



**Checklista
för att öppna
restaurang
2020**

Den här checklisten är skriven för dig som funderar på att starta en restaurang, bar, café eller någon annan typ av matservering. Det är troligtvis en dröm som du haft länge, och det är viktigt att ha drömmen väl förankrad. Inte bara för dig själv och dina närmaste, men också i form av siffror, handlingsplan samt i nuvarande och framtida trender. Det är viktigt att balansera sin dröm med omvärlden. Vi har satt ihop den här checklisten för att öka dina chanser att lyckas.

Oavsett om du tänker öppna en food truck, en premiumrestaurang, en fast-food-restaurang eller ett café med självservering – måste du hantera den tuffa verkligheten av att hitta ett sätt att leva upp till kundernas förväntningar. Dessutom är matgäster ombytliga och idag mer än någonsin. Den ökade digitaliseringen som sker inom de flesta branscher har fått ytterligare en skjuts i samband med covid-19. Pandemin har bidragit till ett behov av teknik som kan hjälpa till att minimera den sociala kontakten och samtidigt öka flexibiliteten för var man kan äta. När du öppnar en restaurang är det därför viktigt att tänka utanför boxen vad gäller sittande gäster och att vara öppen för alternativa sätt att servera din mat.

Många restauranger misslyckas i ett tidigt skede, ofta pga. att de saknar både planering och intresse för vad deras potentiella kunder tycker och vill ha. Det betyder emellertid inte att din restaurang behöver vara komplicerad för att lyckas. Faktum är, ju mer du kan förenkla, desto bättre är dina odds.

Happy Reading
Your friends at Trivc

1. ● Planera din dröm

2. ● Affärssidan av det hela

3. ● Bygg upp din restaurang

4. ● Att klara av resan

1.

**Planera
din dröm**

1

Planera din dröm

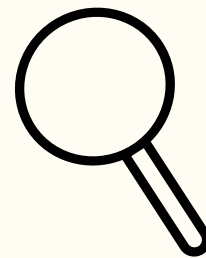
Börja med ett tydligt koncept och varumärke

För det första bör du tydligt definiera ditt restaurangkoncept - såsom service-typ, prisnivå, typ av mat och atmosfär. Är du en lyxrestaurang, en enklare matservering eller food truck? Fundera också över olika sätt att betjäna kunder som inte kan eller vill äta på plats i restaurangen, till exempel genom att erbjuda matlagningskit för tillagning i hemmet, färdiga måltider, take-away eller leverans. Även om du tycker att du har en klar bild över ditt koncept kan det vara bra att skriva ner det med så mycket detaljerad information som möjligt. Att skapa en mood board eller ett enkelt kollage kan hjälpa dig att komma igång.

Om ditt koncept är en food truck som serverar mexikansk mat, är det detaljerna som kommer att skilja dig från konkurrenterna. Du kanske vill erbjuda en blandning av lokal och mexikansk mat. Du kanske vill erbjuda beställningar över nätet och möjlighet till förbetalningar för att minska köbildning under rusningstid.

I takt med att du utvecklar ditt koncept, kom ihåg att göra research över dina konkurrenter. **Gör även efterforskning kring vad som redan har testats och försök förstå vilka koncept som fungerar bäst, och varför.** På så sätt kan du bygga vidare på något som kunderna gillar och är villiga att betala för - och skapa din egen version utifrån det. Titta även på vad som finns inom ditt närområde och försök hitta luckor i marknaden. Du har kanske sett något på någon resa, som ännu inte finns på hemmaplan.

Glöm inte
att kolla in
konkurrensen





Vision och affärsidé som hänger ihop

Parallellt med ditt koncept behöver du en fungerande varumärkesidentitet. Varumärket förmedlar din restaurangs personlighet och identitet och ska innehålla en affärsidé som sammanfattar dina mål och värderingar. Ett

Varumärket ökar lojaliteten

varumärke ökar lojalitet hos kunder och lockar samtidigt till sig nya gäster som tilltalas av ditt varumärke genom marknadsföring.

Ditt varumärke ska utgå från ditt restaurangkoncept och genomsyras av allting som omger din matservering, från namn, logotype och marknadsföring, till atmosfär och mat. Ifall ditt koncept är hälsosamt och lokalt producerad mat vill du kanske undvika en alltför rörig restauranginteriör och hålla dig till stilrena bilder som påminner om naturen, både på sociala medier, på menyer och andra marknadsföringskanaler.

