

Business Plan

Επιχείρηση Εστίασης Κολοκοτρώνη 8

Οργανωτική Δομή Διοίκησης:

GENERAL MANAGER

Υπεύθυνος για την οικονομική επιτυχία της επιχείρησης , διαχείριση και έλεγχο του project και του concept για την καλύτερη αξιοποίηση των χώρων Ο Manager πρέπει να είναι έμπειρος και αποφασιστικός και να τρέχει την λειτουργία του μαγαζιού σε υψηλό επίπεδο υπηρεσιών. Προϋπόθεση του all in one πολυχώρου είναι η επιτυχία της κάθε κατηγορίας η οποια δεν θα πρέπει να επιβαρύνει , αλλά να συμβάλλει στην επιτυχία των άλλων κατηγοριών και ως εκ τούτου στην επιτυχία του όλου. Ο μανατζερ επιλέγει καταξιωμένες επιχειρήσεις- επιχειρηματίες- επώνυμα στελέχη- υπεύθυνους κατηγοριών για τις κατηγορίες: 1.Chef , 2.Bar leader, 3. Sommelier για το Wine Point, 4.Επιχειρήσεις για τη δημιουργία κάβας π.χ Cellier,5. Event manager για την οργάνωση εκδηλώσεων , 6. Marketing, 7. Οργάνωση του Delivery, και κάνει follow up του όλου εγχειρήματος. Επιπλέον, καλύπτει θέσεις διοίκησης σε κατηγορίες που δεν έχουν καλυφθεί Βρίσκει τους ηγέτες για κάθε τομέα , κάνει βελτιώσεις του concept κατά την εφαρμογή του, προσεγγίζει το project σαν property management (real estate) για χώρο εστίασης. Είναι υπεύθυνος επιλογής φίρμας καφέ και οργάνωσης του τμήματος καφέ και σε συνεργασία με τον chef μεριμνά και για την επιλογή των συνοδευτικών του καφέ.

A) Chef :Θα συμβάλλει στο concept. Επιχειρηματίας ή επώνυμος (προτιμότερο και τα δυο). Για το breakfast, branch, lunch, dinner, street food, snacks - finger-food, συνοδευτικά καφέ/κρασιού /ποτού, επιμέλεια μενού των events.

B) BAR LEADER: Προτιμάται γνωστή επιχείρηση στο είδος ή επώνυμος ή καλύτερα και τα δυο. Έως ότου οι πωλήσεις γίνουν σημαντικές θα καλύπτει και θέση Bartender στο κυρίως bar του χώρου

Επικεφαλής και των 3 bars

Δημιουργία κάρτας cocktails

Γ) Wine Point και κάβα: Προτιμάται καταξιωμένη επιχείρηση ή επιχειρηματίας. Υπεύθυνος αγορών κρασιών, να φροντίζει να γίνει η λίστα ποικιλιών του wine point με την βοήθεια των καθηγητών των σχολών π.χ. SPC, θα κάνει συμφωνίες με τους οινοπαραγωγούς και εισαγωγείς και θα εισάγει από μεγάλο εισαγωγέα από άλλη χώρα π.χ. Ισπανία όπως το wine Παλιό στον Πειραιά.

Δ) Delivery: Να φροντίσει για τη δημιουργία του σωστού και πιο εύχρηστου site με παραγγελιοληψία και να συνδεθεί με site που προωθούν το delivery. Να οργανώνει παραγγελιοληψία-κουζίνα-διανομή.

Ε) MARKETING MANAGER: Η θέση καλύπτεται και από εξωτερικό συνεργάτη. Ελλείψει αυτών και από τον General Manager ή από τον Event Manager.

Ζ) EVENT MANAGER: Εκτός από τα εταιρικά, η θέση μπορεί να καλύπτει και καλλιτεχνικά δρώμενα ή να καλύπτεται από τον marketing manager ή από εξωτερικούς συνεργάτες. Δώστε βάρος στα πρωτότυπα events με ειδικό. Προσληψη event manager (κατά προτίμηση γυναίκα 30-40 χρονών) με εμπειρία στο αντικείμενο, με ποσοστά επι των events. Στόχος η αύξηση του αριθμού των events. Καθιέρωση events συνεχή ώστε οι πελάτες που έρχονται στο event να εξοικειωθούν με τον χώρο και να τον συνηθίσουν με σκοπό να αυξηθεί η σταθερή πελατεία. Λειτουργία του event room του 1ου ορόφου φέρνοντας σημαντικά αλλά και αμφιλεγόμενα πρόσωπα. Αυτά δημιουργούν «ντόρο» περισσότερο από τα «κυριλε» ονόματα που συνήθως είναι «φύρρα». Καθιέρωση πρωτότυπα events π.χ διαγωνισμούς DJ με κριτές το κοινό. Γενικά εκδηλώσεις που δεν έχουν γίνει ποτέ στην Αθήνα. Οργάνωση βραδιών με διάσημους γνωστούς Έλληνες και ξένους chefs. Μπορούμε – εκτός από Έλληνες- να επενδύσουμε και σε κάποιο μεγάλο ξένο όνομα της κουζίνας. Αυτό θα κάνει το «μπαμ» διαφημιστικά.

