

NGHỆ THUẬT KINH DOANH NHÀ HÀNG

Nhà hàng là một trong những loại hình kinh doanh thử thách nhất để bắt đầu. Nó đòi hỏi sự tận tâm và khả năng nắm bắt chi tiết. Từng bước hướng dẫn dưới đây sẽ giúp bạn quản lý cả quá trình để bắt đầu kinh doanh nhà hàng, từ việc lựa chọn ý tưởng tới việc tìm địa điểm và nhân viên.

Xu hướng ăn ở nhà hàng ngày càng gia tăng ở bất kỳ quốc gia nào. Chỉ tính riêng ở Mỹ, người ta dự đoán vào khoảng năm 2010, ngành công nghiệp nhà hàng sẽ đạt doanh thu khoảng 577 tỉ USD/năm. Với tốc độ phát triển như ngày nay, Việt Nam cũng sẽ không tránh khỏi xu thế đó.

Mặc dù tương lai kinh doanh nhà hàng có vẻ tươi sáng nhưng không có gì đảm bảo ai cũng có thể thành công trong ngành này. Thậm chí những người kinh doanh thành công nhất cũng cho rằng đó không phải là ngành “kiếm tiền nhanh chóng”. Nó giống với một ngành “làm việc chăm chỉ và tìm kế sinh nhai” hơn.

Một thực tế hiển nhiên là có rất nhiều nhà hàng bị thua lỗ trong năm đầu kinh doanh mà nguyên nhân chủ yếu là thiếu hoạch định. Điều này có nghĩa kinh doanh nhà hàng là một nghề phức tạp? Không hẳn như vậy, thực tế, bạn càng tổ chức hợp lý, cơ hội thành công càng cao. Robert Owens, chủ của nhà hàng kinh doanh đồ biển RV tại Bắc Carolina cho biết “Kinh doanh nhà hàng là ngành kinh doanh đơn giản mà con người làm cho nó phức tạp lên”. Công thức thành công của ông là đồ ăn chất lượng và phục vụ tốt-phương pháp rất có hiệu quả đối với ông trong gần một phần tư thế kỷ qua.

Dù ước mơ của bạn là mở một nhà hàng ăn tối truyền thống, hiệu bánh pizza kiểu New York, buffet Trung Quốc hay tiệm cà phê, bạn cũng có thể áp dụng từng bước dưới đây:

Thị trường mục tiêu

Không có một nhà hàng nào đủ sức hấp dẫn với tất cả mọi người. Đó là một thực tế mà nhiều người mới bước vào kinh doanh khó chấp nhận. Vì thế, hãy chỉ nhắm vào 5 hay 10% thị trường và phục vụ tốt, thế là bạn đã thành công.

Bạn có thể phân đoạn thị trường theo độ tuổi, theo thu nhập, sở thích hay nhà hàng đặc thù (nhà hàng dinh dưỡng, nhà hàng ăn chay...). Tùy từng cách phân đoạn, bạn tìm

hiểu đặc điểm của từng đối tượng để có cách thức kinh doanh phù hợp. Ví dụ phân đoạn theo độ tuổi:

- Thế hệ Y: thế hệ này, còn được gọi là thế hệ thiên niên kỷ, sinh từ năm 1980 trở về sau. Thế hệ này rất năng động, thích cái mới, dễ cuốn vào trào lưu, muốn khẳng định mình và khá độc lập.

-Thế hệ X: là những người đã trưởng thành trẻ tuổi, được sinh ra trong khoảng 1965-1977. Họ bắt đầu trầm hơn, không thích bị chú ý, chín chắn và quan tâm tới thực chất.

-Thế hệ sinh từ năm 1946-1964: Ở lứa tuổi này họ đã có một sự nghiệp ổn định, ưa thích sự sang trọng...

Cần phân tích đặc điểm của từng khách hàng để lựa chọn khách hàng mục tiêu nhằm phục vụ một cách hiệu quả nhất.

Lựa chọn địa điểm

Tùy thuộc vào số tiền bạn có thể đầu tư vào việc mở nhà hàng và loại hình nhà hàng mà bạn lựa chọn để có hướng tìm địa điểm phù hợp.

