

Tân di dân học trực tuyến

Kinh doanh và quản lý cửa hàng





【 Mục Lục 】

• Muốn chi bao nhiêu tiền để khởi nghiệp	2
• Sử dụng tiền vốn như thế nào	4
• Cơ cấu chi phí cho cửa hàng thực tế	7
• Sản phẩm của em bán cho ai	9
• Biên lợi nhuận của sản phẩm	11
• Quyết định địa điểm	13
• Định mức giá như thế nào	15
• Quảng cáo lề đường và quảng cáo online	17
• Khuyến mãi có điều kiện	19
• Thiết lập mức tiêu thụ thấp nhất cho khách hàng	21
• Thiết kế thực đơn và phương pháp bài binh bố trận	23
• Định hướng sản phẩm hay định hướng khách hàng	25
• Lựa chọn nhà cung cấp	27
• Quản lý hàng tồn kho	29
• Quản lý khách hàng	32
• Phân tích báo cáo kết quả kinh doanh	35





Muốn chi bao nhiêu tiền để khởi nghiệp

- Hoàn cảnh và kinh nghiệm của những người muốn khởi nghiệp đều không giống nhau Có thể nắm bắt mối quan hệ và nguồn lực cũng khác nhau Ngoài việc lựa chọn lĩnh vực phù hợp để có thể phát huy ra Điều quan trọng nhất là phải hiểu rõ chúng ta có thể gánh vác được bao nhiêu rủi ro? Có thể đầu tư bao nhiêu tiền vào đó?



- Số tiền cần chuẩn bị để mở cửa hàng

1. Nhượng quyền 3 triệu tệ

Cửa hàng nhượng quyền được hưởng hiệu ứng thương hiệu có sẵn do người khác xây dựng

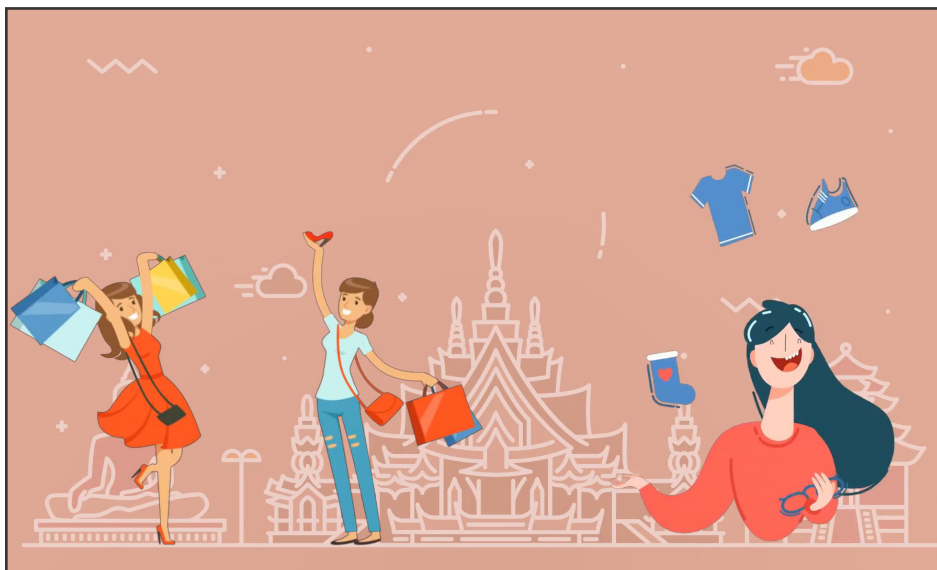
2. Tự tạo thương hiệu 1,5 triệu tệ

Tự tạo thương hiệu phải làm tất cả mọi việc như sản phẩm, định vị, giá bán v.v





- ▶ Nguyên tắc đánh giá việc nhượng quyền hoặc tự tạo thương hiệu Có lợi cho em chứ không phải giá tiền
- ▶ Nếu lựa chọn nhượng quyền tuyệt đối không được vì không đủ vốn mà dựa vào giá cả để đánh giá dẫn đến lựa chọn sai lầm như vậy thì thật sự lợi bất cập hại





Sử dụng tiền vốn như thế nào

- ▶ Tiền vốn mở cửa hàng tiết kiệm được gì thì phải tiết kiệm vì thế không nên lý tưởng hóa việc khởi nghiệp chúng ta cần khống chế tốt khoản tiền vốn tiền phải chi tiêu một cách cẩn thận có gì tiết kiệm được nhất định phải tiết kiệm
- ▶ Cố gắng hạ thấp tiền vốn
Vì thế đề xuất của Benson là tiền vốn ở giai đoạn đầu khi mở cửa hàng có thể giảm được bao nhiêu thì càng tốt bấy nhiêu đợi đến khi bạn làm thành công rồi tiến hành đổi mới thiết bị và trang trí cũng không muộn
- ▶ Vốn lưu động bao gồm tiền đặt cọc và chi phí của 3 tháng
Nếu trong lúc này vốn lưu động của chúng ta không đủ thì tất cả những nỗ lực và tâm huyết trước đó đều có thể đổ sông đổ bể Trong đại dịch lần này chúng ta có thể mất trắng thậm chí là phải đóng cửa hàng nếu không có vốn lưu động





- Thiết bị đã qua sử dụng, cửa hàng chuyển nhượng có thể giảm chi phí ban đầu

Hiện nay trên Facebook có rất nhiều nhóm liên quan đến cửa hàng Có bán thiết bị cũ đồ gia dụng cũ chuyển nhượng cửa hàng v.v Những thứ cần thiết trong cửa hàng như bàn ghế, sofa, thậm chí cả đèn trang trí đều có thể tìm được trong các nhóm này

