



**Checklist
voor een nieuw
restaurant
in 2021**

Deze korte gids richt zich tot iedereen die overweegt om een horecazaak te starten. Je droomt misschien al lang van een eigen horecazaak, het is dan ook belangrijk om die droom te verankeren. Niet alleen bij jezelf en binnen je sociale cocon, maar ook in cijfers, hard werk en huidige en toekomstige trends. Via deze checklist helpen we je om te slagen in het uitbouwen van je eigen horecazaak.

Foodtrucks, hautescuisinerestaurants, fastfoodrestaurants en zelfbedieningscafés moeten allemaal tegemoet komen aan de eisen van de klant. Bovendien zijn eetgasten wispelturig, nog meer dan voor de digitale revolutie die ons met elkaar heeft verbonden, ons continu informatie geeft, en onze verwachtingen heeft verhoogd.

Nu het coronavirus zijn piek heeft gekend, zien we hoe de sector met ongeziene snelheid vooruit is gegaan op het vlak van digitalisering. Door de pandemie ontstond er een echte nood aan technologie die het risico op fysiek contact verkleint en de keuzemogelijkheid vergroot. Als je een restaurant begint is het belangrijk dat je over meer dan alleen de bezette stoelen en tafels nadenkt en je openstelt voor alternatieve manieren van uit eten gaan.

Vele restaurants falen al vroeg, vaak door een gebrek aan planning en te weinig interesse in wat hun klanten zeggen. Maar dat betekent niet dat jouw restaurant overdreven ingewikkeld moet zijn om te bloeien. Hoe gestroomlijnder je horecazaak, hoe beter je kansen.

Happy Reading
Your friends at Trive

1. ● Jouw droom plannen

2. ● De zakelijke kant op punt stellen

3. ● Je restaurant opbouwen

4. ● De reis leiden

1.

**Jouw
droom
plannen**

1

Jouw droom plannen

Vertrek vanuit een helder concept en een duidelijke merkidentiteit

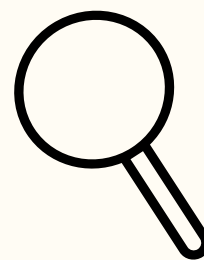
Ten eerste moet je jouw restaurantconcept duidelijk definiëren. Denk bijvoorbeeld aan de stijl van de dienstverlening, de prijzen, het soort eten en de sfeer. Heb je een high-end restaurant, een ongedwongen eetplek, of een foodtruck? Overweeg hoe dan ook om die klanten te bedienen die liever niet in een restaurantomgeving eten. Dit kun je doen door vooraf bereide maaltijden, DIY-kits, bezorgdiensten of afhaalmogelijkheden aan te bieden.

Zelfs als je jouw concept goed denkt te kennen, schrijf je het beter op met zoveel mogelijk details. Met het maken van een moodboard of een basiscollage kun je eveneens efficiënter van start gaan.

Als je een foodtruck hebt met het concept Mexicaanse gerechten, kan jij je onderscheiden van je concurrenten door bijvoorbeeld een mix te voorzien van lokale en Mexicaanse gerechten. Daarnaast kan je ook online bestellingen en voorafbetalingsopties invoeren om de rij tijdens piekmomenten te verkorten.

Vergeet niet om de concurrentie te checken terwijl je jouw concept uitwerkt. **Ga na wat al is geprobeerd en bedenk welke van die concepten het beste werkt, en waarom.** Op die manier ben je in staat om verder te bouwen op iets wat klanten leuk vinden en waarvoor ze willen betalen – en kun je er een eigen draai aan geven. Bekijk ook wat er in je buurt al beschikbaar is en probeer een gat in de markt te vinden. Misschien heb je tijdens je reizen iets gezien dat thuis nog niet bestaat.

Vergeet niet de
concurrentie
te bekijken





Stel een coherente visie en missie op

Samen met je concept heb je een merkidentiteit nodig die werkt. De branding van je restaurant communiceert de persoonlijkheid en identiteit van je restaurant en zou een missie moeten omvatten die je doelstellingen en waarden samenvat. Je branding vergroot de klantentrouw en trekt nieuwe gasten aan die via marketing tot je merk worden aangetrokken.

