Сегодня первый день закрытия мест общественного питания в России в связи с Указом Президента РФ. Для кого-то этот день - начало конца, а для кого-то начало чего-то нового. В любом случае, мы все должны понимать, что это удар по бизнесу в целом и рисовать себе иллюзии о том, что мы откроемся 6-го апреля и все станет как прежде не стоит. От некоторых «экспертов» я слышу, что нужно просто переждать эту неделю. Что всем надоест сидеть дома и после каникул, наши рестораны будут полны и гости щедры. Но, почему-то у меня складывается другая картина мира.

Закрыты не только мы, но и салоны красоты, фитнес-залы, магазины непродовольственных товаров и так далее. А теперь вдумайтесь… Вы знаете, кто Ваши гости? Чаще всего – это средний класс: предприниматели малого и среднего бизнеса, работники этих предприятий, фрилансеры… И все эти люди так или иначе пострадают от последствий кризиса. Не думаю, что у каждого в ресторане основной поток – это бюджетники и госслужащие. Или владельцы продовольственных магазинов. Несомненно, такие гости есть. Но, их не много и уже после открытия на рынке развернутся боевые действия за каждого гостя.

Но, конец – это всегда начало нового. На мой взгляд кризис сдует всю «пыль» и на рынке останутся только серьезные игроки, которые умеют правильно вести свой бизнес:

оптимизировать его,

работать над стандартизацией,

управлять маркетингом и стратегией,

решать вопросы быстро в условиях неустойчивой ситуации.

Но даже этим предпринимателям придется не легко, так как объема денежной массы у населения хватать не будет. Потребление станет более осознанным! Большой плюс – это Ваша база лояльных гостей, с которыми Вы работали изо дня в день. Но и в этом случае не все так просто. Неделя-две-три – это достаточно большой срок, чтобы гость забыл о своих предпочтениях и изменил свои привычки. Поэтому уже сейчас необходимо думать, как Вы будете открываться и какие меры Вы будете предпринимать. Сегодня поговорим о некоторых из них:

***- Не прекращайте активность, а наоборот увеличивайте ее -***

Да-да! Именно так. Сейчас все Ваши гости сидят дома. А значит все они юзают соц.сети и Ваши аккаунты в том числе. Совершайте касания к ним. Создавайте интересный контент. Например, почему бы не создать серию роликов с юмором, где Ваш шеф-повар покажет 20 вкусных рецептов блюд из гречки, или, 20 вкусных паст, которые можно приготовить дома! Такой контент будет просматриваемым и вирусным. Тем более, эти видео Вы сможете использовать и в дальнейшем. Или запускайте конкурсы. Они могут быть элементарными. Например, обратный отсчет от 100 к 1. Победитель получает сет доставки. Просто вовлеките Ваших гостей в какой-либо процесс. Они не должны прекращать следить за Вами.

***- Устройте баттл -***

Почему бы не устроить баттл среди своих гостей. Например, самое вкусное блюдо, приготовленное в домашних условиях из доступных продуктов. Предложите Вашим гостям снять и разместить ролик с хештегом. Победитель недели, например, сможет получить сет доставки или сертификат на празднование окончания ограничительных мер!

***- И еще раз активность –***

Снимите цикл роликов о жизни Ваших сотрудников. Покажите им, что Ваши сотрудники не просто тратят время на каникулах, а проводят это время с пользой. Покажите им свою команду с другого ракурса. Пусть все будут позитивными. Негатива сейчас и так много по всем информационным каналам. Дайте Вашему гостю отдохнуть морально, когда он будет наблюдать за Вашей командой. Покажите, как проводит время Ваш менеджер или Ваша хостес, ведь она наверняка привлекательна и интересна некоторым Вашим гостям. Покажите домашнюю жизнь. Им будет это интересно.

***- Сегментируйте свою базу гостей -***

Вы уже оцифровали свою базу? Нет? Самое время этим заняться! Открывайте свои телефоны, книги резервов, crm системы и начните сегментировать базу гостей. Вытащите оттуда Ваш "костяк", который может себе позволить к Вам прийти после открытия. Вынесите их в отдельный список. Именно эти гости спасут Ваш бизнес и именно за них будет самая жесткая борьба. Уже сейчас выстраивайте с ними отношения и создайте «тропинку возврата». Придумайте розыгрыш на первое апреля и напомните им о себе. Отправьте подарок и так далее. Постарайтесь с ним сохранить максимально теплые и тесные отношения. Изготовьте маски с логотипом и отправьте ему. Все что угодно. На войне все средства хороши!