Không phải hầu hết các nhà hàng đều cần gần nơi đông dân cư, tuy nhiên đối với những nhà hàng phụ thuộc vào đặc điểm này, cần lưu ý một số điểm khi lựa chọn nơi kinh doanh:

-Lượng bán hàng dự kiến. Địa điểm bán hàng ảnh hưởng như thế nào tới khối lượng bán của bạn?

-Giao thông. Xem xét lưu lượng người đi bộ và đi xe. Có khoảng bao nhiêu lượt người đi bộ và đi xe qua lại mỗi ngày? Địa điểm có thuận lợi cho việc dừng chân của khách hàng hay không?

-Nhân khẩu học. Những người sống và làm việc gần địa điểm đó có phù hợp với khách hàng mục tiêu của bạn không?

-Khả năng thanh toán tiền thuê địa điểm. Nếu bạn đã tính toán lỗ lãi trong năm đầu kinh doanh, bạn sẽ biết con số gần chính xác doanh thu bạn sẽ đạt được là bao nhiêu và dùng con số này để quyết định nên thuê địa điểm với mức bao nhiêu thì vừa.

-Thuận lợi dừng đỗ xe. Địa điểm phải đảm bảo có chỗ để xe cho khách và dễ dừng đỗ.

-Gần các cửa hàng khác. Những cửa hàng gần kề có thể ảnh hưởng tới doanh số của bạn, sự có mặt của họ tác động bất lợi hay có lợi?

-Lịch sử của địa điểm. Tìm hiểu lịch sử trước khi quyết định thuê hay không. Ai là người thuê trước đó và tại sao họ lại không thuê nữa?

-Phát triển trong tương lai. Tìm hiểu chiến lược quy hoạch của địa phương để biết trước liệu có sự thay đổi nào liên quan đến địa điểm bạn định thuê hay không?

-Các điều khoản thuê. Tìm hiểu kỹ hợp đồng thuê để có những thoả thuận hợp lý nhất.

Bố trí, sắp đặt

Sắp đặt và thiết kế là những yếu tố quan trọng góp phần vào sự thành công của nhà hàng. Bạn cần thiết kế hợp lý cho khu chế biến, khu bếp, khu trữ hàng, khu văn phòng và khu dành cho khách. Thông thường, khu dành cho khách ăn chiếm từ 40-60% diện tích nhà hàng, 30% dành cho khu chế biến và nấu nướng, phần còn lại là khu trữ hàng và khu văn phòng.

-Khu dành cho khách: đây là khu giúp bạn kiếm tiền, chính vì thế đừng cắt xén nó khi thiết kế. Hãy dành thời gian thăm càng nhiều nhà hàng càng tốt để phân tích cách bài trí của những nhà hàng đó. Hãy quan sát thái độ của những khách hàng tới ăn, họ phản ứng ra sao với những cách bài trí đó? Chúng tiện lợi hay không? Phân tích những cái hay và dở để rút kinh nghiệm.

Cách thiết kế khu dành cho khách phụ thuộc vào quan niệm của bạn. Thống kê cho thấy 40 đến 50% khách hàng tới theo đôi, 30% đi một mình hoặc nhóm 3 người, 20% đi theo nhóm từ 4 người trở lên. Để đáp ứng từng nhóm khách khác nhau, hãy dùng bàn cho 2 người và dùng loại có thể di chuyển để lắp ghép thành bàn rộng hơn. Cách này giúp bạn linh hoạt hơn trong việc phục vụ từng nhóm khách hàng khác nhau.

-Khu chế biến. Các khu chế biến trong nhà hàng thường rơi vào tình trạng thiết kế không hiệu quả. Hãy nắm rõ thực đơn trong đầu để xác định từng yếu tố trong khu vực chế biến. Bạn cũng cần khu vực dành cho việc nhận, cất giữ nguyên liệu, sơ chế, nấu, rửa chén bát, khu đựng rác, thuận lợi cho nhân viên và khu dành cho văn phòng.

Hãy sắp xếp khu chế biến thức ăn sao cho chỉ cách khu nấu nướng vài bước chân. Cách thiết kế của bạn cũng nên cho phép hai đầu bếp hoặc nhiều hơn cùng làm khi có nhiều khách.

Lên thực đơn

Thực đơn là danh sách các món ăn hay đồ uống mà nhà hàng của bạn hiện có, được đưa ra để khách hàng lựa chọn. Khi lên thực đơn, bạn cần lưu ý đến trẻ em nếu khách hàng mục tiêu của bạn bao gồm cả đối tượng này, ví dụ như thiết kế một số món với khẩu phần nhỏ hơn để hấp dẫn các em nhỏ.