- Cửa hàng chuyển nhượng cần chú ý có thể tham khảo thông tin và hợp đồng thuê

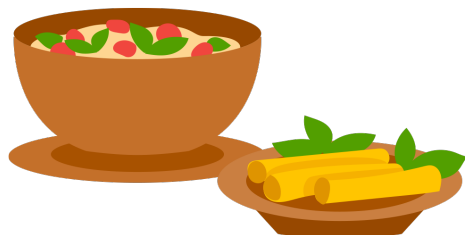
1. Thứ nhất nếu em muốn tìm cửa hàng chuyển nhượng có liên





quan đến cửa hàng của em thì có thể hỏi doanh thu của cửa hàng này để tham khảo

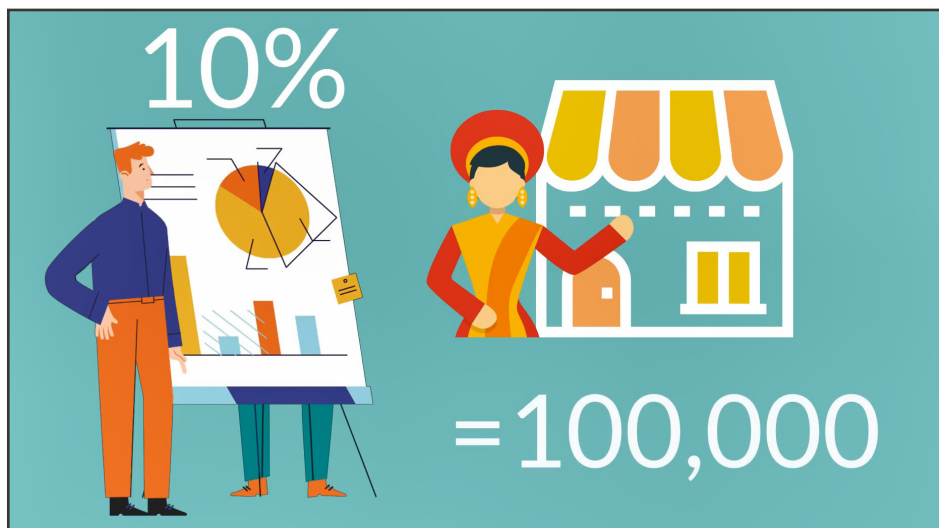
- Đó là hợp đồng còn bao lâu Chủ thuê khi ký hợp đồng có ý định cho thuê tiếp không hay muốn tăng giá cho thuê





Cơ cấu chi phí cho cửa hàng thực tế

- ▶ Tiền thuê cửa hàng khổng lồ chế trong vòng 1/10
bởi vì mục tiêu lợi nhuận của chúng ta ít nhất cần đạt được 15-20%
Trong khi đó chi phí nhân sự khó có thể thấp hơn 20% nguyên vật liệu
thông thường nằm trong vòng 25-35% các chi phí khác cũng chiếm
tối thiểu khoảng 15% Tổng cộng các khoản chi phí chúng ta chỉ còn lại
10% để sử dụng vào việc chi trả tiền thuê cửa hàng



- ▶ Bốn bước đánh giá doanh thu của cửa hàng mới mở
 1. Xác định hình thức mở cửa hàng
Theo hình thức mua mang đi hay ăn tại cửa hàng Nhóm khách hàng của hai hình thức này mặc dù có sự trùng lặp nhưng định hướng và số lượng khách không giống nhau tạo ra doanh thu cũng khác nhau
 2. Giá của sản phẩm là bao nhiêu
Những sản phẩm tương đồng ở khu vực này có giống như sản





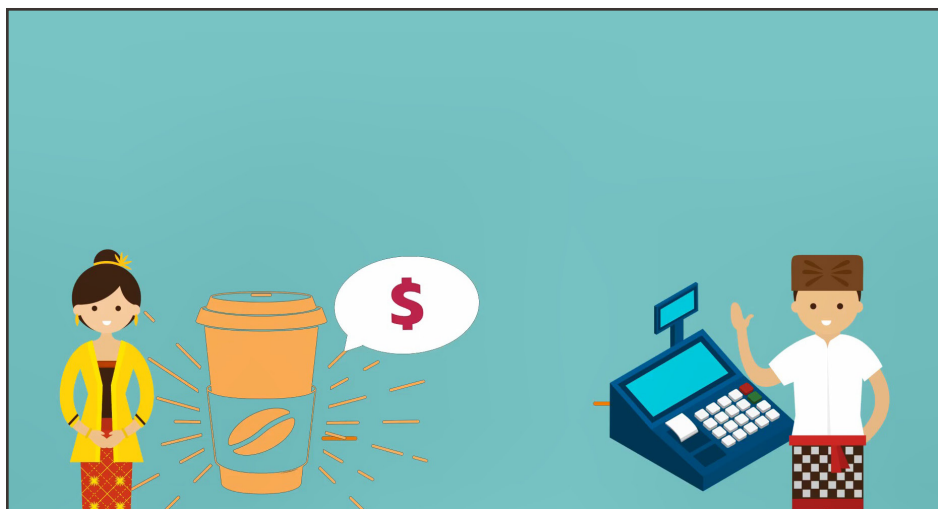
phẩm chúng ta bán không Nếu sản phẩm mà em bán đắt hơn thì nó có khác biệt gì không Và những giá trị được tạo ra từ sự khác biệt này có thể được khách hàng tiếp nhận ở khu vực này không?

