

KONCEPT RESTORANA

► Koncept restorana i njegovi elementi:

- Ime restorana
- Tržište
- Jelovnik
- Lokacija

► *Ovim predavanjem pokrивamo stavke 1, 2, 3 , 8 i 9 vašeg projekta*

Koncept restorana

- ▶ Restoraterstvo kao kompetitivni biznis u kojem koncept igra ključnu ulogu
- ▶ **Koncept je** matrica ideja koja kreira percepciju imidža restorana od strane javnosti
- ▶ Osnovni cilj izgradnje koncepta: D&B (different and better)
- ▶ Ne zaboraviti da je u pitanju usluga i da su ljudi najvažniji („Ako je tvoj radnik srećan, biće srećan i tvoj gost“)
- ▶ Sudija diferenciranosti je gost
- ▶ Sudija ko je bolji je finansijski rezultat
- ▶ Pobjeda: diferenciranost koja daje veći promet i profit
- ▶ **Elementi koncepta**: tip restorana, ime, personalitet vlasnika, kome se obraćamo, jelovnik, lokacija, enterijer, muzika, simboli (logo, boje), osvetljenje, nameštaj, uniforme zaposlenih...
- ▶ Svi elementi koncepta treba da ukazuju na potpuno jasnu integrisanu sliku iz perspektive gosta
- ▶ Koncept se može menjati tokom vremena (reciklus restorana)

► Personalitet vlasnika

- Gosti se vrlo često vezuju za vlasnika ili menadžera
- Svakom novom posetom lojalnost raste, a često lojalnost prerasta u prijateljstvo
- Lojalnost ka restoranu raste i sa lepim doživljajima (proslava rođenja deteta npr.)
- Rajko Marinada, Miša Rubin, De Niro Nobu
- Švarceneger i Brus Vilis Planet Hollywood, Naomi Kembel Fashion Cafe, Michael Jordan Jordan's Steakhouse New York



Ime restorana

▶ Ime restorana

- Spaghetti Factory ukazuje na brzu uslugu, nizak trošak, zabavno mesto, italijansku hranu
- Taco Bell brza usluga i meksička hrana
- Grandma's Kitchen: ne očekujemo stvarno da vidimo baku koja kuva, već mesto u kojem ćemo se prijatno osećati uz prijateljsku atmosferu i domaću hranu, ne očekujemo da u jelovniku imamo jastoga
- Marinada riblji restoran pored reke
- McDonald's (Ray Croc, american type: čist, standardna hrana, jeftin, zabavan, ali bez džuboksa, mašine za cigarete da bi se gosti kraće zadržavali)

▶ *Vežba: Koji koncept očekujete u restoranima sa sledećim imenima:*

- *Pizza Palace*
- *New China House*
- *Seven Grains*
- *Red Lobster*
- *Sakura*
- *Burger House*
- *Skroz dobra pekara*
- *Al's Place*

► Personalitet vlasnika

- Gosti se vrlo često vezuju za vlasnika ili menadžera
- Svakom novom posetom lojalnost raste, a često lojalnost prerasta u prijateljstvo
- Lojalnost ka restoranu raste i sa lepim doživljajima (proslava rođenja deteta npr.)
- Rajko Marinada, Miša Rubin, De Niro Nobu
- Švarceneger i Brus Vilis Planet Hollywood, Naomi Kembel Fashion Cafe, Michael Jordan Jordan's Steakhouse New York



▶ Kome se obraćamo

- Da li će usputni restoran pored puta sa brzom uslugom i užitim asortimanom biti izbor mladog bračnog para bez dece?
- Da li će luksuzni restoran koji se otvara u 17h i radi samo večeru biti izbor porodice sa srednjim nivoom primanja?
- Da li će restoran koji služi picu i pivo biti izbor mlade porodice sa decom?
- Da li je kafe jelovnik u sklopu večernjeg restorana dobar koncept ili je bolje usputna kafeterija sa nekoliko večernjih jela?