Η) Υπεύθυνος στα καλλιτεχνικά δρώμενα :Θα είναι μέρος της δουλειάς του General Manager ή Marketing Manager ή από κάποιον γνωστό εξωτερικό συνεργάτη π.χ. Μουρατίδης, Ναταλία Γερμανού για να έχουμε ένα ακόμη γνωστό όνομα στη θέση του Καλλιτεχνικού Διευθυντή.

Θ) Υπεύθυνος επιλογής φίρμας ΚΑΦΕ και οργάνωσης του τμήματος καφέ (Η θέση λόγω προϋπολογισμού του τμήματος θα καλύπτεται από τον general manager ή από υπεύθυνο άλλης κατηγορίας και θα είναι μέρος της δουλειάς του που θα είναι ο προϊστάμενος του barrista).

Ωσπου να ολοκληρωθεί το concept Athens Food Court (πολυχώρος) μπορεί ο πολυχώρος να φτιάχνεται τμηματικά Έτσι θα γίνει ένα all day μαγαζί με ταυτότητα στα τμήματα που θα έχουν ολοκληρωθεί. Όταν ολοκληρωθούν όλα τα τμήματα του μαγαζιού θα επικοινωνηθεί σαν all in one (Athens Food & Drink court) που θα έχει χώρους που ο κάθε τομέας θα είναι διακριτός και θα ηγείται από επώνυμο καταξιωμένο manager η γνωστή φίρμα (επιχείρηση). Να αναζητηθούν επώνυμες επιχειρήσεις εστίασης στον τομέα τους, όπως οι ακόλουθες:

1) Κρέας: π.χ. Base Grill, Δρακούλης κλπ.

2) Παγωτά, Βάφλες & Γλυκά: π.χ. Kayak, Waffle House

3) Ιταλική Τρατορία: π.χ. LOLOS PIZZA (Χαλάνδρι και Αντίπαρος)

Για να τραβήξει κόσμο από όλες τις κατηγορίες ο χώρος, θα πρέπει η κάθε κατηγορία να είναι ολοκληρωμένη .

ΙΔΕΕΣ για το concept (δύναται να επεξεργαστούν και να εμπλουτιστούν από το management)

A) Self-Service Ιταλικό concept: Στην πρόσοψη και χαμηλό ισόγειο της Κολοκοτρώνη θα υπάρχουν 2 σημεία εσόδων. Δεξιά στον χώρο αυτόν θα υπάρχει η ζεστή κουζίνα, η οποία θα εμπεριέχει ξυλόφουρνο (στο επάνω επίπεδο, δεξιά του επάνω μπάρ και με όψη στην Κολοκοτρώνη) που θα ψήνει πίτσες, panini, ψωμάκια για τα οποία θα παρασκευάζονται δεξιότερα του pizza factory και τα ψωμάκια που θα συνοδεύουν το πρωινό – brunch – lunch – δείπνο. Τα υλικά που θα έχει η πίτσα και τα sandwich, όπως αλλαντικά και τυριά, θα διαφημίζονται είτε με βυτρίνα πάνω στον πάγκο, είτε σε εμφανή βυτρίνα στην όψη του πάγκου και τα υπόλοιπα υλικά παρασκευής πίσω στο μπαρ, ανάλογα με τη λειτουργικότητα και την αισθητική του χώρου. Οι βυτρίνες θα είναι είτε ψυχόμενες, είτε θερμενόμενες. Μεταξύ του lift και του φούρνου θα γίνεται η παραγωγή της pizza και το show του Pizza Yolo, έχοντας την εικόνα ενός pizza factory (όπως φαίνεται στην κάτοψη του κάτω ισογείου). Η κρύα κουζίνα, η οποία θα είναι απέναντι της ζεστής, θα εμπεριέχει παγωτά, γλυκά, καφέ και χυμούς. Όσα προϊόντα δεν χωρούν στο αριστερά μέρος του χώρου θα ενσωματωθούν στο pizza factory. Το πλήρες μενού της τρατορίας θα παρασκευάζεται στην κεντρική κουζίνα. Το brunch θα παρασκευάζεται στην κεντρική κουζίνα και θα σερβίρεται: το χειμώνα στο επάνω επίπεδο του ισογείου όπου βρίσκεται το κεντρικό μπαρ/ pub και το καλοκαίρι στην πλατεία Καρύτση και έξω στη στοά Κολοκοτρώνη. Οι τιμές για το service των προϊόντων με σερβίτσια θα είναι οι ίδιες με το delivery και θα υπάρχει η δυνατότητα self-service με σερβίτσια οικολογικά (μιας χρήσης) με τιμές 20% χαμηλότερες.

