



Copie o modelo de **cardápio digital** que vende no automático

O guia passo a passo para donos de restaurante
que querem vender mais pelo delivery
sem depender só de anúncio pago

Assessoria Alpha | 2026

Antes de começar

Você investe em anúncio, recebe visitas no cardápio — mas as vendas não sobem como deveriam. O problema, na maioria das vezes, não está no tráfego. Está no próprio cardápio.

Um cardápio confuso, sem lógica de venda e com fotos ruins afasta o cliente antes de ele finalizar o pedido. Este guia mostra como corrigir isso, passo a passo.

 Mais pedidos finalizados Organização clara aumenta a taxa de conversão de visitantes em compradores.	 Ticket médio maior Combos e adicionais bem posicionados elevam o valor de cada pedido.
 Menos abandono de carrinho Processo de compra simples reduz desistências na reta final.	 Oferta mais atraente Descrições e fotos de qualidade geram desejo antes mesmo do preço.

Você não precisa de mais tráfego. Muitas vezes você só precisa de um cardápio que aproveite melhor o tráfego que já existe.

Capítulo 1 Por que o cardápio é seu melhor vendedor

Imagine que o cliente viu seu anúncio, gostou e clicou. Ele chegou ao seu cardápio. O que acontece agora?

Se o cardápio for confuso, ele vai embora. Se as fotos forem ruins, ele vai embora. Se não houver lógica na organização, ele vai embora — e pede no concorrente.

O cardápio digital é o momento decisivo da venda. É a sua vitrine online. Ela precisa estar arrumada, atraente e fácil de navegar.

Veja um exemplo real de cardápio bem estruturado: a Dagnoni Pizza usa a seção 'Os mais pedidos' no topo como vitrine dos produtos mais vendidos, seguida diretamente pela seção de combos — exatamente a lógica recomendada.

Cardápio real com estrutura correta: destaques no topo, combos logo abaixo. Fonte: Playbook Alpha Assessoria.

O que um bom cardápio faz por você

- Aumenta o número de pedidos finalizados
- Aumenta o valor médio de cada pedido
- Reduz o abandono de carrinho
- Faz o cliente sentir vontade de comprar antes mesmo de ver o preço

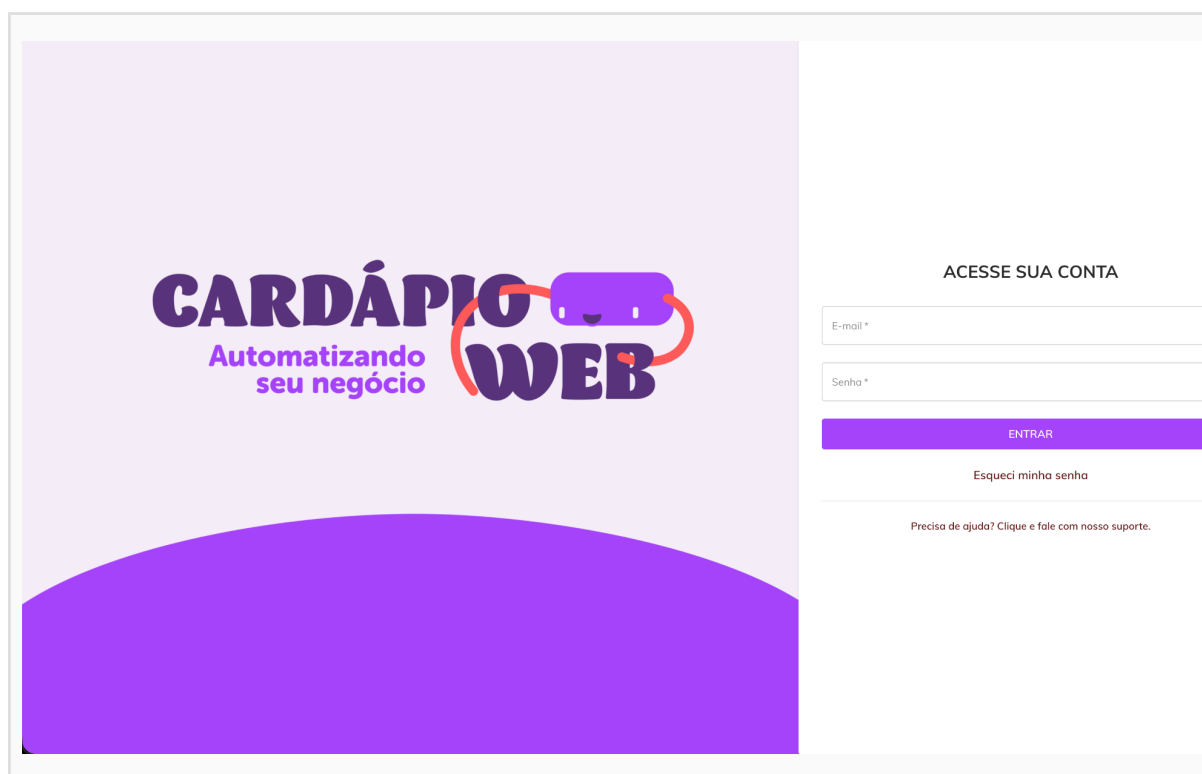
DICA PRÁTICA: Antes de gastar mais em anúncio, revise o cardápio. Uma hora de organização pode valer mais do que semanas de tráfego pago.