▶ Ključno pitanje kom tržištu se obraćamo

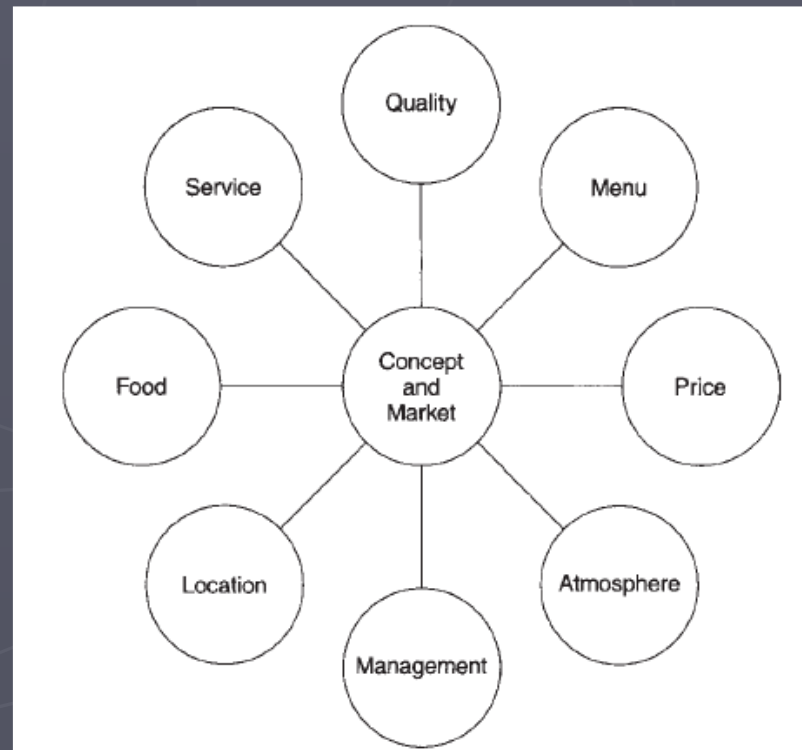
- Segmentiranje tržišta (geografski, demografski i psihografski kriterijum)
 - ▶ Segmentacija omogućava preduzećima da jasnije sagledaju strukturu ukupnog tržišta i utvrde potrebe potrošača
- Tržišni potencijal (koji je to broj gostiju na koji možemo da računamo i kakva je njihova kupovna moć – kolika je maksimalna tražnja procenjenog relevantnog tržišta)
- Saturacija tržišta (da li u okruženju postoje konkurentni restorani koji opslužuju iste goste)

▶ Targetirano tržište mora biti usklađeno sa svim povezanim elementima koncepta!

▶ *Diskusija: kome se obraća Vaš restoran?*

Tržište i ostali elementi koncepta

- ▶ Gosti sa dubljim džepom očekuju vrhinsku uslugu, raznovrsni jelovnik, nisu osetljivi na cenu (Veblen), prijatnu atmosferu, ljubazni menadžment, atraktivnu lokaciju, savršenu hranu.
- ▶ Koncept (osnovna ideja) restorana i tržište kao centralne tačke oko koje gravitiraju ostali elementi restorana



Jelovnik

- ▶ Dosta stvari počinje od jelovnika: kako će biti organizovan lanac vrednosti (nabavka i skladištenje), koje osoblje moramo da zaposlimo (npr. Kuvari određenih veština), pa do izgleda samog enterijera (npr. pica može da se konzumira i na šank stolicama) i opreme i inventara (za pripremu hrane i za konzumiranje od strane gosta)
- ▶ Jelovnik mora da bude u skladu sa ukusima i potrebama gostiju, ali i sa mogućnostima da ga restoran isprati (cene namirnica, pristupačnost, tajming nabavke, svežina, kvalitet, sezonalitet)
- ▶ Da reflektuje potreban kvalitet jela: ukus, tekstura, boje, oblik, konzistentnost, aroma, začini, temperatura, kalorijska vrednost, nutricionistički miks
- ▶ Da ostavlja prostor za zaradu (šta vredi što smo gostu poslužili vrhunski riblji specijalitet ako na tom tržištu nismo mogli cenom da pokrijemo ukupan trošak tog jela)
- ▶ Reflektuje iskrenost (ako kažemo da je u jelovniku sveže, onda ne sme da bude zamrznuto; ako kažemo riba iz Jadranskog mora tako mora da bude)
- ▶ Optimalna širina jelovnika (stock out opasan)
- ▶ Fleksibilnost procesa (a-la-carte menu)
- ▶ Balans: troškovni, vizuelni, nutricionistički