Branding verhoogt de loyaliteit

Jouw merk zou uit je restaurantconcept moeten voortkomen en zou moeten doordringen in alle aspecten van je eetgelegenheid, van de naam, het logo en de marketing tot de sfeer en het eten. Als je concept bijvoorbeeld gezond en lokaal geproduceerd eten is, dan vermijd je beter een overvolle restaurantinrichting. Daarbij gebruik je best eenvoudige beelden met een natuur insteek op je sociale media, menu's en andere marketingkanalen.

Het is belangrijk dat jouw merk en concept elkaar weerspiegelen en coherent blijven. Deze lijn zou je ook moeten doortrekken naar je online aanwezigheid. Een haute-cuisinerestaurant is beter niet cynisch op sociale media, terwijl een hippe foodtruck mogelijk wegkomt, of zelfs zijn voordeel doet, bij iets meer online attitude. Hetzelfde geldt voor de technische toepassingen die jij in je zaak wil gebruiken, zorg dat ze conform zijn met de verwachtingen van de klanten.

Natuurlijk kunnen luxueuze restaurants ook prima gebruikmaken van digitale tools. Niet alleen de menu's en betaalmogelijkheden kunnen er gedigitaliseerd worden, maar ook de hele logistiek van zowel de bediening als het keukenspersoneel. >

Tijdens de concept- en merkfase zou je ook de centrale gerechten op je menu moeten bedenken. Het beste is om je menu uitgebreid genoeg te maken zonder daarmee kostenineffectief te worden. Misschien kun je bepaalde ingrediënten in meerdere gerechten gebruiken? Overweeg ook of je er geen gezonde opties in wilt opnemen of je daarin zelfs wilt specialiseren. Gezond eten is namelijk al enige tijd een duidelijke trend, en door de pandemie zijn mensen zich nog bewuster geworden van hun gezondheid. Mensen kiezen tegenwoordig voor eten zonder toxines en antibiotica en geven vaker de voorkeur aan vegetarische alternatieven.

Een goede raad is om klanten te intrigeren met nieuwe benaderingen van gerechten die ze graag eten. We zullen verder in de tekst terugkomen op het menu om het ontwerp te bespreken en de manier waarop je het menu voor jou kunt doen werken. Het is belangrijk om eerst te beslissen wat er op je menu komt vooraleer je personeel gaat aanwerven en bepaalde apparaten gaat aanschaffen. Dat is onze volgende stap.

Hospitality-vernieuwer vindt zijn gelijke in Trivec

JO&JOE in het zuidwesten van Frankrijk is een innovatief concept in de hospitalitysector: een open huis dat overnachtingen, geweldig eten, evenementen en seminaries aanbiedt en zich tot iedereen richt, van gezinnen tot surfers en kunstenaars. Dit open en toegankelijk concept is door Accor group uitgedacht, wat zich uit in een mooie tuin, het ruime terras, de klimmuur, de pingpongtafels, de evenwichtskoorden, enzovoort.

Om de gasten zich welkom te laten voelen, moet de dienstverlening top zijn. Tijdens evenementen zoals het wereldkampioenschap Quiksilver Pro, dat door duizenden wordt bijgewoond, is het belangrijk dat het personeel goed georganiseerd is en met de juiste tools werkt.

JO&JOE kozen voor Trivecs kassa's en biepersysteem om de dienstverlening efficiënt en vlot te maken. Elke klant ontvangt een bieper nadat hij besteld heeft, en gaat aan een tafel zitten. Zodra de bestelling klaar is, begint de bieper te trillen. Tijdens het hoogseizoen kan JO&JOE 300 tot 500 mensen per dag bedienen. Duikt er een probleem op met hun kassa's of biepers, dan doen ze een beroep op Trivecs technische ondersteuning die 24/7 beschikbaar is.

2.