Det är viktigt att ditt varumärke och ditt koncept är en reflektion av varandra och att de hänger ihop. Den här kopplingen bör även inkludera din närvaro på nätet. En finkrog bör kanske inte involvera sig i cyniska kommentarer på sociala medier, medan en kaxig food truck kommer undan med det, eller till och med kan ha fördel av att visa lite attityd på nätet. Det samma gäller tekniska applikationer som alltför många kunder accepterar och efterfrågar. Du har troligtvis inte självbetjäning om du har ett förstklassigt gourmetkoncept, men elektroniska puckar och självbetjäningsterminaler är populära funktioner för en snabbmatskedja. Men det finns naturligtvis lämpliga sätt även för lyxrestauranger att använda sig av digitala verktyg. Det är nämligen inte bara menyer och betalningsalternativ som kan digitaliseras, utan även logistiklösningarna för köks- och servicepersonal.



I den här fasen när du jobbar med ditt koncept och ditt varumärke bör du även ta fram de viktigaste rätterna på din meny. Lite senare i guiden återkommer vi till menyn för att diskutera design och hur du kan få menyn att arbeta för dig. Men att bestämma vad som ska finnas på menyn är viktigt när man bestämmer vilken utrustning som behövs, vilken typ av personal som ska anställas och hur du ska göra verksamheten framgångsrik.

Du vill kunna erbjuda bra alternativ, utan att minska kostnadseffektiviteten. Vissa ingredienser kanske kan användas i fler än en maträtt? Överväg även att inkludera eller fokusera helt på hälsosamma alternativ. Att använda hälsosamma ingredienser har varit trendigt under en längre tid nu och pandemin har bidragit till att motivera människor att bli ännu mer hälsomedvetna. De tittar efter mat utan toxiner och antibiotika och väljer gärna köttfria alternativ. Ett tips för att locka kunder är att erbjuda mat som de är vana vid att äta, men i ett nytt och spännande format.

Hotell- och restauranginnovatör väljer Trivec

JO&JOE i södra Frankrike har ett innovativt koncept inom hotell- och restaurangbranschen, ett öppet hus som erbjuder övernattnig, fantastisk mat, events och seminarier som riktar sig till alla från familjer till artister och surfare. Detta öppna och välkomnande koncept, som designats av Accor-koncernen, är synbart i hela den vackra trädgården, den stora terrassen, klättrväggen och bordtennisborden.

För att gäster ska känna sig välkomna måste servicen vara den bästa. Under events såsom den välbesökta surfingtävlingen Quicksilver Pro, är det viktigt att personalen är välorganiserad och att de arbetar effektivt.

JO&JOE valde Trivecs kassasystem och elektroniska pucksystem för att snabba upp servicen. Gästerna får en elektronisk puck när de har beställt och sitter ner vid ett bord. När beställningen är klar, börjar pucken vibrera. Under högsäsong kan JO&JOE betjäna 300 till 500 personer per dag. Skulle det uppstå något problem med kassasystemet eller puckar, kan de förlita sig på Trivecs 24/7 support.

2.

**Affärs-
sidan av
det hela**

2


Affärssidan av det hela

Ta fram en affärsplan

En affärsplan ställer dig öga mot öga med verkligheten att bedriva en restaurangverksamhet, långt innan du välkomnar dina första gäster. På det här stadiet tar du ditt varumärke och förverkligar det med hårda fakta och siffror. Du översätter din idé till ett språk som talas av investerare, och när du gör det kommer du att inse vad du måste göra härnäst. En affärsplan kommer att avslöja potentiella fallgropar och därmed minska din risknivå.

En bra affärsplan är välstrukturerad och detaljerad. Den ska innehålla:

<input checked="" type="checkbox"/> ditt <u>koncept</u>
<input type="checkbox"/> ditt affärserbjudande (hur ska det säljas)
<input type="checkbox"/> en marknadsanalys
<input type="checkbox"/> en handlingsplan (bemanning och partners)
<input type="checkbox"/> marknadsföringsstrategi
<input type="checkbox"/> en detaljerad digital strategi
<input type="checkbox"/> finansiell information
<input type="checkbox"/> riskanalys med så <u>mycket</u> detaljer som möjligt



Du ska också beskriva hur du planerar att hantera utmaningar som är typiska för restaurangbranschen, liksom hur du förutser framtiden. Slutligen ska du skriva ihop en sammanfattande summering av din affärsplan. Det är det första en potentiell investerare tittar efter. Sammanfattningen ska vara kortfattad och ska visa på viktiga styrkor utan att använda klyschor och tomma ord.

