces disponíveis no mercado, porém não poderia escrever um livro de qualidade sem considerar o quanto eles são importantes.

O Ifood é um excelente parâmetro. Estamos falando da maior vitrine de venda de alimentos do mundo. No Brasil, o Ifood atende mais de 400 municípios, e cerca de 180 milhões de itens são vendidos pelo app por ano.

Costumo dizer para os meus clientes que todo negócio deve ter foco em crescer. Para conseguirmos resultados contundentes, vamos requerer aumento das vendas, bem como redução dos custos.

Como consultor, uma das primeiras coisas que analiso quando conheço um novo negócio é a estrutura do cardápio (tradicional e on-line), junto com o canal de delivery desse local.

Eles estão conectados entre si, mas poucos negócios enxergam isso, perdendo, assim, potencial de vendas.

Consigo grandes resultados com os meus clientes a curto prazo abordando esses aspectos. Claro que cada negócio tem a sua realidade, mas, em média, conseguimos um aumento de 20 a 30% de receita.

O melhor de tudo é que, na maioria dos casos, o empresário já tem a estrutura necessária para implantar o delivery sem investimentos significativos, nem sequer aumento de custos fixos.

BENEFÍCIOS PARA O CONSUMIDOR

- Facilidade e comodidade
- Segurança (cenário pandêmico)
- Grande leque de opções para escolher
- Descontos por meio de cupons e outros incentivos
- Economia de tempo e esforço



BENEFÍCIOS PARA OS NEGÓCIOS

- Oportunidade de alcance de clientes muito maior (quase sem limitação de capacidade)

- Aproveitar a estrutura de venda direta (salão, take away, etc.) com investimento mínimo

- No caso de dark kitchen (cozinha fantasma, sem atendimento ao cliente no local), custos muito reduzidos na estrutura e na mão de obra

- Marketing eficiente nos aplicativos dos marketplaces

- Marketing econômico via link de cardápio digital próprio nas suas redes sociais e campanhas incentivando o consumidor a fazer pedidos

- 25% dos clientes dizem gastar mais por aplicativos em comparação com a experiência de jantar em um restaurante (fonte: Restaurant Business)



Estamos à frente de uma das maiores oportunidades da história do setor de food service, e todas as previsões do mercado apontam que a curva de crescimento do canal de delivery seguirá crescendo nos próximos anos.

O meu objetivo neste capítulo foi dissipar qualquer dúvida sobre POR QUE é importante ter um canal de vendas de delivery, além de motivá-lo a implantar o delivery campeão no seu negócio o quanto antes.



FOTOS QUEM VENDEM

É fundamental que o seu cardápio tenha fotos de qualidade e fiéis ao seu produto. Usar fotos de alta qualidade e que valorizem os seus produtos pode aumentar as suas vendas em 30%. Isso faz toda a diferença entre um cardápio ruim e um cardápio vendedor.

O cliente come pelos olhos! Nunca escolha fotos da internet: elas não foram feitas com os seus produtos e costumam ter qualidade deplorável. Você precisa apresentar um padrão entre as fotos, com estilos e qualidade uniforme entre elas, de modo a representarem fielmente os seus produtos. Valorize o seu produto e inspire confiança alavancando as suas vendas.

Até aqui, você fez um bom trabalho. Não o estrague com fotos ruins e lembre que o seu cliente irá tomar a decisão em questão de segundos em um aplicativo. A atração visual é importantíssima.

Por esse motivo, recomendo contratar um especialista em fotografia de alimentos para assegurar o melhor resultado. Não recomendo que você mesmo faça as fotos, a menos que tenha material profissional, tempo e conhecimento de fotografias de alimentos. O seu plano de negócio deve considerar esse investimento em marketing via um fotógrafo profissional.

No entanto, como tenho o compromisso de ajudá-lo em todos os cenários para que você tenha sucesso na implementação do seu delivery campeão, irei fornecer o máximo de dicas para que você consiga os melhores resultados fazendo as fotos você mesmo.

Como falei anteriormente, as fotos não irão se igualar ao trabalho de um profissional da fotografia de alimentos, e você precisará investir muito tempo, porém esta é a opção mais barata (ao menos assim parece!).