Capítulo 2 Revisando o cardápio que você tem hoje

Antes de reorganizar qualquer coisa, olhe para o que já existe. A maioria das pessoas pula essa etapa — e comete os mesmos erros na versão nova.

Acessando sua plataforma

Acesse o painel de administração com seu e-mail e senha. A plataforma mais recomendada é o Cardápio Web. O sistema já entrega uma estrutura inicial de cardápio que você vai ajustar e otimizar.



Acesse com seu e-mail e senha de administrador. Fonte: Playbook Alpha Assessoria.

O que analisar no cardápio atual

Pontos críticos de avaliação

Categorias organizadas

Produtos com foto

Sem produtos duplicados	85%
Preços definidos	95%
Descrições atraentes	60%

- Quais categorias você tem criadas?
- Os produtos estão organizados de forma lógica?
- Existem produtos duplicados ou desatualizados?
- Algum produto está sem preço ou sem foto?
- O cliente consegue entender facilmente o que está comprando?

DICA PRÁTICA: Se o cardápio está muito bagunçado, costuma ser mais rápido reconstruir do zero do que tentar ajustar.

Capítulo 3 A estrutura de categorias que mais vende

A ordem das categorias influencia diretamente as vendas. O cliente vê primeiro o que está no topo — então o topo precisa ser o que tem mais poder de chamar atenção.

A ordem recomendada

1	Promoções / Destaques Os produtos com maior apelo visual. Funcionam como isca para prender o cliente no cardápio.
2	Combos Aumentam o valor do pedido e facilitam a decisão de compra.
3	Produtos principais O carro-chefe do restaurante: pizzas, hambúrgueres, pratos executivos.
4	Porções / Entradas Acompanhamentos e petiscos que complementam o pedido.
5	Sobremesas Fecham bem o pedido e aumentam o ticket médio.
6	Bebidas Sempre ao final — o cliente já está comprando quando chega aqui.

No exemplo abaixo, a Dagnoni Pizza aplica exatamente essa estrutura: 'Os mais pedidos' no topo funciona como destaques, seguida imediatamente pelos combos.


Dagnoni Pizza

Abre hoje às 18h • Pedido mín. R\$ 59,99
 Perfil da loja

Loja fechada, abre hoje às 18h


Cashback
 compre e ganhe na hora
 Aproveite já!

Os mais pedidos


GIGANTE
 45CM - 16 FATIAS
 16
 PIZZA COM 11 FATIAS E 5 SABORES
GIGANTE (45cm - 16 FATIAS)
 A partir de **R\$ 89,99**


FAMÍLIA
 40CM - 12 FATIAS
 12
 PIZZA COM 11 FATIAS E 5 SABORES
FAMÍLIA (40cm - 12 FATIAS)
 A partir de **R\$ 84,99**


GRANDE
 35CM - 9 FATIAS
 9
 PIZZA COM 11 FATIAS E 5 SABORES
GRANDE (35cm - 9 FATIAS)
 A partir de **R\$ 79,99**


Refrigerante Coca-Cola Zero 2L
R\$ 15,99


Coca-Cola Original Garrafa 2L
R\$ 15,99


MÉDIA
 30CM - 6 FATIAS
 6
 PIZZA COM 11 FATIAS E 5 SABORES
MÉDIA (30cm - 6 FATIAS)
 A partir de **R\$ 69,99**

COMBOS %

Pizza Broto + Coca-Cola Lata 350ml
 COMBO DAGNONINHO: Pizza Broto com 25cm, 4 fatias generosas e apenas 1 sabor + Coca-Cola Lata 350ml por Apenas R\$ 62,99...
R\$ 62,99