**De zakelijke
kant op
punt stellen**

2 ● De zakelijke kant op punt stellen

Maak een businessplan

Een businessplan confronteert je met de realiteit van het uitbaten van een horecazaak nog voor je je eerste klant verwelkomt. In dit stadium neem je je ongrijpbare merk en maak je het concreet met harde feiten en cijfers. Je vertaalt je idee naar een taal die door investeerders wordt begrepen en door dat te doen, zal je beseffen wat je als volgende stap moet doen. Een businessplan onthult ook mogelijke valkuilen en vermindert op die manier je risico's.

Een goed businessplan is goed gestructureerd en gedetailleerd. Het zou het volgende moeten bevatten:

<input checked="" type="checkbox"/> je <u>concept</u>	
<input type="checkbox"/> het aanbod van je zaak (menu en prijszetting)	
<input type="checkbox"/> een marktanalyse	
<input type="checkbox"/> een managementplan (personeelsbezetting en partners)	
<input type="checkbox"/> een marketingstrategie	
<input type="checkbox"/> een gedetailleerde digitale strategie	
<input type="checkbox"/> en financiële informatie	
<input type="checkbox"/> prognoses	

Je dient ook te specificeren hoe je zal omgaan met de uitdagingen die typisch voor horecazaken zijn, alsook hoe je de toekomst ziet. Ten slotte schrijf je een samenvatting bij je businessplan. Dat is het eerste waar potentiële investeerders naar kijken. De samenvatting moet beknopt zijn en de sterktes benadrukken, zonder gebruik te maken van clichés en holle frasen.

Denk aan de financiering

Je businessplan omvat schattingen van je totale opstartkosten en het bedrag dat nodig is om je restaurant elke dag draaiende te houden. Je zou ook een begroting moeten hebben die de inkomsten en uitgaven van het eerste jaar voorspelt, zodat je weet hoeveel geld je nodig hebt om te overleven. Dat

Zorg voor degelijke financiële prognoses

totaal vertegenwoordigt je financieringsbehoeften.

De financiering kan van diverse bronnen komen, zoals je eigen spaargeld, de samenwerking met een of meer partners, investeerders of een banklening. Ongeacht je strategie – zelfs al is het je eigen geld – zorg je ervoor dat je over degelijke financiële prognoses beschikt.

Respecteer de regelgeving, licenties en vergunningen

Iedereen die eten aan het brede publiek serveert of verkoopt, heeft de verantwoordelijkheid om te garanderen dat het voedsel veilig is. Het is belangrijk dat je achterhaalt welke verplichtingen in jouw gebied gelden op het vlak van licenties om voedsel en alcohol te serveren, gezondheidsvoorschriften, brandveiligheid, vergunningen voor terrassen en belastingwetten. Doorgaans dien je rekening te houden met Europese richtlijnen, zoals de Algemene Verordening betreffende de Levensmiddelenwetgeving, alsook nationale wetten en lokale varianten.



Vele aspecten van een horeca-activiteit worden streng gereguleerd en worden aan inspecties onderworpen. Als je niet aan de regelgeving voldoet, riskeer je een boete of wordt je zaak misschien door de overheid gesloten. Je moet ook een veilige omgeving verschaffen waarin je werknemers kunnen werken en je gasten kunnen eten. Check bij je lokale overheid welke regelgeving specifiek van toepassing is op de plaats waar jij je zaak wil vestigen.

Kies de juiste toestellen en technologie

Een ander cruciaal aspect van de bedrijfsvoering voor elke horecaondernemer is om een betrouwbare leverancier van apparatuur en ingrediënten vast te leggen tegen een redelijke prijs. Neem contact op met verschillende groothandelaars in de voedingssector om de beste prijs-kwaliteitsverhouding gezien jouw voor je concept te bekomen.

Vergeet in dit stadium het technologiearsenaal van je restaurant niet. De kaarten zijn grondig door elkaar geschud en wie aan de eisen van de toekomst wil voldoen heeft nieuwe technologie nodig. De consument is sneller geëvolueerd dan de sector. De generaties die met het internet zijn opgegroeid verwachten, bovenop het lekkere eten dat je zult bereiden, ook gemak, een gepersonaliseerde dienstverlening en snelheid. Ze zullen jou zelfs niet vinden als jij niet aan hun voorwaarden voldoet. Besteed jij je reclamebudget aan reclameborden? Dan hebben zij het te druk met naar TripAdvisor te kijken om ze op te merken.