***- Подарки –***

Радуйте своих постоянных клиентов различными подарками пока они дома. Помните, что удержание гостя стоит гораздо дешевле, чем привлечение новых! Например, если все затянется до Пасхи, то мы уже продумали сценарий, по которому мы испечем куличи и отвезем их каждому нашему постоянному клиенту в качестве подарка. Мы хотим, чтобы наши гости помнили о нас и оставались нам верны. Ведь лояльность довольно шаткое понятие и, возможно, пока Ваш гость дома, он обрабатывается Вашим конкурентом и завоевывает его еще до открытия!

***- Разработка нового меню –***

Вирус, который охватил планету – это еще не все. На фоне пандемии происходит рост курса, а значит и рост цен. Вы уже не сможете зарабатывать хотя бы столько же, как до кризиса не только в следствии снижения трафика и падения покупательской способности, но и роста Вашего food cost’а. Поднятие цены, в этом случае, не только не спасет, а только усугубит ситуацию. Поэтому, начинайте мониторить рынок уже сейчас. Выделите все локальные продукты, с которыми Вы сможете работать в рамках своей концепции. У Вас есть время, чтобы начать переделывать свое меню. Займитесь проработками. Используйте «правило 5 блюд». К моменту открытия Вы должны заканчивать работу со своим новым меню из ЛОКАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ, которые менее всего подвержены росту цены!

***- ABC анализ –***

Сейчас самое время провести ABC анализ и выявить «сильных игроков» Вашего меню. Выбирайте только блюда из категории с высокой маржинальностью и хорошими продажами. В нынешних условиях другие просто не нужны. Заменяйте их блюдами из пункта Выше. Разберите все ТТК и определите, где у Вас импортные ингредиенты. Все эти блюда находятся в зоне риска. Цена будет продолжать расти!

***- Игра на ностальгии –***

Вспомните самую посещаемую вечеринку года в своем ресторане или какое-то знаковое событие, которое осталось в умах Ваших гостей. Не можете вспомнить? Запустите опрос в социальных сетях. Определили? Отлично… Сохраните ее в кейс. Как только начнется оживление рынка – повторите ее и пригласите всех своих гостей, которые помнят, как они на ней отдохнули. Дотроньтесь до их ярких эмоций. Играйте на ностальгических чувствах!

***- Званный ужин –***

Уже сейчас начните создавать список гостей, которых Вы пригласите на ЗВАННЫЙ УЖИН, где Вы презентуете свое меню. Конечно, этот ужин должен быть полностью бесплатным. Зачем? Да только для того, чтобы напомнить о себе через какой-то промежуток закрытия. Верните гостю его эмоции, которые он испытывал при посещении Вашего заведения. Верните ему приятные ощущения от общения с Вашей командой, от Ваших блюд, музыки и так далее! Погрузите его в атмосферу своего ресторана! Помните! Ресторанный бизнес – это бизнес эмоций!

***- Начните готовить летнюю террасу –***

Сейчас весна. На улице хорошая погода и многие хотели бы посидеть под теплыми лучами солнца и съесть свое любимое блюдо или выпить чашку кофе. НО! этой возможности нет. Но, день открытия настанет и желание это необходимо удовлетворить. Поэтому начните готовить летнюю террасу, чтобы в день открытия Вы уже смогли посадить своих гостей под весеннее солнце. Это, пожалуй, один из главных пунктов! Открытие может стать отличным инфоповодом привлечения гостей в большой борьбе за трафик!

***- Оптимизация -***

Начните думать об оптимизации бизнеса и ФОТ. Какие-то задачи придется взять на себя. Возможно, это может быть закупка или маркетинг. SMM или финансовое управление. Как бы не печально было это осознавать, но экономить придется. И в первую очередь на топах. Используйте сейчас время каникул грамотно. Проведите его с пользой. Научитесь настраивать рекламу и тогда сможете избавится от таргетолога. Или продумайте стратегию и маркетинг. Определите свой фронт задач. Если раньше Вы приезжали и только расставляли точки контроля, покуривая кальян и попивая свое любимое вино, то сейчас настало время жесткой экономии и «ремесленичества». Лучше сейчас потратить какие-то средства на обучение и завязать какие-то задачи на себе, чем нести ответственность по выплатам заработной платы в 30-50-100к.

Подумайте, как Вы можете оптимизировать ФОТ. Кому дать больше задач? Где Вы можете сократиться? Будет ли у Вас полная посадка? Какое кол-во официантов справится с новым трафиком? Сколько поваров на кухне оставить? Конечно же, увольнение сотрудников не самая приятная мера, но рынок диктует свои условия. Мера это вынужденная. Можно сократить количество смен, но будет ли тогда хватать заработанных денег Вашему сотруднику? По моему мнению, лучше 1 довольный сотрудник, чем 2 сохраненных, но недовольных и голодных! Но, тут у каждого свое понимание ситуации.

