



tradedesign.deal.by

Создание успешного ресторанного бизнеса вместе!

Для Вас команда профессионалов ТРЕЙДДИЗАЙН разработала обучающий курс с созданием индивидуально, для каждого предприятия, пакета документов и обучением персонала с выездом на объект.

Концепция заведения – должна быть и все тут!



Приняв решение открыть кафе, бар, ресторан, столовую либо расширить имеющуюся сеть подходим к главному вопросу – концепция заведения.

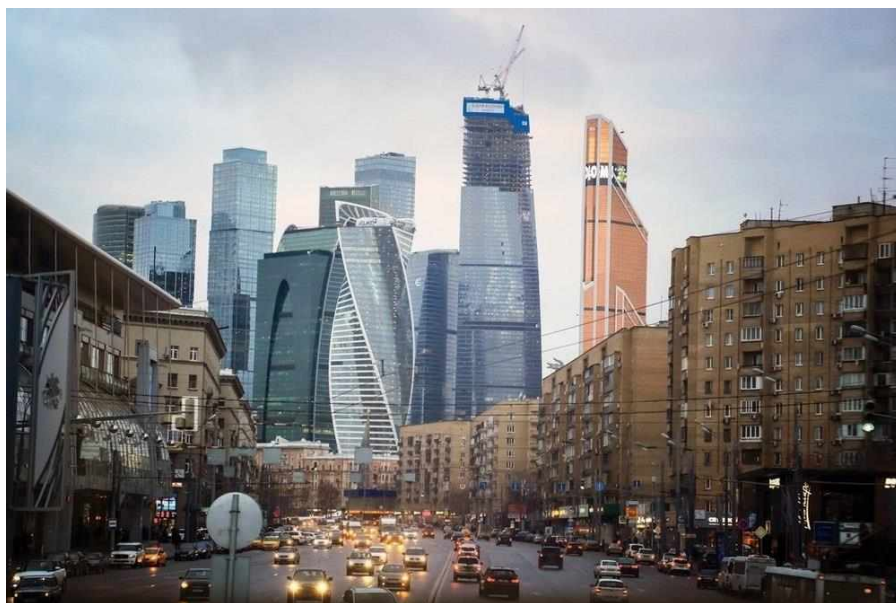
1. Что привлечет гостей именно в наше заведение?
2. Как влияет месторасположение объекта на создание его специфики?
3. Конкурентные объекты и их влияние на создание карты меню, оказываемым услугам, концепции самого заведения.
4. Превзойти ожидание гостя во всем!
5. Барная зона – загрузка, ассортимент, прибыль.

Основные разделы разработки концепции заведения:

БЛОК 1

Место расположения объекта

Для любого заведения месторасположение объекта – основной фактор, обеспечивающий успех, поэтому ему уделяется особое внимание. В условиях высочайшей конкуренции, которой достиг наш рынок, максимальное приближение к



своему потребителю позволяет придать уверенность инвестициям. И именно поэтому, правильный выбор места, как правило, проводится в виде отдельной главы общего маркетингового исследования, проводимого в рамках разработки концепции.

Месторасположение заведения, изучение потоков потенциальных потребителей, остановок общественного транспорта и многих других факторов, влияющих на создание оптимальной карты меню и прибыльности объекта.

При этом определяется *конкуренция*, потоки людей, проходящих в радиусе действия ресторана и их состав и их основные характеристики, здания и сооружения, доминирующие в этом районе, объекты, способствующие ведению успешного бизнеса. Также выясняются угрозы для бизнеса, которые могут возникать в этом районе (например, близость к лечебным, детским дошкольным заведениям, школам и др.).

БЛОК 2

Портрет потенциального потребителя. Кто он, наш гость?

Портрет потенциального потребителя определяется путем маркетинговых исследований с учетом месторасположения объекта, наличия офисно-торговых центров, крупных перекрестков и других значимых факторов.



Правильное определение портрета потенциального потребителя поможет создать оптимальную карту меню вашего заведения. Кого мы чаще всего увидим в нашем заведении, его возраст, предпочтения, чем удивим и порадуем?! Какие дополнительные услуги хотел бы видеть гость в нашем заведении? Играет огромную роль знание и предпочтение людей, которых мы хотим видеть у нас.

БЛОК 3

Меню ресторана

Итак, приступаем к тому, что собственно мы продаем.

