

# Estratégia de Páscoa para Bares e Restaurantes

Como Transformar a Páscoa em  
um Período de Alto Faturamento



# ÍNDICE

- 1. Entenda o verdadeiro potencial da Páscoa**
- 2. Tendências de consumo para a Páscoa 2026**
  - 2.1 Experiência sensorial**
  - 2.2 Miniprodutos e porções compartilháveis**
  - 2.3 Personalização**
- 3. Estratégias para bares e restaurantes venderem mais**
- 4. Ideias criativas que aumentam o tíquete médio**
  - 4.1 Sobremesa espetáculo**
  - 4.2 Drinks temáticos**
  - 4.3 Combo de Páscoa**

**5. Venda para presente**

**6. Experiências que encantam clientes**

**6.1 Caça aos ovos para crianças**

**6.2 Foto temática**

**7. Estratégias de marketing simples e eficientes**

**7.1 Pré-venda**

**7.2 Cardápio limitado**

**7.3 Parcerias**

**8. Como evitar desperdícios**

**9. Dica estratégica para gestores**

**10. Conclusão**

# 1.

## ENTENDA O VERDADEIRO POTENCIAL DA PÁSCOA

A Páscoa movimenta muito mais do que ovos de chocolate. Ela ativa três gatilhos importantes de consumo:

### Reunião familiar

Almoços especiais, encontros e celebrações.



## Presente afetivo

Chocolate, sobremesas e lembranças.



## Experiência gastronômica diferenciada

Clientes buscam algo especial que não encontram no dia a dia.



Restaurantes que exploram esses três pontos conseguem transformar um simples almoço em um evento gastronômico memorável.

# 2.

## TENDÊNCIAS DE CONSUMO PARA A PÁSCOA 2026

### 2.1

## EXPERIÊNCIA SENSORIAL

Os consumidores querem mais do que sabor: querem **experiência visual e sensorial.**



Aposte em:

- chocolates marmorizados
- texturas crocantes
- sobremesas com camadas
- cores sofisticadas (champagne, pastel, dourado)
- finalizações artísticas



Exemplo:

sobremesa instagramável  
e altamente vendável.

**“Ovo Jardim de Chocolate”**

Casca marmorizada, recheio de  
mousse, crocante de castanhas,  
flores comestíveis.

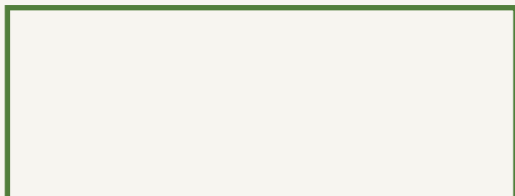
## MINIPRODUTOS E PORÇÕES COMPARTILHÁVEIS

O consumidor busca **porções menores, mas mais elaboradas.**

Perfeito para aumentar o tíquete médio.

Boas opções:

- mini ovos recheados
- trio de sobremesas de Páscoa
- degustação de chocolates
- sobremesas individuais sofisticadas



Exemplo:

### Trio Páscoa

- mini ovo de brownie
- mini cheesecake de chocolate
- mousse de chocolate belga



## 2.3

# PERSONALIZAÇÃO

Clientes gostam de montar seu próprio produto.

Exemplos:

- ovo de Páscoa em fatias com sabores diferentes
- sobremesa com toppings escolhidos pelo cliente
- menu degustação de chocolate





Exemplo de venda:

### **Monte seu Ovo Gourmet**

Base de chocolate +  
escolha de 3 recheios

Sabores:

- pistache
- brownie
- caramelo salgado
- maracujá
- creme de avelã

# 3.

## ESTRATÉGIAS PARA BARES E RESTAURANTES VENDEREM MAIS

Menu especial de Páscoa: crie um cardápio exclusivo da data.



Sugestões:

### Entradas

- croquete de bacalhau
- bolinho de peixe com aioli
- bruschetta de salmão

### Pratos principais

- bacalhau gratinado
- risoto de camarão
- tilápia ao molho de maracujá
- moqueca especial

### Sobremesas

- ovo recheado de colher
- brownie com casca de chocolate
- fondue de chocolate (focado em casais ou família)