***- Техническое открытие -***

Сейчас Вы закрыты. В каком-то смысле – это обнуление. Я призвал всех своих партнёров и сотрудников отнестись к первому дню работы после закрытия, как к техническому открытию нового ресторана. Когда гостей еще совсем немного, но они самые любимые и ценные. Когда мы отрабатываем все процессы по-новому. Когда мы нацелены на результат, но готовы и к негативному сценарию. Когда мы бьемся за каждого гостя, которого нужно сделать постоянным! И только когда мы почувствуем, что мы начали набирать силу, то мы будем готовы совершить «ОФИЦИАЛЬНОЕ ОТКРЫТИЕ» и снова радовать наших гостей!

***- Кросс и только кросс -***

Созвонитесь со всеми своими кросс-партнерами. Продумайте вместе все возможности, которые могут помочь при выходе из кризиса. Набирайте подарки. Создайте свою сеть касаний к гостю! Подумайте о том, куда Ваш гость пойдет прежде всего после открытия всего бизнеса. Где Вы его сможете зацепить. Поработайте с фокус-группой. Поставьте себя на его место! Это сейчас очень важно.

***- П/Ф на продажу –***

Постарайтесь узнать какие есть мелкие розничные торговые точки у Вас в районе. В кризис 2014 года я определил все мелкие магазинчики, которые есть в радиусе 5 км. С кем-то я договорился, что буду поставлять пирожки под реализацию. Кому-то мы поставляли маринованный шашлык в контейнерах на продажу в их точке. Кому-то мы лепили домашние пельмени. Это не приносит каких-то ощутимых денег, но это дает возможность сохранить Ваш штат кухни.

***- Кальяны в аренду –***

Уже сейчас в нашей партнерской сети работает отдел, который сдает кальяны в аренду на сутки. У Вас достаточно большая база гостей, по которой Вы можете сделать рассылку и предложить кальян в аренду с одноразовыми шлангами. Также возможен вызов кальянщика на дом. Теперь к цифрам. На сегодняшний день отдел сдает в аренду 60-80 кальянов в сутки. Доставка оплачивается отдельно. Работа кальянщика тоже. Мы подумываем о том, чтобы оставить этот отдел и после выхода из карантина.

***- Шеф-повар на дом –***

Предложите такую услугу Вашим гостям. Возможно, кто-то ей захочет воспользоваться. Шеф-повар может провести мастер-класс для Ваших заказчиков или приготовить романтический ужин на двоих. Гость может выбрать пакет блюд из Вашего меню и заказать эту услугу. Шеф же приедет с набором продуктов и инвентарем, чтобы реализовать приготовление блюд.

***- Создавайте видеорецепты -***

Почему бы Вам не начать создавать видеорецепты и превратить это в бизнес, пока Ваша команда свободна?! Еще год назад к нам приехали ребята, которые попросили записать видеорецепты на нашей кухне с нашим шефом на бартерной основе за рекламу. Мы согласились и за некоторое время сделали эту работу. Ребята уехали, но через определенное время приехали вновь с этой же просьбой. Мы разговорились, и они мне рассказали, что создали закрытый канал, к которому можно купить доступ за небольшие деньги, чтобы научиться готовить. Покупатели доступа – домохозяйки и девушки, которые хотят научиться готовить вкусно. Доход от продажи доступов оставляет цифру с 6 нулями и впереди далеко не «1».

***- Займитесь созданием контента –***

Рано или поздно вся эта история закончится и Вам придется бороться за гостя. Почему бы не подготовиться? Начните заниматься съемкой контента для социальных сетей. Тем более все сейчас дома без денег. На этом можно очень хорошо сыграть и минимизировать свои расходы на фотографа, например.

***- Регламентируйте -***

Каникулы - самое время разобрать все свои регламенты, стандарты и так далее. Понять где у Вас есть "дырки", что работает, а что нет. Самое время начать прописывать инструкции и регламенты для своей команды. Самое время разработать тесты и планы. Проведите это время с пользой. Стандартизация Вам сейчас понадобится, как никогда!

Сегодня мы с Вами переживаем очень трудное время. Под ударом не только бизнес, но и здоровье наших близких. И возможно даже жизнь. Но это не конец. А только начало. Начало нового пути. Жизнь уже не будет такой, как прежде, потому что мы все пройдем через осознанность всего того, что мы делаем. Сейчас самое время подумать над тем, как начать новую историю. Историю, которая будет еще ярче и громче. Будьте здоровы! Все будет хорошо!