Pizza Média + Coca-Cola 600ml
 COMBO NA MEDIDA: Pizza Média com 30cm, 6 fatias generosas e até 2 sabores + Coca-Cola 600ml por Apenas R\$ 72,99...
R\$ 72,99


Pizza Grande + Guaraná Kuat 2L
 COMBO GRANDIOSO: Pizza Grande com 35cm, 9 fatias generosas e até 3 sabores + Guaraná Kuat 2L por Apenas R\$ 89,99...
R\$ 89,99


Pizza Gigante + Guaraná Kuat 2L
 COMBO GIGA KUAT: Pizza Gigante com 45cm, 16 fatias e até 4 sabores + Guaraná Kuat 2L por Apenas R\$ 97,99...
R\$ 97,99


Exemplo real: destaques → combos. Fonte: Playbook Alpha Assessoria.

DICA PRÁTICA: No início, coloque nos destaques os produtos de maior saída. Com o tempo, a plataforma mostra os dados reais — então ajuste com base nos números.

Capítulo 4 Como usar combos para aumentar o valor do pedido

Combos são combinações de dois ou mais produtos vendidos juntos por um preço mais vantajoso. São uma das estratégias mais eficientes para aumentar o quanto cada cliente gasta por pedido.

Exemplos por tipo de restaurante

 Pizzaria Pizza média + refrigerante 600 ml Duas pizzas grandes + refrigerante 2 L Pizza salgada + pizza doce + guaraná	 Hamburgueria Hambúrguer + batata + refrigerante Dois hambúrgueres + duas batatas + dois refrigerantes Hambúrguer + batata + brownie
--	---

Abaixo você vê como a Dagnoni Pizza estrutura seus combos: cada opção combina pizza + bebida, tem nome próprio e preço fechado, sempre mais vantajoso do que comprar os itens separados.

COMBOS %

Pizza Broto + Coca-Cola Lata 350ml COMBO DAGNONINHO: Pizza Broto com 25cm, 4 fatias generosas e apenas 1 sabor + Coca-Cola Lata 350ml por Apenas R\$ 62,99.... R\$ 62,99		Pizza Média + Coca-Cola 600ml COMBO NA MEDIDA: Pizza Média com 30cm, 6 fatias generosas e até 2 sabores + Coca-Cola 600ml por Apenas R\$ 72,99.... R\$ 72,99	
Pizza Grande + Guaraná Kuat 2L COMBO GRANDIOSO: Pizza Grande com 35cm, 9 fatias generosas e até 3 sabores + Guaraná Kuat 2L por Apenas R\$ 89,99.... R\$ 89,99		Pizza Gigante + Guaraná Kuat 2L COMBO GIGA KUAT: Pizza Gigante com 45cm, 16 fatias e até 4 sabores + Guaraná Kuat 2L por Apenas R\$ 97,99.... R\$ 97,99	
Pizza Grande + Broto Doce + Guaraná Kuat 2L COMBO GRANDE PLUS: Pizza Grande com 35cm, 9 fatias generosas e até 3 sabores + Pizza Broto com 25cm e 4 fatias +... R\$ 122,99		Pizza Gigante + Broto Doce + Guaraná Kuat 2L COMBO GIGA PLUS: Pizza Gigante com 45cm, 12 fatias generosas e até 4 sabores + Pizza Broto com 25cm e 4 fatias + Guaraná Kuat... R\$ 142,99	

Combos bem estruturados. Observe que cada combo é mais barato do que comprar os itens separados. Fonte: Playbook Alpha Assessoria.