3. Khách hàng chính là ai

Hay ai sẽ là người đến mua sản phẩm của em? Nhóm khách nào thường xuất hiện ở khu vực này? Là học sinh, nhân viên văn phòng hay người đến đây đi dạo phố?

4. Doanh thu của đối thủ cạnh tranh

Tại vị trí dự kiến mở cửa hàng của em vẽ một tâm tròn đi bộ trong khoảng 5 phút Khi đường đi đã tạo thành một vòng tròn thì tìm hiểu xem xung quanh vòng tròn này có mấy cửa hàng bán sản phẩm tương tự và chúng ta sẽ đi quan sát doanh thu của họ là bao nhiêu Thứ nhất là tìm hiểu giá trung bình của họ và mỗi khách hàng trung bình tiêu thụ bao nhiêu tiền?





Sản phẩm của em bán cho ai

► Các bước bán hàng

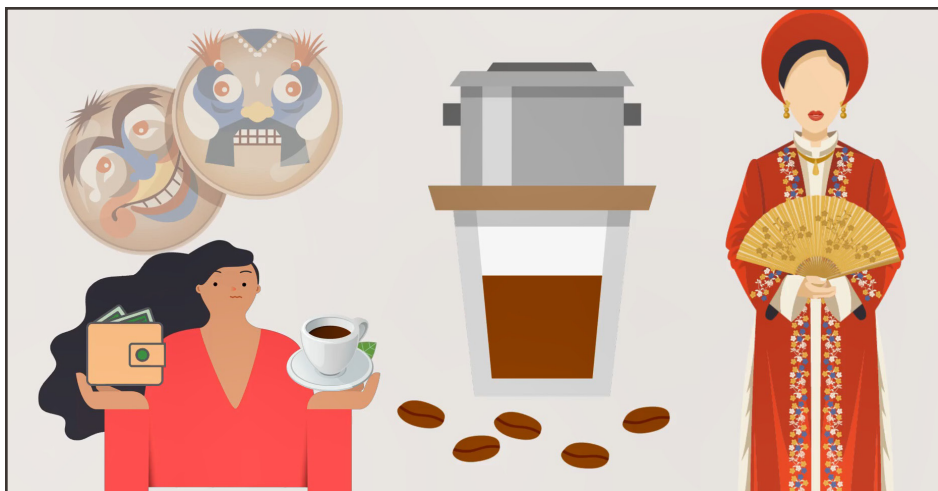
1. Xác nhận khách hàng chính là ai

Khách hàng chính là những người mua sản phẩm của em Ví dụ như hôm nay em đã quyết định sẽ bán sản phẩm gì Vậy em nhất định cần tìm hiểu sẽ có những đối tượng nào có những khách hàng nào sẽ mua sản phẩm của em

2. Tìm ra thói quen và những điểm mà họ chú trọng

Với những người mua do nhu cầu thuần túy họ thuộc nhóm khách hàng thực dụng Họ biết họ muốn mua gì tính chỉ định cũng tương đối rõ ràng Phạm vi hoạt động của họ ở gần em nên dễ trở thành nhóm khách hàng quen của em

Đối với khách hàng mua theo tính phù phiếm lý do mua hàng ngoài vì sản phẩm ra quan trọng nhất là em có những nét đặc sắc mà người khác không có



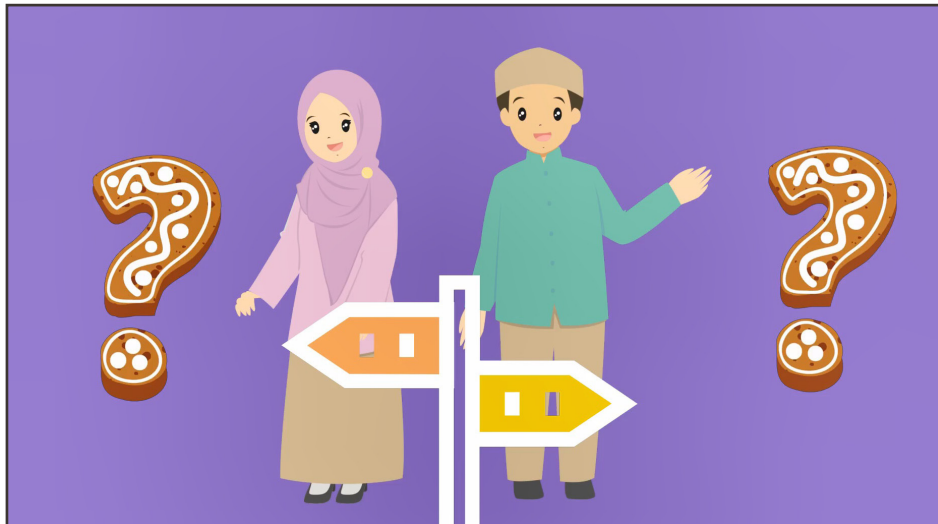


3. Thỏa mãn nhu cầu của nhóm khách chính

Cho dù là khách hàng mua với nhu cầu thuần túy hay khách hàng đến vì sự phù phiếm Hiểu được suy nghĩ của họ để định hướng về giá thành, mùi vị hay sự tiện lợi từ đó thỏa mãn cảm xúc của họ Như vậy là có thể nắm bắt được khách hàng và có thể thành công giao dịch Khách hàng cũng sẽ cảm thấy hài lòng

4. Tạo nên sự có lợi cho cả hai bên

Thông thường khách hàng sẽ có một mục đích hoặc mục tiêu Nếu em có thể thỏa mãn mục đích hoặc mục tiêu này của họ thì giao dịch sẽ thành công khách hàng cũng cảm thấy hài long Đây chính là tư duy hai bên cùng có lợi