Thực đơn có xu hướng ngày càng dài và điều này chỉ khiến cho khách hàng thêm rối trí. Hãy sắp xếp các món theo mục, cố gắng cung cấp cho khách hàng nhiều sự lựa chọn nhất nhưng với thực đơn ngắn gọn nhất.

Những quy định về an toàn thực phẩm

An toàn thực phẩm cần được đặt lên hàng đầu khi bạn dẫn thân vào việc kinh doanh nhà hàng. Bạn cần tìm hiểu về những quy định an toàn thực phẩm mà các nhà chức trách đã đưa ra để thực hiện cho đúng. Uy tín của nhà hàng sẽ rất khó lấy lại nếu bạn để khách hàng của mình bị ngộ độc, ngoài ra bạn còn phải trả chi phí điều trị không nhỏ cho khách hàng.

Tuyển nhân viên

Bước đầu tiên trong chương trình tuyển dụng nhân viên là quyết định chính xác bạn muốn nhân viên làm gì. Bảng mô tả công việc không nhất thiết phải quy mô như của các công ty lớn, điều quan trọng là nó phải liệt kê được trách nhiệm và phạm sự của từng công việc.

Tiếp theo bạn cần lập bảng quy định mức lương. Để đạt hiệu quả tối ưu, bạn nên nghiên cứu mức lương chung trong ngành, sau đó đặt ra mức lương tối đa và tối thiểu đối với từng vị trí để việc trả lương dựa vào năng lực được linh hoạt hơn.

Có một số vị trí đặc biệt bạn cần lưu tâm:

-Người quản lý: Vị trí quan trọng nhất trong hầu hết các nhà hàng là người quản lý. Tốt nhất là người đó phải đã từng quản lý một hay nhiều nhà hàng và có mối quan hệ với các nhà cung cấp thực phẩm. Chắc chắn bạn cũng muốn có được một người quản lý có kỹ năng và khả năng giám sát nhân viên đồng thời vẫn làm toát lên phong cách và cá tính của nhà hàng. Để có được người quản lý như thế bạn cần phải trả mức lương tương xứng và nên tuyển trước khi mở cửa hàng ít nhất 1 tháng để họ có thể tư vấn cho bạn.

-Bếp trưởng và đầu bếp: khi mới bắt đầu bạn có thể cần 3 đầu bếp, 2 người làm toàn thời gian và 1-bán thời gian, giờ làm việc từ 10 h sáng đến 4 h chiều hoặc từ 4 h chiều tới lúc đóng cửa. Người làm bán thời gian được bố trí vào những giờ cao điểm, cuối tuần hoặc ngày lễ.

-Người phục vụ: họ là những người trực tiếp tiếp xúc với khách hàng của bạn, vì thế họ cần phải tạo ra ấn tượng dễ chịu và có thể làm việc tốt dưới áp lực lớn, cùng lúc phục vụ nhiều bàn mà vẫn giữ được vẻ tươi tỉnh.

Đối với bất kì nhân viên nào bạn cũng nên cho họ biết triết lý của nhà hàng cũng như hình ảnh mà bạn muốn xây dựng để cùng nhau phấn đấu.

Chiến lược marketing và quảng bá

Bất cứ công ty nào cũng cần có một kế hoạch marketing và loại hình kinh doanh nhà hàng không phải là ngoại lệ. Tuy nhiên dù áp dụng chiến lược marketing nào đi chăng nữa bạn cũng không nên bỏ qua phương pháp marketing truyền miệng bởi theo nghiên cứu, đây là phương pháp quảng cáo tốt nhất đối với ngành kinh doanh thực phẩm.

Khi khai trương nhà hàng bạn có thể gửi giấy mời dùng bữa miễn phí tới những nhân vật tiêu biểu trong tập khách hàng mà bạn nhắm tới. Đăng kí tên trên danh sách các địa chỉ ẩm thực, sách hướng dẫn du lịch, quảng cáo trên các phương tiện thông tin hoặc giới thiệu cách chế biến một vài món ăn đặc trưng của nhà hàng trên tạp chí.

(Theo Entrepreneur)