Vrste jelovnika

- ▶ A table d'hôte (kompletan obrok po jednoj ceni)
 - ▶ A la Carte (odvojene stavke sa odvojenim cenama)
 - ▶ Kombinacija prethodna dva stila
 - ▶ Fiksni jelovnici: jedinstveni meni za nekoliko meseci
 - ▶ Ciklični jelovnici: dnevni ili nedeljni meniji
 - ▶ Specijalni (dečji, room service, dessert menu)
-
- ▶ Naslovi i podnaslovi (Glavna jela -...), redosled (gore popularnija jela), dodatni opisi samo gde mora
 - ▶ Doručak
(voće, sokovi, jaja, cerealije, palačinke...)
 - ▶ Ručak
(supe, salate, sendviči, jela...)
 - ▶ Večera
(detaljniji, meso, riba, testenine, vina, kokteli...)

Jelovnik – klasične greške

- ▶ Premala ponuda
- ▶ Preširoka ponuda
- ▶ Mala slova
- ▶ Nedovoljno opisa ili previše opisa
- ▶ Svaka stavka ima jednak tretman
- ▶ Neke stavke nisu stavljene u jelovnik a postoje
- ▶ Neke stavke stavljene u jelovnik a ne postoje
- ▶ Iz više delova
- ▶ Prazne strane
- ▶ Previše boja

Diskusija: koju vrstu menija i koju kategoriju jela biste odabrali za Vaš restoran?

Lokacija novog restorana

- ▶ Lokacija treba da bude u korelaciji sa željenim konceptom odnosno sa tržištem kojem se obraćamo
- ▶ Kriterijumi:
 - Demografski (broj, starost, zanimanje, religija, nacionalnost, veličina porodice, obrazovni nivo, kupovna moć)
 - Uočljivost (npr. da li se vidi sa autoputa?) ili svesna prikrivenost lokacije
 - Pristup restoranu
 - Frekvencija potencijalnih gostiju i njihov broj (potencijalni gosti mogu biti turisti, vozači ili lokalni radnici...)
 - Bliže okruženje (šta se nalazi u blizini)
 - Pogled
 - Parking

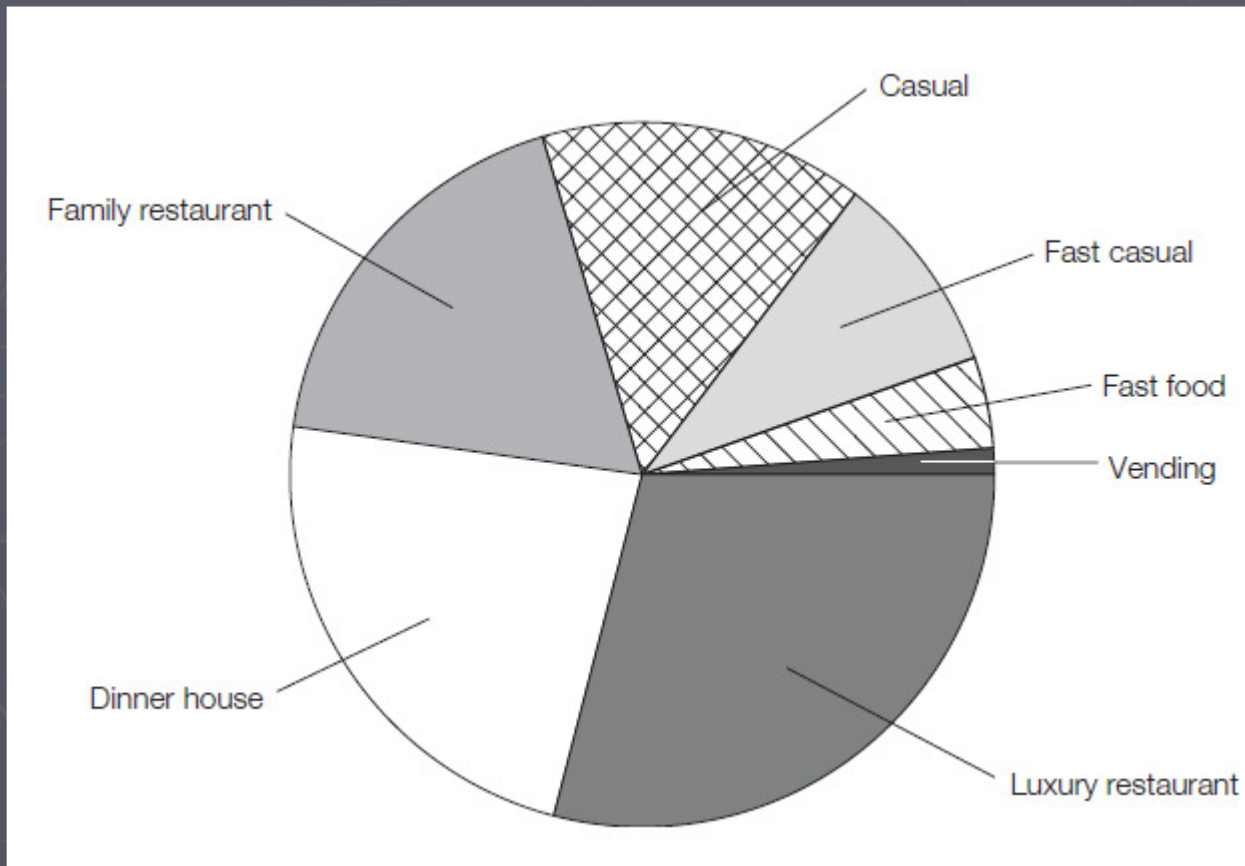
Ključne informacije o lokaciji restorana