Lembre-se de que o objetivo é ter as melhores fotos mostrando os seus pratos da forma mais realista possível, dando apetite às pessoas. A boa notícia é que, hoje em dia, a maioria dos smartphones (fabricados desde 2008 até hoje) pode conseguir um bom resultado final seguindo as dicas deste livro. As versões não param de serem melhoradas, principalmente no quesito fotografia.

Antes de seguir, preciso dizer que nenhuma das fotos deste livro foi feita por mim mesmo. Com o objetivo de entregar a maior qualidade de produto possível, tive o prazer e a honra de contar com a colaboração do meu amigo e parceiro na InGemba Consulting BenHur Photo Studio. Ele é o melhor fotógrafo de alimentos e especialista em food style do Brasil.

DICA DE OURO

Recomendo iluminação extra e um tripé para ter estabilidade durante o processo de enquadramento.





O objetivo é fotografar cada item de forma individual para cada produto à venda no seu cardápio.

Ou seja, se vender um cheeseburger de forma individual e também em formato de combo com batata e bebida, faça duas fotos (uma para cada formato).

Elas aparecerão ao lado de cada item, e o cliente precisa enxergar a qualidade e o tamanho dos seus produtos em décimos de segundos. Enxergar a qualidade e o tamanho dos seus produtos em décimos de segundos.

Começando pelos preparativos básicos, e supondo que você usará um smartphone, comece revisando a



DICA DE OURO

Prepare uma lista de todas as fotos que você precisa fazer para a sua sessão e reserve um tempo para se dedicar 100% a essa tarefa.

Esqueça as fotos feitas no modo vertical. Você precisará fazer as fotos no modo horizontal, de modo que o produto ocupe entre 70 e 80% da foto.

O foco deve ser o produto principal. É possível que você tenha que desativar a função de foco automático do seu aparelho para ter maior controle sobre ele.

Para conseguir um close de qualidade, aproxime-se até achar o ponto certo, mas não use a opção de zoom manual do aparelho. Ele não foi desenvolvido como um zoom de máquina fotográfica profissional.

Caso seja mais fácil, faça a foto para depois editá-la com algum aplicativo disponível usando a opção de recorte.

configuração do seu celular para ativar a maior qualidade possível, bem como a função de grade junto, com o apoio de um tripé, para controlar melhor a qualidade do enquadramento.

Cuide da iluminação usando vários pontos de luz repartidos da melhor forma, desativando a opção de flash.

Limpe a lente e use a câmera principal do seu celular (ela tem melhor qualidade) para conseguir as fotos mas nítidas possíveis com o seu aparelho.

É importante cuidar do cenário, agregando elementos que complementem o produto.

Cada produto pode contar uma história (storytelling). Para esse fim, você pode usar talheres e embalagens, acessórios e ingredientes reais para dar uma impressão visual verdadeira do tamanho das porções, bem como da receita e dos sabores dos seus produtos.

Nunca use elementos que não fazem parte do produto. Por exemplo, colocar um limão do lado de uma sobremesa pode ajudar a determinar o sabor da sobremesa de forma clara e sutil.



É muito importante que você consiga mostrar os produtos por dentro no caso de lanches, hambúrgueres e outros.

Nesse caso, é mais complexo conseguir um bom resultado, e você pode precisar fazer um corte limpo no produto para apresentar o recheio.

No caso de uma pizza ou torta, corte um pedaço e levante-o para mostrar a qualidade da massa e o queijo derretido. A fotografia que vende precisa não só representar fielmente o produto final como também dar apetite.

Por isso, é importante fazer as fotos de forma rápida depois da produção. Isso irá transmitir a sensação de temperatura, o brilho e a textura da forma mais real e natural possível (p. ex., bebida gelada com gotas escorregando pelo copo, milkshake gelado, comida quente com fumaça, etc.).

Os seus produtos devem ser o principal foco para esse trabalho, mas aproveite para enfeitar a foto dando toques de cores e realismo. Não exagere.

Só dê um toque. E, caso tenha serviço no salão, aproveite para mostrar o local, as louças, etc. Ao final, isso virou até um conceito: "Instagramar o local".