A regra de ouro dos combos

O combo **PRECISA** ser financeiramente mais vantajoso do que comprar os itens separados. Se o cliente fizer a conta e perceber que está pagando o mesmo, o combo perde o sentido. Exemplo: hambúrguer R\$ 25 + batata R\$ 12 = R\$ 37 separados. O combo a R\$ 34,90 já cria percepção de vantagem.

DICA PRÁTICA: Dê nomes aos seus combos. 'Combo Família', 'Combo do Fim de Semana' geram muito mais identificação do que 'Combo 1'.

Capítulo 5 Produtos, porções, sobremesas e bebidas

5.1 Produtos principais

Use complementos para organizar sabores e variações — assim você evita criar dezenas de produtos individuais e mantém o cardápio mais enxuto.

ESCOLHA SUA PIZZA

BROTO (25cm - 4 FATIAS) Pizza com 1 sabor e 4 fatias A partir de R\$ 59,99	 5% cashback	MÉDIA (30cm - 6 FATIAS) Pizza com até 2 sabores e 6 fatias A partir de R\$ 69,99	 5% cashback
GRANDE (35cm - 9 FATIAS) Pizza com até 3 sabores e 9 fatias A partir de R\$ 79,99	 5% cashback	FAMÍLIA (40cm - 12 FATIAS) Pizza com até 4 sabores e 12 fatias A partir de R\$ 84,99	 5% cashback
GIGANTE (45cm - 16 FATIAS) Pizza com até 4 sabores e 16 fatias A partir de R\$ 89,99	 5% cashback	MEGA (60cm - 24 FATIAS) Pizza com até 4 sabores e 24 fatias A partir de R\$ 154,99	 5% cashback

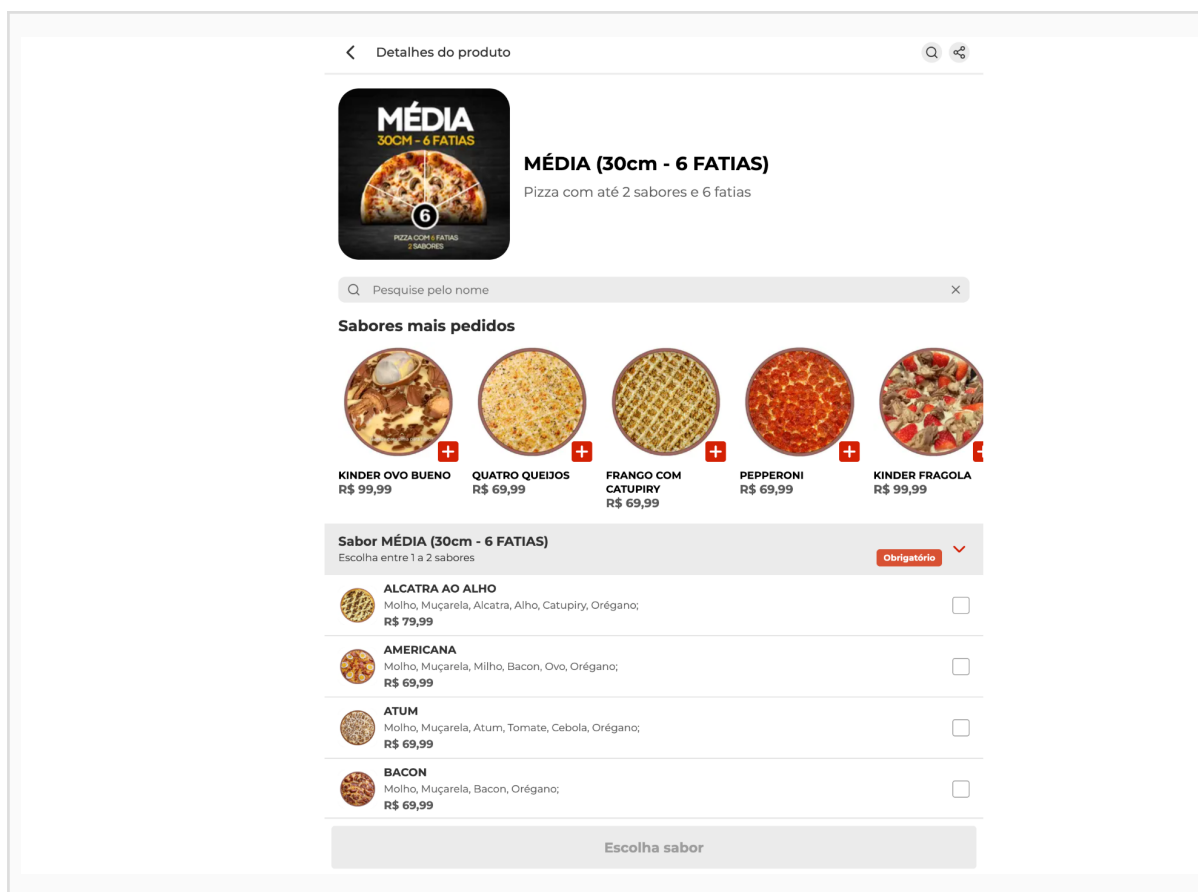
Produtos por tamanho (Broto, Média, Grande, Família, Gigante, Mega). Os sabores ficam como complementos.
Fonte: Playbook Alpha Assessoria.