Tänk finansiering

Din affärsplan består av uppskattningar av dina totala startkostnader och den kostnad som krävs för att driva din restaurang på daglig basis. Du bör också ha en budget som beräknar det första årets intäkter och kostnader för att veta hur mycket pengar du behöver för att hålla verksamheten vid liv. Denna summa representerar ditt finansieringsbehov.

Ha sunda ekonomiska prognoser

Finansiering kan komma från olika källor, t.ex. dina egna besparingar, genom att gå samman med en eller flera partners, bjuda in investerare eller genom att låna pengar via banken. Oberoende av din strategi – även om det är dina egna pengar – se till att du har upprättat sunda finansiella prognoser.

Regleringar, licenser och tillstånd

Alla som serverar eller säljer mat till allmänheten har ett ansvar för att maten är säker att äta. Det är viktigt att ta reda på vilka regler som gäller i ditt område avseende mat- och alkohollicenser, hälsoregleringar, brandsäkerhet, tillstånd för uteservering och skattelagar. Generellt sätt måste du även ta EU-direktiv i beaktan, t.ex. EU:s Allmänna Livsmedelsförordning, liksom nationella lagar och lokala avvikelser.



Många aspekter av livsmedelsservering är strikt reglerade och föremål för kontroll. Om du inte lever upp till kraven, kan du bli bötfälld eller stängas ner av myndigheterna. Du måste också tillhandahålla en säker miljö där dina anställda arbetar, och dina gäster äter. Ta kontakt med din lokala kommun för att ta reda på vad som gäller specifikt där du planerar att etablera din verksamhet.

Utrustning och teknik

En annan viktig affärsaspekt för alla företagare inom livsmedelsindustrin är att jobba med tillförlitliga leverantörer av utrustning och ingredienser till rimliga priser. Ta kontakt med flera olika livsmedelsgrossister för bästa kvalitet till bästa pris med tanke på ditt koncept. Glöm inte bort att göra detsamma för den restaurangteknik du kommer att behöva.

Generationerna som växte upp med internet har ändrat spelreglerna. Många restaurangbesökare följer i Generation Y:s fotspår och förväntar sig nu bekvämlighet, personlig service och snabbhet, utöver den fantastiska mat du tänker servera. Dom hittar dig inte om du inte fångar upp dem på deras villkor. Här gäller det att tänka smart och använda befintliga plattformar som Facebook, Instagram, TripAdvisor, Google m.fl.

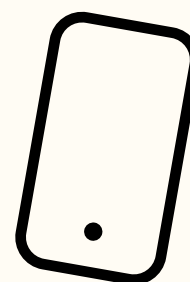
Vanliga konsumenter har utvecklats snabbare än branschen i sig, bra att ha i åtanke innan du börjar värma upp ugnen. Hur ska du hantera bokningar, lojalitetsprogram, beställningar över nätet, betalning med mobiltelefon, samt take-away eller hemkörning?

En affärsaspekt som är viktig för alla livsmedelsföretagare är att hitta en pålitlig återförsäljare av utrustning och ingredienser till rimliga priser. Hör av dig till flera olika livsmedelsgrossister för att hitta den perfekta balansen mellan pris och kvalitet för just ditt restaurangkoncept.

Rätt teknik bör också hjälpa dig med affärsledning och den daglig verksamheten. Din serveringspersonal kan använda mobila enheter för att ta upp beställningar, som omedelbart är tillgängliga i köket och för barpersonal



Internet
har ändrat
spelreglerna





via displayer, så att förberedelse av mat och dryck kan börja redan innan servitören/servitrisen har lämnat bordet. Informationen skickas samtidigt till kassasystemet och ställs samman och skickas som försäljningsinformation till ditt kontor.

Smarta investeringar i digitala system leder till snabbare och mer personlig kundservice och låter dig samtidigt fokusera mer på managementbeslut och mindre på rutinmässiga arbetsuppgifter.

Trivecs integrerade plattform

Trivec erbjuder ett kassasystem som är enkelt att använda och som effektiviserar din affärsverksamhet för bästa styrning. Systemet ger dig automatiska försäljningsrapporter och kan anpassas efter dina specifika behov samtidigt som de integreras med dina befintliga system, såsom bemanning, ekonomi och lagerhållning.