Το επάνω επίπεδο του ισογείου, το οποίο το βράδυ (ιδιαίτερα το Π/Σ) θα μεταμορφώνεται και θα λειτουργεί ως μπαρ με DJ και καλλιτεχνικά δρώμενα και η ιδέα είναι να οδηγείται ο κόσμος σε ένα κρυφό – μυστικό μπαρ ή θεατρική σκηνή (π.χ. με ένα κόκκινο χαλί που να οδηγεί τον κόσμο στην σκάλα και την είσοδο του επάνω επιπέδου). Ο διαχωρισμός μπορεί να γίνει με φωτοκουρτίνα στην είσοδο και κουρτίνες με διαφημιστικές επιγραφές που θα κατεβαίνουν από την οροφή ή θα ανοίγουν συρόμενες προς τα πλάγια και θα φωτίζονται με προβολείς. Έτσι θα χωρίζεται ο υπόλοιπος χώρος από το μπροστινό χαμηλό κομμάτι του ισογείου (να αναζητηθεί ο πιο ενδεδειγμένος τρόπος διαχωρισμού ο οποίος θα προσελκύει τους πελάτες να εισέλθουν αναζητώντας το «κάτι γίνεται εκεί ...» και μια ιδέα για την είσοδο που θα βρίσκεται στο πάνω μέρος της σκάλας για το μπαρ : ή φωτοκουρτίνα ή ανάλφρα φωτιζόμενα κρόσια που με τον φωτισμό θα υποδεικνύεται το όνομα-σήμα του κρυφού μπαρ).

B) Εναλλακτικό Concept για το μέλλον, εάν δεν επιτυχία το A: Η ιδέα είναι να διαμορφωθούν διαφορετικά κιόσκια (shop-in the shop) που να μαγειρεύουν μπροστά στον πελάτη αγαπημένα ιταλικά φαγητά γρήγορα και οικονομικά (βλ site VAPIANO). Ο πελάτης θα μπορεί να παραγγείλει τα προτεινόμενα πιάτα, να φτιάξει το δικό του πιάτο και να προμηθευτεί τα υλικά ώστε ακολουθώντας τις συνταγές να το φτιάξει και σπίτι του. Θα υπάρχουν τα εξής κιόσκια: PIZZA-PASTA-CARNE-INSALATE-ANTIPASTI-DOLCI-VINO. Το κiosk της Pizza μαζί με τα sandwich θα βρίσκεται στο κάτω επίπεδο του ισόγειου της Κολοκοτρώνη μαζί με τον καφέ, προσκαλώντας τον περαστικό να πάρει μια γεύση από τα Ιταλικά προϊόντα. Το υπόλοιπο ισόγειο θα έχει εναλλασσόμενη χρήση, την ημέρα θα είναι καθιστικός χώρος με ένα μπάρ φυσικών χυμών, ενώ το βράδυ ξεκινώντας από την ώρα του Aperitivo, θα λειτουργεί ως μπαρ και wine point. Η θέση των υπόλοιπων shop-in-the-shop στον πρώτο όροφο θα σηματοδοτείται από τις βυτρίνες με προϊόντα του ορόφου, περιμετρικά του αιθρίου.