DICA DE OURO

O seu produto deve ser o grande protagonista, com 80% do enquadramento, mas aproveite os 20% restantes para valorizar o seu produto da melhor forma.



DICA DE OURO

Parabéns! Agora só resta subir as fotos no seu marketplace de delivery. É possível que você tenha que reduzir o tamanho das fotos antes de subi-las no site. Você pode usar o Paint, o Canva ou outras ferramentas gratuitas para isso.



DICA DE OURO

Para valorizar os seus produtos, aplique o ângulo de 45 graus para itens com altura (p. ex., hambúrguer) ou faça a foto de cima para baixo para pratos mais elaborados (p. ex., risoto servido em tigela).





Ben-Hur de Santi

É com muita alegria que irei compartilhar truques e dicas sobre fotografia de alimento que irão ajudar a alavancar as suas vendas.

Fotos elaboradas resultam em maiores ganhos, pois é um fator de decisão para seu cliente escolher entre você e seu concorrente.

Sou **Ben-Hur de Santi**, especialista em fotografia de alimentos.

Restaurantes, Franquias de alimentos e Industrias

A **arte de contar histórias através da fotografia** de alimentos captura o que provamos e apreciamos como memórias, porque é o espelho da emoção humana.

O fotógrafo pode controlar a luz para criar composições que evocam emoções como alegria, paixão, desejo, o que quiser criar.

Ele também brinca com a perspectiva e justapõe sabores para tornar uma história interessante para as pessoas lerem e aprenderem.

Contar uma história na fotografia de alimentos é um conceito que existe na indústria há muito tempo. No entanto, existem algumas tendências recentes que influenciaram a maneira como as pessoas abordam a narrativa por meio de suas imagens de alimentos.

Me segue nas redes sociais
([@benhurstudio](#), www.benhur.com.br)

12 DICAS PARA CONSEGUIR AS MELHORES FOTOS

Limpeza da Lente

Erro muito comum na hora de apertar o botão é não observar a lente do seu celular ou camera, pois é comum durante a operação o contato da mão com itens gordurosos ou a mesma digital na lente, tenha o habito de limpar a sua lente antes com materia de algodao ou toalha de microfibra.

Não use zoom

Além de reduzir a qualidade da imagem, o zoom pode gerar distorções nas cores e texturas do seu alimento. Se necessário aproxime o máximo que seu aparelho permite. Lembre-se que na edição você pode usar o corte para ajustes.

Não use flash

Celulares no modo automático não possuem controle de quantidade de luz para iluminar seu alimento, flash pode gerar uma foto sem vida, sem cores. Assegure-se de que seu flash não está ativado antes da sua sessão.

Luz de janela

Você pode gerar fotos incríveis com uma única fonte de luz. A luz de janela é usado desde a idade média, gerando constrates e volumes. Cada hora do dia vai gerar uma intensidade, vale observar quais momentos a luz vai deixar seu alimento mais interessante.



Led e Difusores

Led é um **acessório que soma** com a luz do ambiente. Outra opção é a lanterna de outro celular que pode vir a ajudar a iluminar seu prato, se a luz estiver muito forte, o papel vegetal é uma opção de baixo custo para suavizar e conseguir uma foto incrível .

Rebatedor

Na verdade, o Refletor Fotográfico ou Rebatedor, é qualquer objeto plano com uma superfície branca, prateada, dourado ou de qualquer outra cor. Geralmente, esse acessório é usado com o objetivo de amenizar as áreas de sombra “dura” ou excessiva, rebatendo parte da luz da fonte até a área que está sendo menos iluminada

Ângulo

Os ângulos da câmera são essenciais ao compor para fotografia de alimentos. Uma perspectiva que poderia funcionar muito bem para uma imagem não funcionará necessariamente para outra. Portanto, antes de levantar a câmera, pense em qual perspectiva ajudará a destacar os melhores recursos do prato.

Editando suas fotos

O Lightroom mobile é um aplicativo gratuito de edição de fotos para iPhone, iPad e dispositivos Android. Com recursos avançados de edição ao seu alcance, você pode criar fotos incríveis em qualquer lugar.