# 4.

## IDEIAS CRIATIVAS QUE AUMENTAM O TÍQUETE MÉDIO

### 4.1

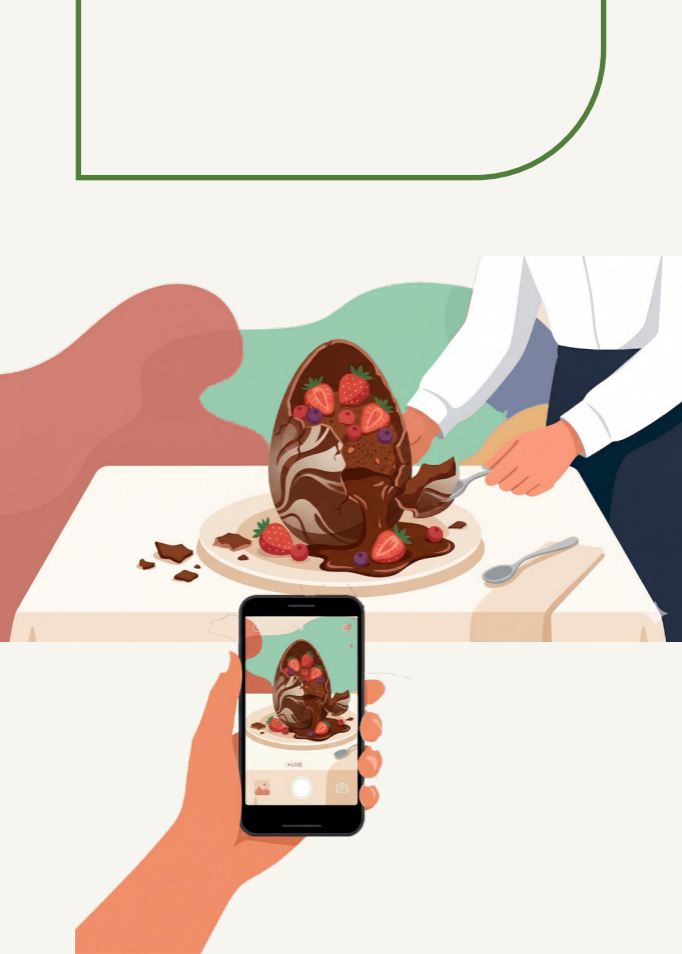
#### **SOBREMESA ESPETÁCULO**

Leve a sobremesa para a mesa com apresentação impactante.

Exemplo:

**Ovo gigante de chocolate quebrado na mesa.** O garçom quebra a casca com colher, revelando:

- brownie
- mousse
- morangos
- sorvete



Experiência que gera vídeos  
e divulgação espontânea.

## 4.2

# DRINKS TEMÁTICOS

Sugestões:

### Drink Chocolate Martini

vodka

licor de chocolate

cacau em pó

raspas de chocolate

### Drink Páscoa Tropical

rum

maracujá

chocolate branco



4.3

## COMBO DE PÁSCOA

Excelente estratégia de venda.

Exemplo:

### Combo Casal

- 2 pratos principais
- 1 sobremesa especial
- 2 drinks



# 5.

## VENDA PARA PRESENTE

Nem todo cliente quer consumir no local.

Aproveite para vender:

- mini ovos gourmet
- brownies embalados
- caixas de sobremesa
- cookies de chocolate

Capriche na embalagem.

Embalagens bonitas **umentam a percepção de valor.**



# 6.

## EXPERIÊNCIAS QUE ENCANTAM CLIENTES

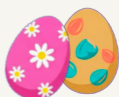
### 6.1

#### CAÇA AOS OVOS PARA CRIANÇAS

Se o restaurante recebe famílias:  
organize uma **mini caça aos ovos**.

Benefícios:

- atrai famílias
- gera lembrança positiva
- aumenta permanência no restaurante



## 6.2

### FOTO TEMÁTICA

Monte um pequeno cenário:

- coelhos
- ovos decorativos
- flores

Clientes adoram fotografar. Isso gera **divulgação gratuita nas redes sociais.**



# 7.

## ESTRATÉGIAS DE MARKETING SIMPLES E EFICIENTES

### 7.1

#### PRÉ-VENDA

Comece a divulgar as opções dias antes da Páscoa para as pessoas se planejarem.

Mostre:

- produção das sobremesas
- bastidores da cozinha
- montagem dos ovos

## 7.2

### CARDÁPIO LIMITADO

Produtos exclusivos geram escassez.

Exemplo:

“Somente 50 unidades por dia”.

## 7.3

### PARCERIAS

Você pode fazer parceria com:

- chocolaterias
- confeitarias
- produtores locais  
(opções de lembrancinhas de Páscoa próximo ao Caixa)
- influenciadores  
(fazer almoços para divulgar o cardápio)

**Tudo isso amplia a variedade sem aumentar sua produção.**

# 8.

## COMO EVITAR DESPERDÍCIOS

A Páscoa pode gerar excesso de produção.

Boas práticas:

- trabalhar com pré-reserva
- produzir lotes menores
- utilizar chocolate em diversas sobremesas
- reaproveitar bases (brownie, ganache, mousse)

**Planejamento bem-feito evita desperdícios e prejuízo.**

# 9.

## DICAS ESTRATÉGICAS PARA GESTORES

A Páscoa não deve ser tratada como um dia isolado.

O ideal é trabalhar uma **semana temática**.

Exemplo:

### **Semana do Chocolate**

Segunda: sobremesa especial

Quarta: drink de chocolate

Sexta: menu especial

Domingo: almoço de Páscoa

Isso prolonga o faturamento.

# 10.

## CONCLUSÃO

A Páscoa é uma data poderosa para bares e restaurantes que entendem que vender comida não é suficiente.



O que realmente gera faturamento é:

- experiência
- criatividade
- apresentação
- estratégia de vendas

Quando o cliente vive um momento especial, ele não compra apenas um prato – ele compra **uma memória**.



E memórias fazem clientes voltarem.



Acesse outros materiais  
como esse e soluções  
para apoiar o seu negócio  
no Conexão Abrasel

[conexao.abrasel.com.br](http://conexao.abrasel.com.br)

**conexão**  
abrasel

Texto: Adriana Lara

Diagramação: Tais Marino

**abrasel**40<sup>anos</sup>