Maar op dit moment zijn het niet alleen de millennials die de sector doen veranderen. Sinds de pandemie hebben we immers allemaal ons gedrag moeten aanpassen. Reden te meer om een technisch platform te kiezen dat jou helpt om je gerechten op meer dan één manier te verkopen. In een continu veranderende wereld is flexibiliteit het codewoord. Het is nu belangrijker dan ooit om meerdere inkomstenbronnen te overwegen, aangezien het waarschijnlijk nog wel even zal duren voordat we weer met elkaar kunnen omgaan zoals voorheen.

Het internet verandert alles

Automatisering en digitalisering helpen je niet alleen met nieuwe manieren van bedrijfsvoering, maar maken je zaak ook meer kostenefficiënt. Niemand weet of en wanneer het concept van social distancing uit ons leven verdwijnt. Met de manier waarop je bestellingen opneemt, afhaalopties aanbiedt of betalingen afrond kun je onnodig fysiek contact vermijden. Maar er zijn ook slimme oplossingen, zoals bestelsystemen, die tegelijkertijd je personeel helpen om efficiënter te werken.





Je kelners kunnen een mobiel toestel gebruiken om de bestellingen van klanten aan te nemen. De bestellingen zijn dan ogenblikkelijk beschikbaar voor het keuken- en barpersoneel via displays, zodat zij het eten en de dranken kunnen beginnen bereiden nog voor de kelner de tafel heeft verlaten. De informatie wordt tegelijkertijd doorgegeven aan het uitchecksysteem en opgenomen in de totale verkoopcijfers voor je kantoor.

Slimme investeringen in digitale systemen zorgen voor een snellere en meer gepersonaliseerde dienstverlening aan klanten en geven je tegelijkertijd de mogelijkheid om je meer op de managementbeslissingen en minder op de routinetaken te concentreren.

Het onestopplatform van Trivec

Een systeem dat een groot deel van je managementtaken automatiseert, komt elke horeca-eigenaar ten goede. Trivec biedt een uitgebreid platform dat al je bedrijfsactiviteiten integreert en stroomlijnt voor een efficiënt beheer. Trivecs systeem verschaft je geautomatiseerde rapporten en kan op jouw specifieke behoeften worden afgestemd door te integreren met je huidige systemen, zoals voor je personeelsplanning, financiën en voorraad.

Wil je op de hoogte blijven van je verkoop en voorraad, en tegelijk je afval verminderen? Check dan Trivecs geautomatiseerde dranksystemen die met je kassasysteem integreren. Overweeg ook een geautomatiseerd flessen-controlesysteem zodat sterke dranken in de juiste hoeveelheden worden geschonken.

3.

Je

restaurant

opbouwen

3

Je restaurant opbouwen

De fysieke en de digitale locatie

De perfecte locatie voor jouw restaurant kiezen komt neer op zichtbaarheid en toegankelijkheid. En hoewel de fysieke locatie belangrijk blijft, hangt het ook heel sterk af van je concept. Verwacht je dat de mensen naar jou komen

of concentreer je je op de bezorging (door jezelf of door een derde), catering of pop-upbars?

Communiceer online met je klanten

Heel belangrijk: denk ook na over je online aanwezigheid. Welke rol zullen het web, sociale media en de online ondernemingen van derden, zoals

Takeaway.com en Google Search, voor jouw restaurant spelen? Besteed daarom flink wat aandacht aan

je digitale strategie en hoe je het internet gaat gebruiken om nieuwe klanten aan te trekken en jezelf in de kijker te zetten. Externe beoordelingssites en sociale media zijn alvast een manier om met je klanten in contact te staan. Apps en online oplossingen helpen je ook om over promo's en gepersonaliseerde aanbiedingen te communiceren.

