

Marketing e nutrição: união que dá certo!

Por Renata Silva

Nos dias atuais, para ter sucesso em um empreendimento voltado à alimentação não basta oferecer apenas bons produtos, estar qualificado para exercer as funções e dispor de um cardápio que agrade a clientela. É necessário também que as empresas de *food service* (serviço de refeição fora do lar) atuem em parceria com um instrumento crescente entre as grandes redes de restaurante: o marketing.

Abrangendo esses dois nichos, o novo lançamento de nutrição escrito por Simone Roseli Ferreira Catelli e por colaboradores, *Uma Garfada de Marketing* (120 pág., R\$ 29), traz aos leitores um pouco das técnicas e *cases* de restaurantes e empresas que trabalham no ramo de *food service*, fazendo uma junção com o mundo do marketing.

A elaboração da obra iniciou-se com um grupo de estudos em 2005, que tratava de temas como atendimento ao cliente, gastronomia para o marketing, cardápios temáticos, comunicação e melhoria contínua, entre outros.

De acordo com a autora, que é diretora da Associação Paulista de Nutrição (Apan), “a idéia foi comemorar os dez anos na direção da associação com o lançamento do livro. Além disso, a iniciativa foi motivada pelo meu trabalho na área de eventos e marketing e por querer compartilhar minhas experiências com outros nutricionistas”, explica.

Após a conclusão dos estudos, a Apan trouxe uma prévia do livro, na qual eram abordados, entre outros temas, a quebra do paradigma de que uma marca é melhor do que a outra, a importância de se testar o produto e, principalmente, satisfazer os clientes. Porém, segundo Simone, ainda faltavam alguns complementos para os capítulos, e por isso, alguns profissionais foram convidados a participar do projeto.

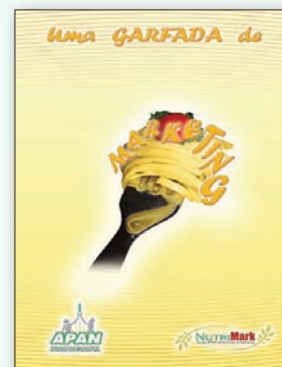
O livro

O resultado do trabalho, que reuniu nutricionistas, profissionais de marketing, chefes de cozinha, administradores e designers, é uma obra com dez capítulos e três *cases*. “Os *cases* basicamente descrevem o início de cada empresa, seu desenvolvimento

e manutenção. São histórias relevantes, pois cada leitor poderá imaginar-se como um desses empreendedores e tirar suas conclusões para o sucesso nos negócios”, conta a autora.

Voltado a gestores do setor de *food service*, profissionais, estudantes de nutrição e gastronomia e interessados por marketing, *Uma Garfada de Marketing* tem como objetivo transmitir aos leitores o conhecimento dos autores sobre *food service* e mostrar como ele pode ser aplicado na vida e rotina dos empreendedores e donos de redes de restaurantes de pequeno, médio e grande portes.

Participaram da elaboração do livro como colaboradores os profissionais: Michel Darqué, proprietário do L'Atelier Michel Darqué (gastronomia); Sérgio Frota, da Indústria Elvi; André Rezende, da Indústria Prática Technicook; Francisco Wolff, Cláudia Rocha e Marcelo Sung, ex-proprietários de lojas Pakalolo; o jornalista Wagner Sturion; Marco Aurélio Andrade, designer responsável (comunicação e marketing); Ana Paula Gomes, Polyanna Silva e Tânia Gomes (nutrição); e Enzo Donna, da ECD Food Service (pesquisa em *food service*). ☺



Uma Garfada de Marketing é voltado a gestores de *food service*

Vendas:

Via Lettera
www.vialettera.com.br

Associação Paulista de Nutrição (Apan)
www.apanutri.com.br
(11) 3862-0760