Γ) Self-Service Ελληνικό Κρεατάδικο: Η ιδέα είναι μια rotisserie με σουβλές (κοντοσούβλι) μοσχάρι χοιρινό κοτόπουλο και πάπια, όλα ποιοτικά σε προσιτές τιμές. Η παραγωγή γίνεται στην κεντρική κουζίνα και τα ψημένα κρέατα τοποθετούνται τεμαχισμένα σε μπεν μαρι κοντά στο ξυλόφουρνο που τα διατηρεί ζεστά ώστε να μπορέσουν να είναι έτοιμα ζουμερά και ζεστά για να σερβιριστούν ως γέμιση στα φρεσκοψημένα σαντουιτσάκια ή στα οικολογικά σερβίτσια (μιας χρήσης) του self-service που θα έχουν ως βάση μια πράσινη σαλάτα (π.χ. μαρούλι) και θα συνοδεύονται από ψωμάκι (π.χ. panini ή πίτα). Επίσης αυγά με πατάτες τηγανητές (βλ. base grill και It's all Greek : νέο concept της Vivartia στο Mc Arthur Glen) potato twisters, κλπ θα διαφοροποιούν το προϊόν.

Ο πάνω όροφος θα είναι steak house και χώρος εταιρικών event.

A+Γ) Και οι δύο ιδέες κάτω από την ομπρέλα ενός food-court με υπηρεσίες delivery

Οι παραπάνω ιδέες μπορούν να πραγματοποιηθούν σταδιακά, ξεκινώντας από το χαμηλό επίπεδο του ισόγειου της Κολοκοτρώνη ως Pizza & Sandwich Bar, έπειτα τη δημιουργία των μπαρ (χυμών, ποτών και κρασιού) στο υπόλοιπο ισόγειο και τέλος την διαμόρφωση του χώρου φαγητού στον όροφο, πάντα καθοριζόμενης και της απήχησης που θα έχουν τα προϊόντα στους καταναλωτές.

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

Να δοθεί ταυτότητα στο κατάστημα και να γίνει στοχοποίηση στη διαφήμιση ώστε να μπαίνουν περισσότεροι πελάτες στο μαγαζί. Ταυτότητα και στο προσωπικό του service : π.χ μόνο κορίτσια συγκεκριμένων προδιαγραφών εμφάνισης, στυλ και ενδεχομένως ντυσίματος.

Για να γίνεται από τους περαστικούς αντιληπτή η ταυτότητα του καταστήματος το (concept) θα πρέπει από την πρόσοψη του καταστήματος από την Κολοκοτρώνη και από την Πλατεία Καρύτση να γίνεται αντιληπτό τι μπορούν να βρουν οι πελάτες

μέσα στο κατάστημα!! Οι πελάτες είτε θα έρθουν επι τούτου (άρα ενημερωμένοι) είτε μέσω διαφήμισης ή άλλου είδους προσέγγισης.

ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ

Κατά τη διάρκεια της ημέρας ο μέσα χώρος πρέπει να φωτιστεί . Η οροφή του αίθριου να φαίνεται σαν ουρανός με ψευδοροφή φωτιζόμενη με plexiglass γαλακτερό 3 χιλ το μ2 κοστίζει 15€ η κατασκευή επι 20 μ2 = 300€ και το plexiglass 59,5€ επι 59,5 10€ το τεμ για 54 τεμ επι 10€ = 540€ φωτισμός 160€ περίπου συνολικά 1.000€ και στον τοίχο του ορόφου στον φωταγωγό που είναι τα κλιματιστικά με άλλη κατασκευή να δώσουμε φως ημέρας ίσως και να φαίνονται φωτισμένα φυτά. Να επενδυθούν με ξύλο τα σκαλοπάτια της σκάλας.

Ο χώρος είναι φτιαγμένος για casual services (πέρασμα στοά από οδό Κολοκοτρώνη 8 προς πλατεία Καρύτση και αντίστροφα). Να γεμίσει από φυτά (ιδιαίτερα στη στοά), σαν αυλή κήπου.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ – ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΣΚΕΨΕΙΣ

Ο περαστικός πιθανός πελάτης τις καθημερινές και το ΣΚ την ημέρα και το βράδυ να καταλαβαίνει τι δυνατότητες μπορεί να του δώσει ο χώρος ως προς το φαγητό και ως προς τα υπόλοιπα. Αυτό με κάποιον τρόπο πρέπει να επικοινωνηθεί στους περαστικούς. Το ίδιο με το προηγούμενο ισχύει και για τους περιδιαβαίνοντες τουρίστες .Πρέπει να διαφημιστεί στους τουρίστες η σχέση ποιότητας- φαγητού Υπάρχει site, όπου πχ οι πελάτες μαγειρεύουν το φαγητό με τις οδηγίες του chef.

Στοχοποίηση της διαφήμισης σε συγκεκριμένα target groups που μπορούν να έρχονται πιο τακτικά στο μαγαζί. Για αυτό ο υπεύθυνος σε κάθε κατηγορία πρέπει να είναι καταξιωμένος και επώνυμος.