Biên lợi nhuận của sản phẩm

► Nguyên tắc thiết lập biên lợi nhuận gộp

1. Định vị cửa hàng một cách rõ ràng

Do sự thể hiện về diện mạo cửa hàng có quan hệ mật thiết với biên lợi nhuận gộp của sản phẩm Biên lợi nhuận gộp giống như một đòn bẩy nó có thể đẩy em lên cao cũng có thể đẩy em xuống thấp Kiến thức này chính là ở chỗ em cần định vị như nào để xây dựng nhóm khách hàng của em- Understand the main customers' needs

2. Tìm hiểu nhu cầu của nhóm khách hàng chính

Thời gian mà chúng ta mua bữa sáng hàng ngày lúc này chúng ta đều đang rất vội vì thế chúng ta sẽ không quan tâm quá nhiều đến chất lượng của đồ ăn sáng Thay vào đó còn hy vọng chỉ cần dùng một khoản tiền nhỏ là có thể ăn no được Đến buổi trưa thời gian dùng bữa của chúng ta sẽ nhiều hơn một chút Khi chúng ta ra ngoài tìm nhà hàng ngoài hy vọng có thể tìm được cửa hàng có giá cả phù hợp ra cũng hy vọng có thể tìm một nơi chất lượng một chút thậm chí có thể ăn ở một nhà hàng tinh tế một chút





Đến buổi tối hoặc ngày nghỉ thúng ta đi ăn cùng người nhà hẹn hò cùng bạn bè hoặc đàm phán làm ăn với một số khách hàng quan trọng Lúc này chúng ta đều mong muốn tìm chỗ có dịch vụ tốt hoặc những nơi có bầu không khí thoải mái

Đều là ăn cơm nhưng nhu cầu của 3 bữa ăn đều không giống nhau Tiết kiệm tiền cho bữa sáng, buổi trưa Ji, thưởng thức bữa tối

3. Có bao nhiêu vốn để vận dụng

Có bao nhiêu vốn? Có thể thuê cửa hàng rộng bao nhiêu? Có thể thỏa mãn nhu cầu của bao nhiêu khách hàng? Đó là nhu cầu về kinh tế thể hiện qua giá cả hay thỏa mãn nhu cầu về giác quan của họ Nhu cầu không giống nhau chi phí mà chúng ta đầu tư vào sẽ không giống nhau

- Biên lợi nhuận gộp không giống nhau đối ứng với nhóm khách hàng khác nhau
- Nhân tố quyết định để thiết lập biên lợi nhuận gộp là làm thỏa mãn nhu cầu của nhóm khách hàng chính





Quyết định địa điểm

- ▶ Địa điểm là mấu chốt thành bại của ngành bán lẻ
Khi mới bắt đầu chúng ta sẽ lựa chọn địa điểm tốt biết đâu sẽ có cơ hội thành công Nhưng thông thường thất bại sẽ càng nhanh hơn bởi vì những đánh giá tốt được khách truyền tai nhanh còn đánh giá không tốt sẽ được truyền tai nhanh hơn nữa
Lần đầu mở cửa hàng chúng ta sẽ không có hiệu ứng thương hiệu và nguồn lực Cho nên nhất định phải tìm địa điểm phù hợp nhất với chúng ta
- ▶ Năng lực quản lý kinh doanh chính là điều quan trọng nhất để tiếp tục thu lợi nhuận
Vì thế để cửa hàng có thể tiếp tục sinh lợi nhuận Ngoài sản phẩm ra điều quan trọng nhất đó là năng lực quản lý của bản thân Nhưng năng lực này không phải chúng ta sinh ra đã có ngoại trừ trước đây chúng ta đã từng có kinh nghiệm hoặc có được kiến thức do đi học lại





► **Tìm địa điểm phù hợp nhất qua địa điểm và nhu cầu**

Con ngõ vắng cạnh trường học những dãy hàng lang dưới mái vòm gần khu làm việc các khu vực gần công viên các con đường gần khu cộng đồng thậm chí là những địa điểm xung quanh rạp chiếu phim Em đều có thể nghĩ theo cách này để tìm ra địa điểm phù hợp với những sản phẩm mà em muốn bán





Định mức giá như thế nào

► 4 giai đoạn định mức giá

Thông thường mà nói để định mức giá cho một cửa hàng Nếu không suy xét về hiệu ứng thương hiệu hoặc thực ra là không có hiệu ứng thương hiệu Thì điều chúng ta cần suy xét đến chính là thói quen tiêu thụ của nhóm khách hàng tại khu vực này

Việc bán cùng một sản phẩm với mức giá cuối cùng thường trải qua 4 giai đoạn

1. Quyết định bán cho ai
2. Thiết lập biên lợi nhuận gộp
3. Xác định địa điểm
4. Định giá

► Mức giá cao là mức mong muốn khách hàng tiêu thụ nhất

Các sản phẩm có mức giá cao mang một ý nghĩa quan trọng Đó chính là số tiền mà trong thâm tâm chúng ta mong muốn khách hàng tiêu thụ nhất Phạm vi mức giá từ 200 – 300 tệ Vì thế em cần làm cho họ có cảm giác mua sản phẩm này thật sự rất đáng giá