Pizzaria: organize por tamanho (Broto, Média, Grande, Família, Gigante). Os sabores ficam como complementos dentro de cada tamanho.

Hamburgueria: liste cada hambúrguer como produto individual. Configure adicionais pagos (bacon extra, queijo extra, carne extra) como complementos.

Como configurar os sabores como complementos

Quando o cliente clica no produto 'Pizza Média', aparecem os complementos com as opções de sabores. Esse modelo evita o excesso de produtos listados e simplifica a navegação.



Sabores configurados como complementos. O cliente seleciona 1 ou 2 sabores dentro do produto. Fonte: Playbook Alpha Assessoria.

Dois modelos de precificação para pizzas

X Evite	✓ Prefira
Preço único para todos os sabores — sem diferenciação	Preço por sabor nos complementos — ex: Muçarela R\$ 39,90 / Calabresa R\$ 49,90
Nenhum acréscimo para sabores premium	Preço base + acréscimo — ex: base R\$ 29,90, frango com catupiry +R\$ 20

5.2 Porções, entradas e petiscos

Ofereça tamanhos diferentes da mesma porção: Batata frita Pequena R\$ 12,90 / Média R\$ 18,90 / Grande R\$ 24,90. Isso facilita a decisão e aumenta o ticket médio de forma natural.

5.3 Sobremesas

Brownie, pudim, sorvete, churros, açaí. Para o açaí, configure complementos de tamanho (300 ml, 500 ml, 700 ml) e coberturas opcionais (granola, leite condensado, banana, morango).

5.4 Bebidas

Divida por tipo: refrigerantes lata, refrigerantes 600 ml, refrigerantes 2 L, sucos, água. Para sucos, organize por tamanho e use complementos para os sabores dentro de cada tamanho.

Capítulo 6 Os ajustes que transformam visitas em pedidos

Com a estrutura montada, chegou a hora dos ajustes que transformam visitantes em compradores.

6.1 Menos opções, mais vendas

Oferecer opções demais prejudica as vendas. Quando o cliente tem muitas escolhas, ele trava e desiste — isso se chama paradoxo da escolha. Agrupe produtos semelhantes, elimine duplicidades e mantenha o cardápio enxuto.

6.2 Organize do mais barato para o mais caro

Dentro de cada categoria, coloque os produtos mais baratos primeiro. Se o primeiro produto que o cliente vê for caro demais, ele pode achar que o restaurante não cabe no orçamento e sair.

6.3 Fotos que geram desejo

Todo produto precisa de foto. Não qualquer foto — uma imagem que dá vontade de pedir. Veja o padrão da Dagnoni Pizza: todas as pizzas têm foto com fundo escuro, nome em destaque e número de fatias. Esse padrão visual consistente transmite profissionalismo e gera desejo.