1. Površina zemljišta
2. Udaljenost od glavnih ulica
3. Frekvencija saobraćaja
4. Dozvoljena brzina vozila u blizini restorana
5. Parking (restoranski, komunalni/zonalnost)
6. Pejzaž i pogled iz restorana
7. Okolne građevinske strukture
8. Pristup vodi, struji, kanalizaciji, energiji
9. Bezbednost lokacije
10. Reputacija lokacije
11. Mogućnosti proširenja prostora u slučaju potrebe
12. Atrakcije u blizini restorana (poslovne zgrade, turističke atrakcije, blizina šoping centara, hotela, pozorišta, škola, fakulteta, bolnica)
13. Blizina konkurenata
14. Cena kupovine/zakupa zemljišta/restorana

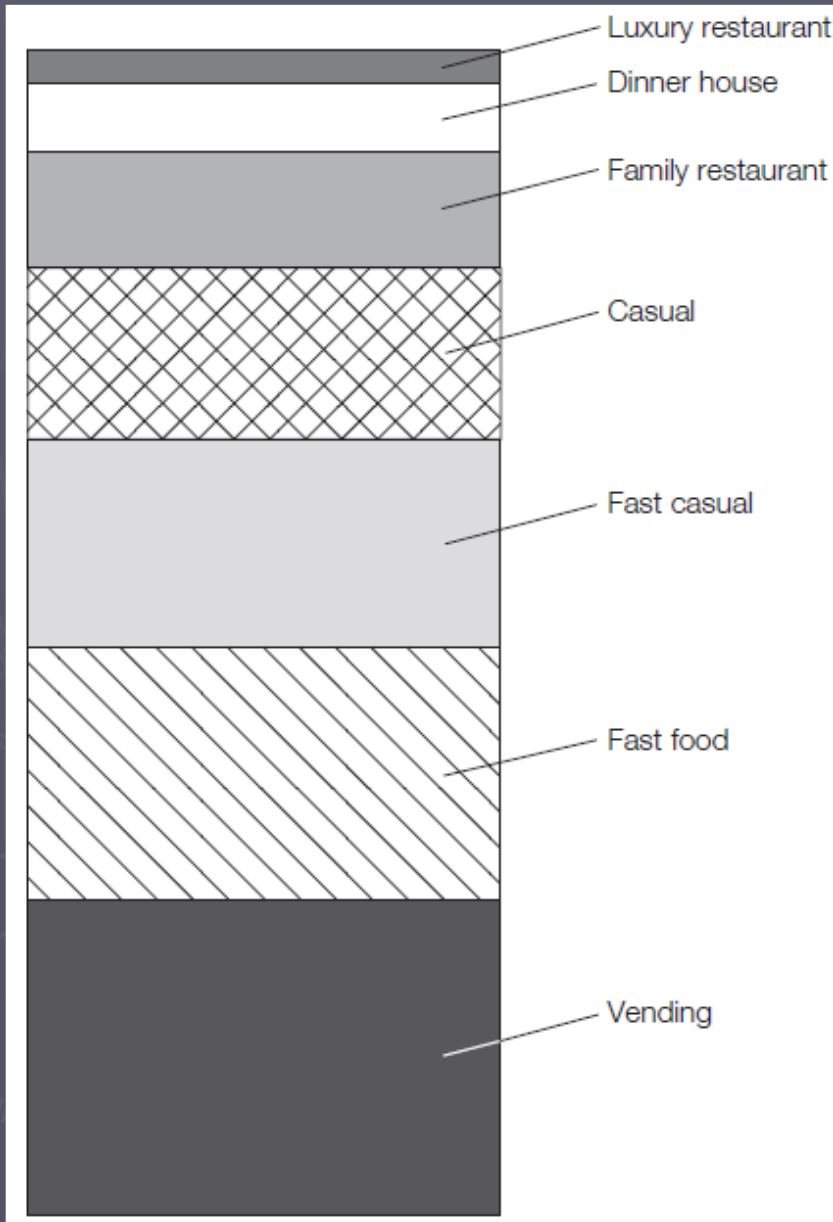