Edição facilitada.

Com o Lightroom, você faz edições básicas de brilho, contraste e muito mais para destacar suas fotos com a melhor iluminação.

Destaque qualquer imagem usando predefinições.

Adicione predefinições com um toque e deixe o restante com o Lightroom.

Com mais de 150 predefinições personalizadas gratuitas e premium disponíveis, você sempre tem opções para impressionar as pessoas.

Desenvolva suas habilidades com rapidez. Acompanhe fotógrafos especialistas em tutoriais que aprimoram suas habilidades de edição de fotos.

Evite Filtros

Com os avanços da tecnologia, as ferramentas de edição de imagens e filtros de aplicativos de mídia social, como o Instagram, têm sido cada vez mais utilizadas para aperfeiçoar as fotos que são postadas online. Embora esses filtros possam aumentar a qualidade visual das imagens, sua utilização excessiva pode ter um efeito negativo na autoestima dos usuários.

Ao usar filtros como brilho, cor e saturação, as pessoas podem criar a ilusão de que suas próprias imagens são mais bonitas do que elas realmente são. Isso pode levar ao sentimento de inadequação quando as pessoas veem fotos reais de outras pessoas que não usaram filtros. Esses sentimentos podem ser agravados ao ver imagens de celebridades que usam filtros para se mostrar mais bonitas do que realmente são.

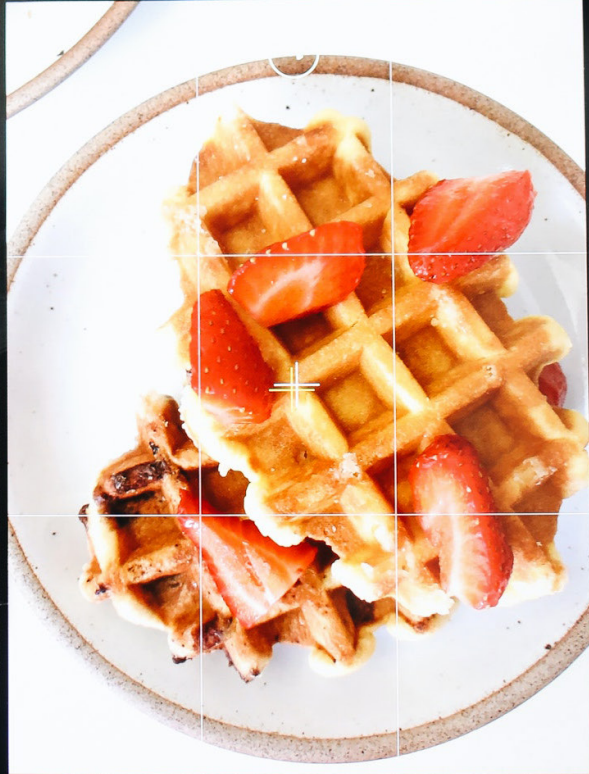
Além disso, ao usar filtros, as pessoas também podem desenvolver a ideia de que elas não são boas o suficiente sem os filtros. Isso pode levar a problemas relacionados à autoestima e à autoimagem, como a depressão, ansiedade, baixa autoestima e problemas de imagem corporal.

O uso excessivo de filtros também pode levar a comportamentos como filtrar fotos reais antes de postá-las ou buscar o aprovação dos outros ao postar imagens. Isso pode levar a comportamentos obsessivos e aumentar a insegurança das pessoas, prejudicando ainda mais sua autoestima.

Por essas razões, os filtros do Instagram podem ter um impacto negativo na autoestima das pessoas, especialmente quando usados de forma excessiva ou para criar uma imagem falsa de si mesmo. No entanto, usar os filtros de forma moderada pode ser uma ótima maneira de compartilhar suas imagens online.



АМЕДЕННО ВИДЕО ФОТО ПОРПЕТ КВАРПАТ



Cenário

A fotografia de alimentos é uma área cada vez mais em alta, principalmente nas redes sociais. Para obter ótimos resultados, é necessário levar em conta vários fatores, como a qualidade do alimento, a composição, a iluminação, o enquadramento e, claro, o cenário.