ESCOLHA SUA PIZZA

BROTO (25cm - 4 FATIAS) Pizza com 1 sabor e 4 fatias A partir de R\$ 59,99	 5% cashback	MÉDIA (30cm - 6 FATIAS) Pizza com até 2 sabores e 6 fatias A partir de R\$ 69,99	 5% cashback
GRANDE (35cm - 9 FATIAS) Pizza com até 3 sabores e 9 fatias A partir de R\$ 79,99	 5% cashback	FAMÍLIA (40cm - 12 FATIAS) Pizza com até 4 sabores e 12 fatias A partir de R\$ 84,99	 5% cashback
GIGANTE (45cm - 16 FATIAS) Pizza com até 4 sabores e 16 fatias A partir de R\$ 89,99	 5% cashback	MEGA (60cm - 24 FATIAS) Pizza com até 4 sabores e 24 fatias A partir de R\$ 154,99	 5% cashback

Todas as pizzas seguem o mesmo template: fundo escuro, nome e tamanho em destaque. Fonte: Playbook Alpha Assessoria.

6.4 Descrições que vendem

A descrição não pode ser fria. Ela precisa gerar desejo.

X Evite	✓ Prefira
Hambúrguer com queijo e bacon	Hambúrguer artesanal suculento, coberto com queijo derretido e bacon crocante, servido no pão brioche tostado na manteiga
Pizza de frango	Pizza de frango com catupiry cremoso, cebola caramelizada e orégano fresco, assada no forno a lenha

6.5 Preços psicológicos

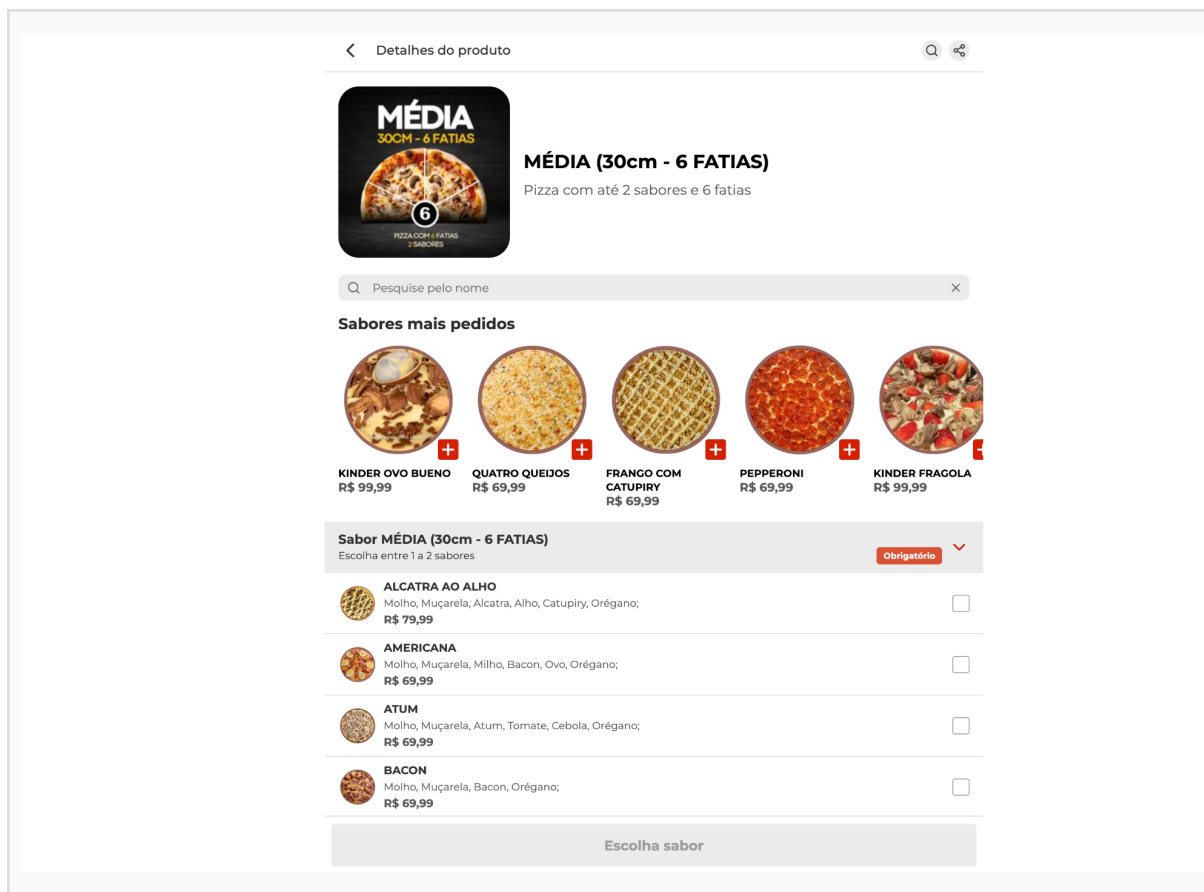
Use preços terminados em ,99. O cérebro lê R\$ 19,99 como R\$ 19, não como R\$ 20. Observe que a Dagnoni Pizza usa esse recurso em todos os produtos: R\$ 59,99 / R\$ 69,99 / R\$ 79,99.