Diskusija: Ocenite lokaciju Vašeg restorana prolazeći kroz ovu listu od 14 faktora. Koju biste ocenu dali Vašoj lokaciji na skali 1-5.

Nivo usluga u zavisnosti od tipa restorana

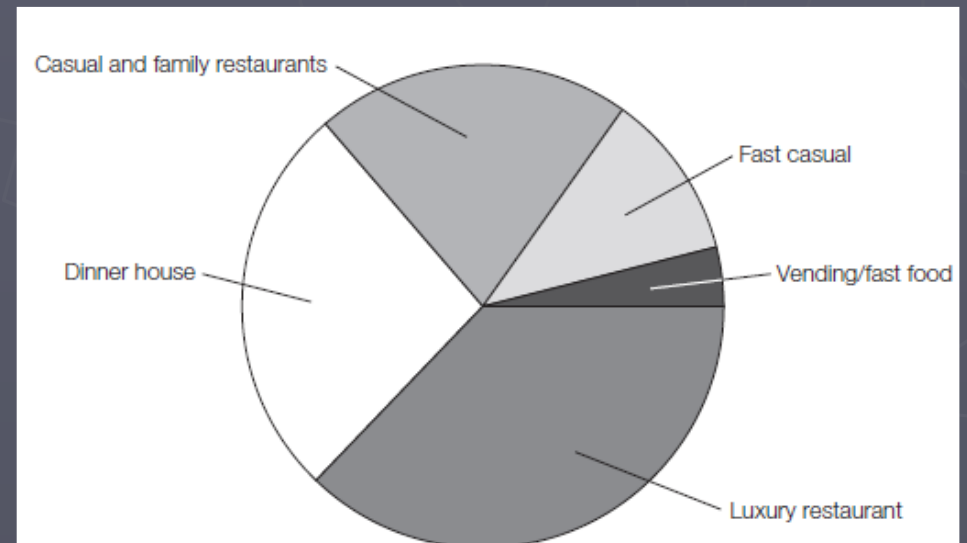
- ▶ Nivo i zahtevnost usluge koja se očekuje od svakog tipa restorana (Utility vs. Pleasure)
- ▶ Što je veća cena, nivo i zahtevnost usluge raste



Nivo usluga u zavisnosti od tipa restorana



- ▶ Razlika u seat turnover nivou (obrt po jednom sedećem mestu) za različite tipove restorana



- ▶ Potreban prostor po gostu
- ▶ Broj mesta, broj zaposlenih po stolu, ulaganje u marketing, uniforme, enterijer i drugi elementi zavise od tipa restorana