Je digitale strategie kan je bedrijf maken of kraken. Dit is veelal iets wat je best aan een professional uitbesteedt, want het is een veel te belangrijke stap die je beter niet aan een medewerker overlaat.

Sfeer

Zodra je je fysieke locatie hebt bemachtigd, is het tijd om je inrichting zo te organiseren en je ruimte zo te ontwerpen dat ze voldoet aan de doelstellingen die je in de conceptfase hebt vastgelegd. Idealiter creëer je een systematische flow van de voordeur tot de keuken, zodat de eetervaring van de klant past bij de sfeer van je concept.

Misschien heb je besloten dat de 'onzichtbare keuken' – waarbij de fysieke omgeving wordt vervangen door een digitaal front en je werkt met verschillende bezorgsystemen – de beste optie is voor jouw zaak. Toch moet de uitstraling van je bedrijf nog steeds overeenkomen met je merk, zowel op digitaal als op materieel vlak. Ook is het belangrijk dat je de digitale klantenreis zo vlot en eenvoudig maakt als het maar kan.



Vergeet bovendien de productiezone niet; een slechtgeorganiseerde keuken betekent een ondermaatse dienstverlening. Hier bekijk je hoe technologie je kan helpen om zowel de klantenbeleving als de werklust voor je personeel te stroomlijnen. Moeten de kelners heen en weer gaan naar de tafel of bestaat er een andere oplossing? Onderzoek de mogelijkheden van zelfbediening, biepersystemen en automatisatie.

Menu

Je menu is het ideale instrument om je restaurantmerk te communiceren. De tijd dat je een menu tegen het raam plakte en het daarbij liet, is al lang voorbij. Je zou je menu op zoveel mogelijk plaatsen moeten verspreiden – op sociale media, het internet en de apps van derden. Waar je menu ook staat, bekijk of je het interactief kunt maken. Technologie laat je klanten toe om een tafel te reserveren, vooraf eten te bestellen, meer over allergenen te lezen en zelfs in enkele klikken te betalen.

Wat je ook kunt overwegen, is menu-engineering, een manier om je menu te analyseren en strategisch te ontwerpen zodat de populairste en winstgevende items beter naar voren komen.

Personeelsbezetting

Je doel zou moeten zijn om ervaren personeel aan te werven en een bedrijfscultuur met extralegale voordelen en doorgroeimogelijkheden op te bouwen, zodat het personeelsverloop beperkt blijft. Dat is een uitdaging voor elke restauranteigenaar. Een zinvolle strategie is om te bekijken welke taken kunnen worden geautomatiseerd. Dat bespaart je niet alleen personeelskosten, maar zorgt ook voor gelukkiger werknemers.



Een geïntegreerd systeem dat bestellingen begeleidt tot de backoffice zorgt voor ruimte en potentieel om de klantbeleving tot een hoger niveau te tillen. Daarnaast zal de stress bij het personeel verminderen en de winst verhogen. Wanneer je het werk van je werknemers vergemakkelijkt, is er meer energie over om de klanten warm te onthalen.

Antwerp Boulevard voegt meer Trivec-functies toe naarmate het groeit

Antwerp Boulevard is een Belgisch restaurantbedrijf geleid door Peter De Clerck. Het bedrijf breidt al decennia uit en gebruikt Trivecs geautomatiseerde kassasysteem al meer dan 15 jaar. Aangezien Peter tevreden was over het geld en de tijd die hij had uitgespaard, voegde hij al snel Trivecs geautomatiseerde drankensysteem toe, dat perfect is om de doseringen van wijn en sterke dranken te controleren. Bovendien krijgt hij dagelijkse transactierapporten, zelfs over de koffiemachines.

” *Ik begrijp dat je als beginnend bedrijf niet altijd onmiddellijk het budget hebt. Dan raad ik aan om een basismodel van Trivec aan te kopen, zodat je later kunt uitbreiden. Het maakt je werk veel gemakkelijker en je verdient je geld terug.*

- Peter De Clerck

Nu overweegt hij geautomatiseerde kiosken voor bestellingen en een virtueel voorraadsysteem.

4.