- ▶ **Mức giá trung bình là sản phẩm chính**
là sản phẩm mà chúng ta muốn bán nhất cũng là món chính để bán nhất Phạm vi giá đặt ở mức giá này là từ 100 đến 200 tệ Đó là mức giá này ngoài có thể làm cho nhóm sinh viên có thể chấp nhận đồng thời cũng làm cho dân văn phòng rút tiền tiêu thụ
- ▶ **Mức giá thấp là sản phẩm mua thêm có ưu đãi**
Chúng ta sẽ xem là những sản phẩm khách sẽ bỏ tiền ra mua kèm Có nghĩa là sau khi khách mua xong mặt hàng chính phát hiện mua kèm một số sản phẩm sẽ có ưu đãi hoặc họ cảm thấy giá không cao nên muốn mua thêm Ví dụ như các loại đồ uống trong cửa hàng ăn Mức giá của những sản phẩm này anh khuyên nên để ở mức dưới 100 tệ





Quảng cáo lễ đường và quảng cáo online

► Cửa hàng thực tế cần được xem như kinh doanh thương hiệu

Một cửa hàng thực tế em có thể xem như mở cửa hàng cũng có thể xem như việc kinh doanh thương hiệu. Nếu em dùng tư duy mở cửa hàng thì người ở đầu đường cuối ngõ đều là khách của em. Còn khi em đã là một thương hiệu thì những người thích em trên toàn Đài Loan đều có cơ hội trở thành khách hàng của em.

► Dùng người, việc và đồ vật để ghi chép lại tạo thành kết cấu trang Fanpage

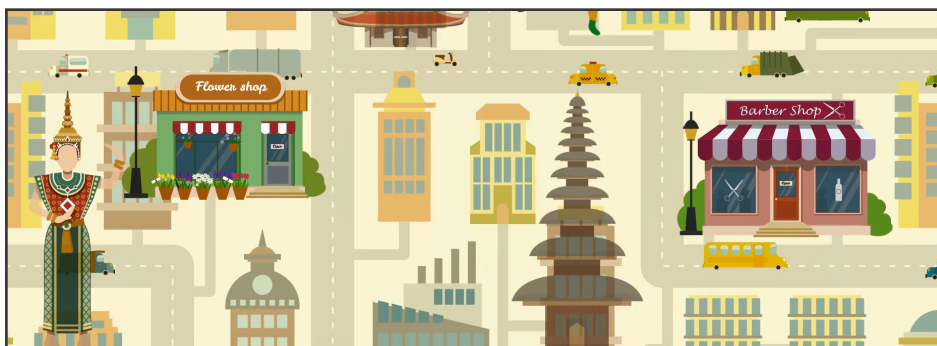
Vậy dùng người, việc và đồ vật để lập kết cấu chủ thể cho trang Fanpage. Ngoài sản phẩm ra cũng để cho khách hàng làm quen với em với nhân viên của em với câu chuyện của em và với tâm tình của em. Lâu dần em có thể phát hiện ra những người có cùng câu chuyện với em khi có cùng một tâm trạng họ sẽ tương tác với em ở trên này.





1. Thứ nhất đó là dùng người để ghi hình Dùng những phương thức này làm cho cửa hàng của em trở nên ấm áp tình người hơn Cũng để làm cho cửa hàng trở nên sinh động giống như một người hàng ngày đều có những cảm xúc hỷ nộ ái ố
2. Thứ hai đó là dùng việc để ghi lại Loại nhật ký này sẽ càng có hương vị của cửa hàng hơn so với cách dùng người để ghi hình Bởi vì nó rất chủ quan cũng có thể làm cho cửa hàng càng thêm ấm áp
3. Thứ 3 đó là dùng đồ vật để ghi lại Dùng đồ vật có nghĩa là dùng sản phẩm của em Hôm nay em sẽ có sản phẩm gì mới hoặc sẽ cho ra mắt món ăn gì mới hay sẽ có hoạt động đặc biệt nào Tất cả đều có thể đăng lên trên này

- Quảng cáo trong cửa hàng giúp khách biết rõ sản phẩm và mức giá Liên quan đến quảng cáo trong cửa hàng Đơn giản nhất chúng ta có thể tham khảo 7-Eleven Chỉ có sự khác biệt họ là siêu thị nhỏ cái gì cũng có thể quảng cáo còn cửa hàng của em chỉ cần làm cho khách hàng biết rõ em bán sản phẩm gì Thậm chí chỉ cần mức giá thôi là đủ rồi Ngoài ra còn có nội dung những hoạt động gần đây của em





Khuyến mãi có điều kiện

- ▶ Chương trình khuyến mãi rõ ràng làm cho khách không thể rời xa
Mục tiêu rõ ràng có nghĩa là đạt được những mục tiêu như: Muốn nâng cao doanh thu của tại khoảng thời gian nào đó Muốn nâng cao doanh thu của một lần tiêu thụ Muốn nâng cao doanh số bán một loại sản phẩm nào đó
- ▶ Khuyến mại một cách mù quáng làm cho khách rời xa
Chứ không phải là mục tiêu sơ bộ như tôi muốn nâng cao doanh thu Bởi vì nếu mục tiêu không rõ ràng chúng ta sẽ không thể đưa ra những phương thức có hiệu quả trong việc tăng doanh thu Cũng không có cách biết được trong khoảng thời gian nào cửa hàng cần doanh thu nhất Kết quả cuối cùng của việc khuyến mãi mù quáng là làm cho khách hàng mất lòng tin vào mình và tạo ra những tác dụng ngược lại





- ▶ Vận dụng nguồn tài nguyên một cách chính xác để làm khuyến mãi
Khuyến mãi chắc chắn không phải là chúng ta chỉ cần giảm giá là có thể kéo doanh thu tăng lên và rồi có thể kê cao gối ngủ ngon Anh từng nghe qua làm như thế không những không kéo được doanh thu tăng cao ngược lại còn giảm đi
Làm thế nào để vận dụng nhân lực và nguồn tài nguyên của nhà cung cấp Cái này nhất định phải được tính toán kỹ càng