Карта меню – генератор продаж. Как достичь высокой рентабельности при её составлении? Учитываем портрет потенциального потребителя, места расположения заведения, перспективные тенденции, квалификация персонала. Мы разработаем фуд-карты блюда и его презентацию. Карта меню – какие критерии при его составлении учтём? Каким оно должно быть? Прибыльное меню. Безотходное меню. Сезонное меню. Учимся зарабатывать на карте напитков! Создаем меню, которое продает: его оформление, наполнение, значение, конкурентно способность. Средний чек заведения – как это работает в создании меню.



БЛОК 4

Высокоуровневое обслуживание – эффект бумеранга

Как правило, важность обслуживания возрастает по мере повышения статуса предприятия. Именно в этой динамике повышается требовательность наших гостей к тому, как их обслуживают. Все большее значение приобретают даже не самые значительные для демократичных концепций факторы, касающиеся нюансов этикета. Обслуживание в заведении, как и другие составляющие, должно соответствовать ценовой категории, сложившимся традициям на рынке и ожиданиям потребителей. Это означает, что «высокий» стиль



обслуживания будет также неуместен в недорогом ресторанчике, как и домашний стиль обслуживания в пафосном ресторане. В этом разделе как раз и описываются основные аспекты обслуживания, которое необходимо учитывать и применять ежедневно:

- Корпоративный этикет персонала предприятия
- Алгоритм обслуживания
- Предугадывание желания (предпочтений) гостя
- Официант – язык сервиса. Жесты, тон, тембр голоса, вербальное и невербальное общение, коммуникабельность, доброжелательность, стрессоустойчивость.
- Профессионализм обслуживающего персонала – знание карты меню, сочетания блюд и напитков, организация импульсивной покупки, проверка степень удовлетворенности гостя, точность и своевременность подачи заказа.
- Способы увеличения среднего чека.
- Инструменты продаж: Кивок Салливана, фуд-карта блюда, система Мистинг, книга касаний, книга золотых историй предприятия и многие другие, с которыми вас ознакомят наши специалисты.

БЛОК 5

Оборудование и инвентарь для кухни и зала

Приобрести [оптимальное оборудование](#) для конкретного заведения – первостепенная задача, с которой поможет справиться наша команда.



Опыт комплектации объектов общественного питания с 2000 года позволит это сделать на профессиональном уровне. Не составить меню под имеющееся оборудование, а наоборот, оборудование подобрать под меню. Выбор оборудования и инвентаря для кухни происходит по нескольким основным параметрам: качество, цена и производительная мощность. Закупленное оборудование зачастую используется в неполной нагрузке, а то и вообще не используются. Расчет загрузки в пик загруженности зала ресторана, даст возможность не переплатить не только за само, достаточно энергоемкое оборудование, а еще и увеличить ежемесячные платежи, связанные с его высоким энергопотреблением. Все это очень важно и результат финансово-хозяйственной деятельности предприятия напрямую зависит от указанных факторов.

БЛОК 6

Мебель для ресторана

Мебель – визитная карточка любого заведения. Насколько она уместна в нашем ресторане (кафе, баре), как сочетается с общей концепцией заведения, как вписывается в дизайн помещения и объекта в целом? Например, в кафе домашней кухни вряд ли впишется мебель в стиле лофт.



Продумать не только саму мебель и её материалы, но и элементы зонирования помещения с её мебели, комфортность, создание атмосферы уюта и презентабельности – все это можно решить с помощью грамотно подобранной мебели. Ничего так не привлекает, как уют заведения, созданный с помощью аксессуаров и мебели индивидуально изготовленных для конкретного заведения.

Дополнительные услуги

Каждый ресторан предлагает определенный набор услуг, способствующий привлечению дополнительных потребителей и увеличению прибыли предприятия. Всего существует несколько сотен различных услуг, так что в концепции прорабатываются те варианты, которые могут быть наиболее полезны именно этому ресторану. Помимо традиционных и беспроигрышных, почти в любом заведении услуг, так и созданных у вас- выездной кейтеринг, кейтеринг услуг, составление программ детских костюмированных мероприятий, предложения празднования второго дня свадьбы и

Мы разработаем для вашего заведения набор услуг необычных и оригинальных, которые привлекут внимание потребителей и станут важным элементом системы маркетинга ресторана, а соответственно и увеличат доходность объекта.



Работаем с предприятиями Республики Беларусь и Российской Федерации.

По всем вопросам можно обратиться:

Tradedesign2004@yandex.ru

+ 375 152 33 62 64

Контактное лицо:

+375(29) 787-10-11

+375(29) 155-78 -11 Валентина Батенёва

tradedesign.deal.by