**De reis
leiden**

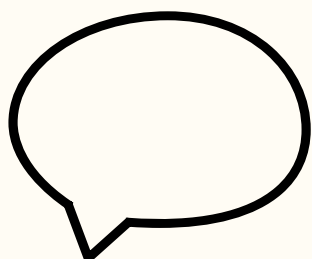
4 ● De reis leiden

Zo draag je meerdere hoeden

Een restaurant uitbaten omvat het regelen van de financiën, de voorraad, marketing, public relations, personeelsrelaties, klantentevredenheid en zoveel meer. Daarenboven moet je gefocust en enthousiast blijven over het eten en de sfeer van je eetgelegenheid. **Laten we eerlijk zijn, als je een restaurant beheert, moet je wel delegeren en openstaan voor nieuwe ideeën.** Ongeacht het type horecazaak dat je uitbaat, zal je flexibel moeten zijn.

Je dient op de hoogte te blijven van wijzigende trends en eisen van klanten. Lokaal geproduceerde en gezonde opties kunnen niet langer genegeerd worden. Maar wat wordt cruciaal in de toekomst? De enige manier om dat te weten, is door te luisteren naar zowel bestaande als potentiële klanten.

Volg de reacties op sociale media en de beoordelingen op apps van derden op. Steek je kop niet in het zand en denk niet dat je een slechte beoordeling kunt negeren. Juist het tegendeel, overweeg slimme investeringen in digitale en geautomatiseerde systemen die je toelaten om je meer op de managementbeslissingen te concentreren en minder op de routinetaken. Zoek naar de beste technologische hulp die op de markt te verkrijgen is. Evalueer je huidige systemen voor bestellingen, personeelsbezetting, planning, voorraad en boekhouding, en ga na of een volledig geïntegreerd systeem iets voor jou is.



**Luister naar
zowel bestaande
als potentiële
klanten**

Blijf in trek

Geweldig eten en een geweldige dienstverlening zorgen ervoor dat je in trek blijft. Maar mensen moeten je ook blijven opmerken en je zou nieuwe klanten moeten bereiken. Hier speelt marketing een rol. Je kunt advertenties publiceren, maar eenmaal je een klantenbestand hebt, verdient het behoud van je reputatie meer aandacht. Ook al hebben websites terrein moeten prijsgeven aan sociale media en de apps van derden, maak je onlineaanwezigheid toch aantrekkelijk, gebruiksvriendelijk en klantgericht.

Mond-tot-mondreclame, de koning van de marketing, is gratis en doeltreffend. En vandaag gebeurt mond-tot-mondreclame online, via netwerken op sociale media. Gebruik sociale media daarom alleen als je van plan bent om ze op te volgen. Een Facebook-account waar je de reacties en vragen van klanten negeert, voornamelijk omdat je geen tijd hebt, is erger dan helemaal niet op sociale media zitten. Zelfs al verwijder je je eigen socialemedia-accounts, de restaurantapps van derden vertegenwoordigen elk jaar miljoenen bezoekers en hun bezoekers zijn jouw klanten.

Je moet aan heel wat dingen denken voor je je eerste horecazaak opent. Het belangrijkste is dat je niet overhaast te werk gaat. Neem even afstand van je oorspronkelijke droom en kijk naar de realiteit. Hoe past jouw restaurant daarin? Hoe vind je het gat in de markt?



Hou contact!

Bij Trivec beschikken we over een jarenlange ervaring met elke mogelijke vorm van restaurant, van ongedwongen tot haute cuisine, van grote internationale ketens tot lokale eetgelegenheden gerund door families. Denk eraan, we zijn er om jou te helpen!

Vorig jaar hebben we meer dan 500 nieuwe klanten verwelkomd en hebben we hen geholpen om zowel grote als kleine restaurantgerelateerde problemen op te lossen. Laat ons weten hoe wij jou kunnen helpen om je nieuwe onderneming te doen slagen.

We kijken ernaar uit meer van jou te horen!

Je kunt ons bereiken via:

info@trivec.be

014 42 32 37

Vraag een demo aan

Bedankt!

 **trivec**