6.6 Ancoragem de preço

Mostre o preço original riscado ao lado do preço promocional. Isso cria a sensação de vantagem e aumenta a probabilidade de compra.

6.7 Adicionais e upsells

Configure complementos opcionais dentro dos produtos: bacon extra, queijo extra, molho especial, sobremesa, bebida. Veja como os sabores premium (Kinder Ovo Bueno, Kinder Frágola) aparecem no topo dos complementos como upsell natural.



Os sabores premium aparecem no topo como upsell natural. Fonte: Playbook Alpha Assessoria.

6.8 Processo de compra simples

Quanto mais etapas para finalizar o pedido, maiores as chances de desistência. O ideal são três etapas: escolher o produto, adicionar ao carrinho e finalizar. O botão de carrinho precisa estar sempre visível.

6.9 Cupons promocionais

Se a plataforma permite, adicione um cupom em destaque no topo do cardápio. '10% no primeiro pedido' ou 'Frete grátis acima de R\$ 50' é o empurrão para quem estava em dúvida.

6.10 Horários e raio de entrega corretos

Configure corretamente os horários de funcionamento e o raio de entrega. Um erro muito comum: anúncios rodando para um raio maior do que o cardápio realmente entrega. O cliente entra, coloca tudo no carrinho e, na hora de finalizar, descobre que você não entrega no endereço dele — abandono garantido e dinheiro de anúncio desperdiçado.

Capítulo 7 Checklist final antes de publicar

Antes de considerar o cardápio pronto, percorra este checklist. Ele garante que nada ficou para trás.

Estrutura geral

✓	A categoria de promoções ou destaques está no topo?
✓	Combos aparecem logo depois das promoções?
✓	Produtos principais, porções, sobremesas e bebidas estão na sequência correta?

Produtos e preços

✓	Todos os produtos têm preço definido?
✓	Nenhum produto está duplicado?
✓	Dentro de cada categoria, os produtos estão do mais barato para o mais caro?
✓	Os combos são mais vantajosos do que comprar os itens separados?

Imagens e descrições

✓	Todos os produtos têm foto?
✓	As fotos têm boa qualidade e seguem um padrão visual?
✓	As descrições geram desejo?
✓	Não há erros de ortografia em nenhum lugar?

Configurações técnicas

✓	Os horários de funcionamento estão corretos?
✓	O raio de entrega está alinhado com as campanhas de anúncio?
✓	O processo de compra funciona do início ao fim sem erro?
✓	O botão de carrinho está visível durante a navegação?

Faça um pedido teste antes de publicar. Percorra o cardápio como cliente, adicione produtos ao carrinho e simule a finalização. Você vai perceber coisas que não veria só editando.

Agora é a sua vez

Um cardápio bem estruturado não é detalhe. É a base da sua operação de vendas online.

Quando você organiza as categorias certo, coloca os produtos na ordem correta, escreve descrições que geram desejo e elimina os gargalos que fazem o cliente abandonar o carrinho, o efeito aparece nos pedidos — sem precisar gastar mais em anúncio.

Abra o seu cardápio hoje. Percorra cada capítulo deste guia. Aplique os ajustes um a um. E observe o que acontece com os seus resultados nas próximas semanas.

E se você quiser uma consultoria completa do seu restaurante com um dos nossos especialistas para entender como o seu restaurante pode vender mais no cardápio digital, Ifood e no salão, [clique aqui](#) e preencha o formulário que em até 5 minutos vamos entrar em contato com você!



Assessoria Alpha

Estratégia e operação para restaurantes que querem vender mais.