Thiết lập mức tiêu thụ thấp nhất cho khách hàng

► Phương thức định mức tiêu thụ thấp nhất

1. Chọn bất kỳ một cốc nước giải khát nào

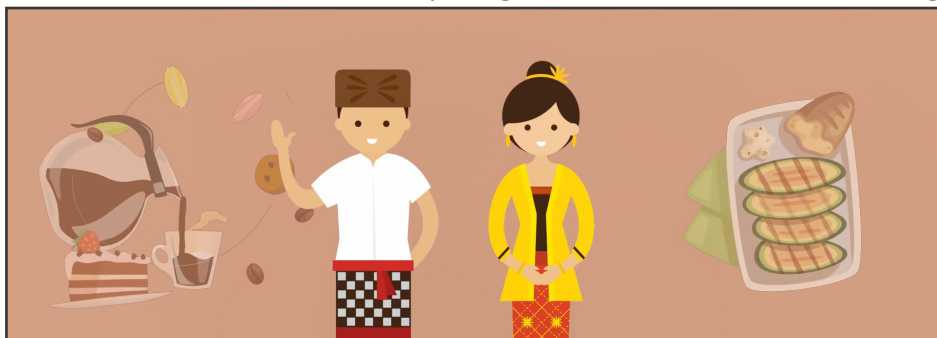
Đối tượng của hình thức kinh doanh này chúng ta có thể nhắm vào nhóm khách hàng trẻ Vì vậy địa điểm cũng là một trong những điều quan trọng mà chúng ta cần xem xét- At least one main course

2. Chọn bất kỳ một món chính nào

Vì thế phương thức mức tiêu thụ thấp nhất này cũng coi như là lời tuyên bố với khách tôi bán cho bạn là món ăn đặc sắc Mức tiêu thụ thấp nhất của mô hình này cũng gần như là số tiền tiêu thụ rồi Vì thế giá của món chính cần được thiết lập vô cùng hợp lý để làm sao cho khách cảm thấy không quá đắt đỏ chính là chỗ mà em cần thiết kế

3. Chỉ qui định số tiền tiêu thụ thấp nhất

Với phương thức này dòng sản phẩm của chúng ta phải rất đầy đủ Cần có món chính, các loại mỳ thậm chí còn có cả trà chiều các loại đồ ăn nhẹ như bánh xốp nướng, bánh sandwich để thu hút nhiều tầng lớp khách hàng Như cả gia đình có người lớn và trẻ em các đôi tình nhân, học sinh, dân văn phòng v.v Tất cả các nhóm khách hàng





này chúng ta đều cần

Với mô hình kinh doanh này em có thể lấy món ăn làm cốt lõi cũng có thể lấy sự đa dạng về sản phẩm làm cốt lõi Thông thường mức độ hài lòng của khách hàng cũng cao

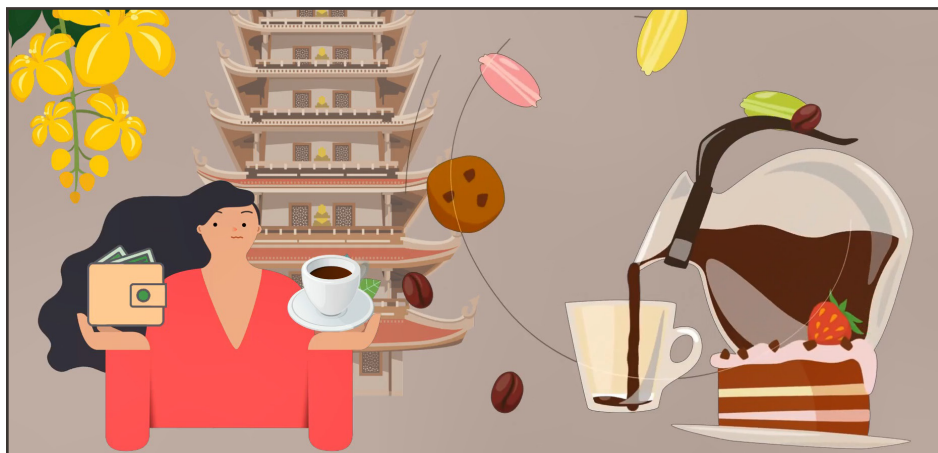
4. Không qui định mức tiêu thụ thấp nhất

Đối với hình thức kinh doanh này thì việc định vị thị trường của chúng ta cần rất rõ ràng

► Sản phẩm + Tài nguyên + Chiến lược = Mức tiêu thụ thấp

Mô hình kinh doanh chính là sản phẩm của em cộng với vốn trong đó có người, địa điểm và không gian Cuối cùng cần thêm chiến lược của em chiến lược chính là phản ánh mức tiêu thụ thấp nhất

Những điểm này chỉ cần phù hợp thì em đã làm cho khách biết cốt lõi của em ở đâu nét đặc sắc của em là gì Sau đó những khách hàng mà em tích lũy theo thời gian sẽ dần tiêu dùng vì nét đặc sắc này





Thiết kế thực đơn và phương pháp bài binh bố trận

► Để có thể thu lợi nhuận lâu dài cần dựa vào câu chuyện của bạn
Đằng sau sự thành công của một công ty đều có một câu chuyện cho dù là họ bán thứ gì Mặc dù nói lợi nhuận là của công ty nhưng điều quan trọng nhất để có thể phát triển lâu dài thì cần dựa vào những câu chuyện này