O cenário influencia muito na qualidade final da foto. Ele é responsável por criar um ambiente harmonioso e convidativo, que transmite ao espectador a sensação de querer provar aquela comida. Além disso, o cenário também ajuda a contar a história da foto; é ele que dá caráter e personalidade ao ambiente.

O primeiro passo para criar um cenário ideal para fotos de alimentos é escolher as cores certas. As cores claras, como o branco, o bege e o creme, são ótimas para destacar o alimento e dar leveza à imagem; já as cores mais escuras, como o marrom, o preto e o azul, são mais indicadas para criar um clima mais intimista, como se alguém estivesse preparando uma refeição para um jantar em família.

O segundo passo é escolher os elementos certos para preencher o cenário. Uma boa maneira de fazer isso é pensar em como o alimento é preparado ou servido. Por exemplo, se a foto for de um prato de macarrão, pode-se usar uma espátula de madeira, alguns grãos de azeite e um ralador de queijo para completar o cenário.

Por fim, não se esqueça de usar elementos que criem contraste com o alimento. Por exemplo, se a foto for de um prato de massa, pode-se usar uma cesta de frutas, folhas verdes, flores ou até mesmo um pedaço de madeira para dar contrastes interessantes.

Fotos Humanizadas

A humanização nas fotos de alimentos está se tornando cada vez mais comum nas mídias sociais. Esta técnica consiste em criar uma relação humano-alimento através da fotografia, de modo que a comida se torne mais interessante e apetitosa.

A humanização nas fotos de alimento é uma técnica de fotografia que tem como objetivo tornar o alimento mais atraente para o público. O fotógrafo usa técnicas como o bom uso de luz e sombra, composição, ângulos e até mesmo a inclusão de elementos humanos para tornar a imagem mais interessante e atraente.

O uso de elementos humanos pode ser algo tão simples quanto colocar a mão de alguém perto da comida, ou usar os dedos para esticar ou mexer nos alimentos. Outras técnicas incluem adicionar um prato de comida para acompanhar a comida, ou usar uma figura humana como parte da composição.

Outra técnica usada para a humanização de alimentos é criar um cenário em volta do alimento. Isso pode ser feito adicionando elementos como flores, pratos, talheres, mesas, toalhas de mesa, entre outros. Tudo isso é para tornar a imagem mais interessante e atraentes envolva suas habilidades com rapidez. Acompanhe fotógrafos especialistas em tutoriais que aprimoram suas habilidades de edição de fotos.

CONTATO



Jesús Rey

Consultor empresarial especialista em negócios alimentícios

Instagram @jesusreyconsultor

jesusrey@ingembaconsulting.com

www.InGembaConsulting.com

WhatsApp: (19) 9 7157-6868

Youtube InGemba Consulting

Se você é proprietário de um restaurante, bar, cafeteria ou indústria do setor alimentício, lidera uma equipe e deseja melhorar os seus resultados e o engajamento do seu time, esta é a sua chance.

Junto com os meus parceiros, ajudo os negócios de food service a alavancarem os seus resultados implementando estratégias de crescimento, com foco no atendimento ao cliente, na rentabilidade e na eficiência operacional.

Entre em contato e iremos ajudá-lo.

GOSTOU?

ADQUIRA O

CURSO COMPLETO

A gratidão nos ajuda a lidar melhor com as adversidades, pois ela nos dá forças para enfrentar os desafios e nos ajuda a encontrar soluções. Além disso, a gratidão nos ajuda a nos conectar com as pessoas ao nosso redor, pois nos faz reconhecer o valor das outras pessoas e o quanto elas nos ajudam.

Não poderia terminar este livro sem agradecer aos grandes profissionais e parceiros que deram o seu melhor neste projeto para conseguirmos juntos o melhor livro e curso online sobre delivery de alimentação.

A todos vocês envio um forte abraço. Para quem busca profissionais de alto padrão, seguem os contatos.

OBRIGADO a todos!

Jesús Rey

Jesus Rey



COMPRE AQUI

PARTICIPE DOS NOSSOS GRUPOS



CONSULTORIA



CONTEÚDOS



GRUPO DO FACEBOOK

www.ingembaconsulting.com