Trivec Buddy som är den senaste nyheten i Trivec-familjen, är en lösning Buddy är en webbaserad tjänst för beställning och betalning som möjliggör för dina gäster att beställa med sin mobiltelefon från en digital meny och bli serverad vid bordet eller via take away.

3.

Bygg

upp din

restaurang

3

Bygg upp din restaurang

Den fysiska och digitala placeringen

Att välja den perfekta platsen för din restaurang, handlar om synlighet och tillgänglighet. Och även om den fysiska platsen är viktig, beror det också mycket på ditt koncept. Förväntas gäster komma till dig eller kommer du att

Kommunicera med dina kunder på deras villkor

fokusera på hemleveranser (antingen själv eller via tredje part) eller catering.

Du bör även börja tänka på din närvaro på nätet. Vilken roll kommer internet, sociala medier och andra onlineföretag som Uber Eats och Google Search spela för din restaurang? Tänk noggrant över din digitala strategi och på vilket sätt du kommer att använda internet för att locka nya kunder och öka din synlighet. Externa betygsättande webbsidor och sociala medier är ett sätt att kommunicera med dina kunder på deras villkor. Appar och internetlösningar kan också hjälpa dig att förmedla dina kampanjer och erbjudanden.

Din digitala strategi kan mycket väl vara avgörande för om du kommer att lyckas eller inte. För detta arbete behöver du antagligen anlita ett proffs då det är alltför viktigt för att bara överlämnas till någon i personalen utan rätt kunskap.

Atmosfär

När du väl har bestämt din fysiska plats är det dags att strukturera din layout och designa din lokal för att uppfylla de mål som du definierade i konceptfasen. Bäst är om du kan skapa ett systematiskt flöde från entrén hela vägen till köket, så att måltidsupplevelsen matchar den stämning du angav i ditt koncept.

Du kanske har bestämt dig för att starta upp ett "ghost kitchen" som bara finns för att tillaga din mat med en digital front som gör det möjligt för kunder att beställa mat från dig och få den levererad. Ett yttre som matchar ditt varumärke har dock fortfarande betydelse, både för det digitala och det fysiska utrymmet. Det är också viktigt att göra kundupplevelsen så smidig och enkel som möjligt.

Oavsett hur ditt koncept ser ut, glöm inte bort logistiken; ett dåligt organiserat kök innebär dålig service. Här bör du titta på hur teknik kan hjälpa dig att effektivisera både kundupplevelsen och arbetsbelastningen för din personal.



Måste servicepersonalen gå fram och tillbaka till borden eller finns det en annan lösning? Fundera på självbetjäning, pucksystem och automation.

Meny

Din meny är det perfekta verktyget för dig att förmedla ditt varumärke. Borta är tiden då man satte upp en meny i fönstret och så var den saken klar. Du bör ge människor åtkomst till din meny på så många platser som möjligt - på sociala medier, internet, externa appar och din webbplats. Och försök göra din meny interaktiv, var den än är. Teknik gör att dina kunder kan boka bord, förbeställa mat, förstå allergener och till och med betala med bara några få klick.

En annan sak att tänka på när man skapar sin meny är att analysera och strategiskt utforma sin meny för att belysa restaurangens mest populära och lönsamma rätter.

Personal

Ditt mål bör vara att behålla din personal och bygga upp en företagskultur med anställningsförmåner samt karriärmöjligheter som minskar personalomsättningen. Detta är en utmaning för alla restaurangägare. En bra strategi är att se över vilka arbetsuppgifter som kan automatiseras. Detta sparar inte bara personalkostnader utan leder också till nöjdare anställda.

Ett integrerat system som är till stöd hela vägen från beställning till verksamhetsadministration har potentialen att förbättra kundupplevelsen, minska stress bland personal och öka dina vinster. Att göra livet lättare för din personal, innebär att de har mer energi kvar för att få kunderna att känna sig uppskattade.



Både topp-restauranger och enklare matställen använder Trivec

Den klassiska restaurangen Berns i Stockholm har serverat mat och dryck av absolut högsta klass i över ett sekel. Idag består Berns av flera restauranger, event- och konferenslokaler, ett hotell och flera barer. Med cirka 40 kassor och 80 mobila betalterminaler uppskattar man allt som kan automatiseras.

Berns vände sig till Trivec för att få hjälp med effektivisering och automation. De sparar nu timvis av arbete varje dag, genom att använda personalstyrning, digitaliserad drickshantering och anpassade kassarapporter från Trivecs kassasystem.