► Ba yếu tố bài binh bố trận

1. Chủ đề của chúng ta là gì

Một thực đơn hoàn chỉnh trước hết cần làm cho khách biết nét đặc sắc của chúng ta Giống như McDonald's bán hàng theo phong cách Mỹ, nhanh chóng và tiện lợi Còn Thai Town Cuisine thì bán cho khách những món ăn chính thống của Thái Chun Shui Tang thì bán cho khách các món ăn nhẹ chính thống của Đài Loan





2. Làm thế nào để tối đa hóa mức tiêu thụ của khách hàng

Cửa hàng thực tế có rất nhiều chi phí mà chúng ta không thể tiết kiệm được. Vậy phải làm thế nào để có thể phát huy tối đa số vốn của chúng ta? Có nhiều lúc không nhất thiết phải bỏ ra bao nhiêu tiền mới có thể đạt được hiệu quả- How to make customers return for next purchase

3. Làm thế nào để khách hàng quay lại tiêu thụ

Nghiên cứu về hành vi tiêu thụ của khách hàng cho thấy có đến 80% số khách hàng đến cửa hàng rồi mới quyết định mua thứ gì. Cho thấy cửa hàng bán theo chủ đề gì là nguyên tố đầu tiên thu hút khách đến. Sau khi khách đã vào đến cửa hàng mới là cơ hội tốt nhất để cho bạn thể hiện khả năng của mình.





Định hướng sản phẩm hay định hướng khách hàng

► Phương thức kinh doanh định hướng sản phẩm

1. Đủ độ nhạy bén về thị trường

Dùng sản phẩm để định hướng phương thức kinh doanh thì em cần có đủ độ nhạy cảm đối với thị trường. Nếu không chúng ta sẽ rất dễ đặt sự chú ý lên sản phẩm mà không để ý đến nhu cầu thật sự của khách hàng.

2. Kiểm tra hồ sơ bán hàng định kỳ Tìm hiểu sở thích của khách và mức độ tiếp nhận trên thị trường

Chúng ta nhất định cần định kỳ kiểm tra báo cáo bán hàng cũng chính là hồ sơ bán hàng trong máy Pose của em Em cần biết loại sản phẩm nào được khách hàng yêu thích nhất loại sản phẩm nào tương đối khó bán Việc điều chỉnh này mang tính liên tục đặc biệt là khi mới khởi nghiệp Thông thường một quý phải kiểm tra và điều chỉnh 1 lần thậm chí có thể rút ngắn thời gian lại





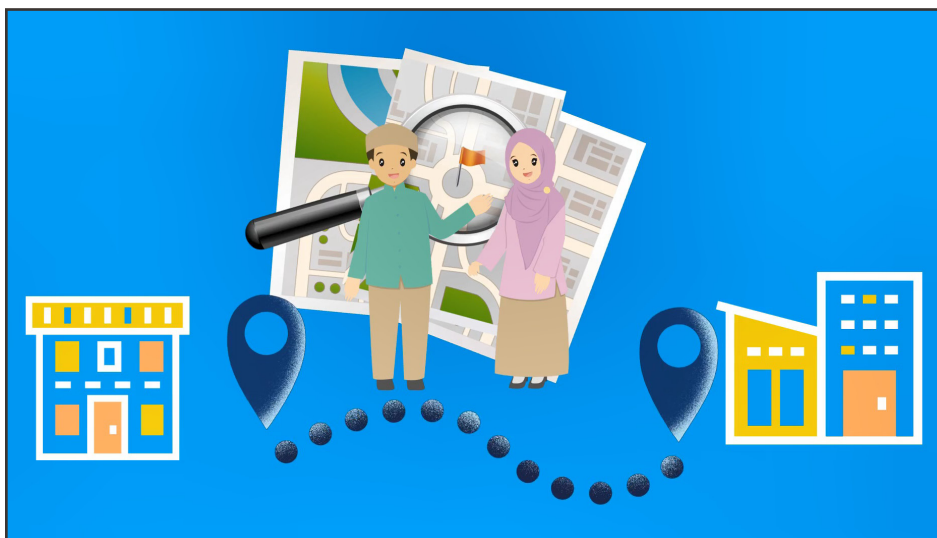
► Phương thức kinh doanh định hướng khách hàng

1. Có đủ dữ liệu phân tích và phán đoán nhu cầu của khách hàng

Dùng nhu cầu của khách để tìm địa điểm cần có đủ dữ liệu Giống như độ tuổi của khách hàng số tiền bình quân tiêu thụ của họ thời gian đến sử dụng dịch vụ và sản phẩm mà họ thích Những dữ liệu này đều được tích lũy qua nhiều năm kinh doanh của các chuỗi cửa hàng lớn Qua đó có thể giúp họ tìm được những nơi có nhiều khách hàng cần đến họ để giúp cho các chi nhánh đều có thể tiếp tục thu lợi

2. Quan sát đặc tính khách hàng khu vực

Trước hết em có thể thu hẹp phạm vi bắt đầu từ những khu vực quen thuộc Ví dụ như nơi em sinh sống hay nơi em làm việc hoặc nơi mà em hay đến