Systemet är mycket intuitivt, och även om en medarbetare inte har arbetat med systemet tidigare, så lär dom det sig på nolltid.

- Restaurangchef Anna Lundblad.

En annan växande restaurangverksamhet som vänt sig till Trivecs plattform är Brödernas, en kedja som planerar att öppna ytterligare 20 restauranger under de närmaste åren. Deras koncept är att sälja hamburgare och pizza av hög kvalitet och i en trevlig miljö. För att kunna möta dagens kundförväntningar måste det var enkelt att ta upp beställningar, servera vid borden och att ta betalt. Allt måste vara lätt, smidigt och bli rätt. En viktig fördel med Trivecs system är att ägare och chefer kan logga in och se försäljningssiffrorna i realtid och bygga egna rapporter.

4.

**Att klara
av resan**

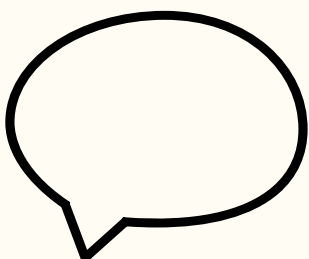
4 ● Att klara av resan

Hur hanterar man alla olika roller?

Att driva restaurang innebär att man måste hantera ekonomi, lager, marknadsföring, affärsrelationer, personalrelationer, kundnöjdhet och mycket mer. Dessutom måste du vara fokuserad på och känna dig entusiastisk avseende maten och miljön på din restaurang. **Ärligt talat, att driva restaurang kräver att du delegerar och är öppen för nytänkande.** Oberoende av vilken typ av matställe du bedriver så måste du vara flexibel.

Du bör hålla dig uppdaterad på nya trender och kundernas förväntningar. Exempelvis är lokalt producerad mat och hälsosamma alternativ två heta trender just nu. Ett sätt att få vetskap är att fråga och lyssna på både befintliga och potentiella kunder.

Ett sätt att få vetskap är att fråga och betygsättning på externa appar. Stick inte huvudet i sanden och tro att du kan strunta i ett dåligt omdöme. Snarare tvärtom, du bör fundera på att göra några smarta investeringar i digitala och automatiserade system som gör att du kan fokusera mer på ledningsbeslut och mindre på rutinuppgifter. Undersök vad som är den bästa tekniska hjälpen på marknaden. Se över dina befintliga system för beställningar, personal, planering, lager och redovisning och fundera på om ett fullt integrerat system kan vara något för dig.



Lyssna på både befintliga och potentiella kunder

Fortsätt vara efterfrågad

Med bra mat och service klarar du dig långt. Men du måste också vara synlig och attrahera nya kunder. Det är här marknadsföring kommer in i bilden. Som vi har nämnt tidigare finns det många befintliga sociala plattformar som du kan använda dig utav för att nå ut till nya kunder. Inspireras av andra företag och branscher, vad gör de smart på sociala medier, kanske kan du göra något liknande? Även om webbsidor till viss del har tappat mark till sociala medier och externa appar, måste du se till att din närvaro på nätet är attraktiv, användarvänlig och kundinriktad.

Rekommendationer, den bästa marknadsföringen, är gratis och effektiv. Och idag lämnas rekommendationerna på nätet. Att strunta i kundkommentarer och inte svara på frågor på ditt Facebook-konto, mest för att du inte har tid, är värre än att inte ha något konto alls. Även om du väljer bort sociala medier så representerar externa restaurang och rese-appar miljontals besökare varje år, och deras besökare är dina kunder.

Det är mycket att tänka på innan man öppnar sin första restaurang. Det viktiga är att inte ha för bråttom. Ta ett steg tillbaka från din ursprungliga dröm, och titta på verkligheten. Hur passar din restaurang in? Hur ska du hitta den där luckan på marknaden?



Låt oss hålla kontakten!

På Trivec har vi lång erfarenhet av att jobba med alla tänkbara restaurangtyper, från mindre kvarterskrogar, till större restauranger och restaurangkedjor. Kom ihåg att vi är här för att hjälpa till!

Förra året välkomnade vi över 500 nya kunder och hjälpte dem lösa restaurangrelaterade problem – stora som små. Be oss gärna om hjälp för att lyckas med din nya verksamhet.

Vi ser fram emot att höra ifrån dig snart!

Du kan nå oss på:

inhousesales@trivec.se

+46 (0)10-150 23 00

[Boka demo](#)

Tack!