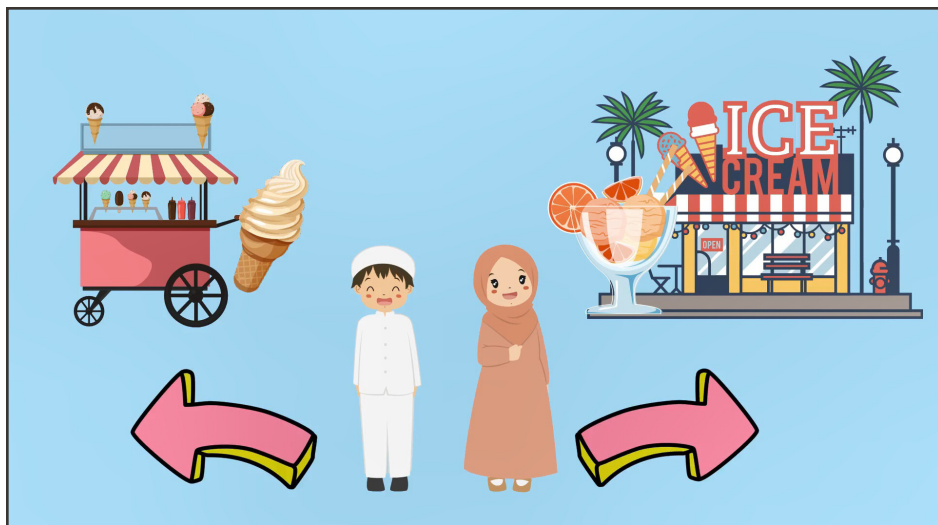
Lựa chọn nhà cung cấp

► Nguyên tắc lựa chọn nhà cung cấp

Chất lượng của nguyên vật liệu quyết định trên 70% hương vị của món ăn. Quy cách của nguyên vật liệu cũng quyết định mỹ quan của thành phẩm. Nguyên vật liệu tốt chắc chắn sẽ làm cho món ăn của em đã đẹp lại còn đẹp thêm.

1. Các loại nước giải khát cần uống thử trước

Trước khi mở hàng em có thể yêu cầu họ cho em mẫu hoặc đến thẳng cửa hàng của nhà cung cấp đề nghị họ làm cho em thưởng thức trước hương vị. Dựa vào hạt cà phê mà nói nếu em không muốn tự sấy. Cùng một loại hạt cà phê em có thể tận dụng độ mịn của bột mì và thời gian chiết xuất để điều chỉnh hương vị.



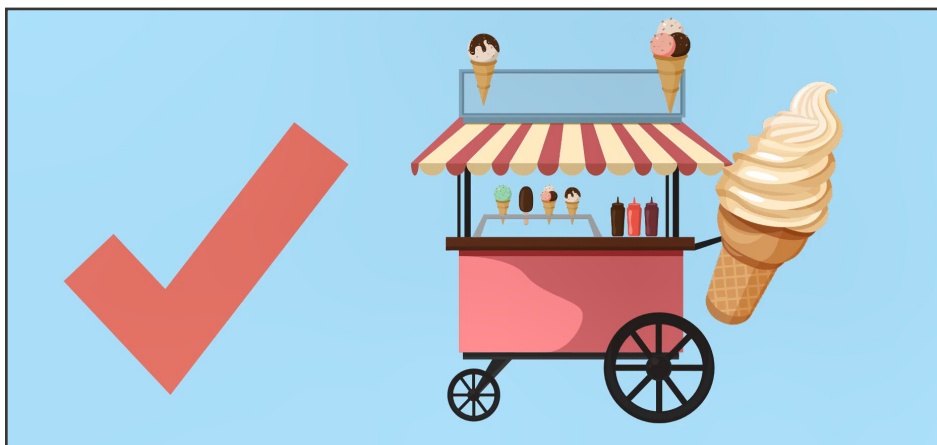


2. Tổng đại lý mặt hàng khô hoặc nhà cung cấp nhiều loại hàng đều có ưu và khuyết điểm

Các nhà sản xuất hàng khô trong nước có thể cung cấp nhiều loại Ví dụ như đồ đóng hộp, bột gia vị nước sốt, các loại ngũ cốc Hoặc ngay cả những thực phẩm cần đông lạnh như phô mai Tuy nhiên các nhà cung cấp có thể bán càng nhiều mặt hàng cho bạn thì thông thường giá của họ sẽ đặt hơn một chút Nguyên nhân thứ nhất là vì có thể họ không phải tổng đại lý Nguyên nhân thứ hai là bạn chỉ cần gọi một cuộc điện thoại là có thể giải quyết Điều này giúp bạn tránh được những phiền phức trong việc thu thập thông tin các nhà cung cấp

3. Các loại hàng ướt cần đảm bảo tiếp tục cung cấp đồ tươi mới

Nhu cầu đơn giản nhất về rau củ quả đó là tươi mới Điều thứ nhất cần chú ý là nhà cung cấp có thể tiếp tục bán các loại hàng tươi mới không





Quản lý hàng tồn kho

► 6 phương hướng chính quản lý hàng tồn kho và tiếp liệu

1. Khu vực hàng tồn kho

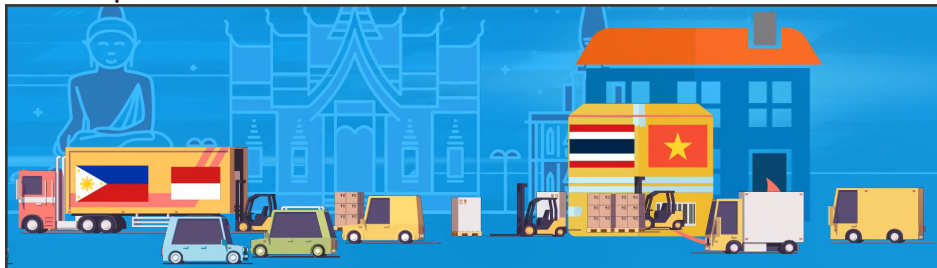
Kho dự trữ chính là nơi dự trữ số lượng lớn nguyên vật liệu ví dụ như đồ đóng hộp, các loại tương nước hoa quả, bột mỳ ngoài ra còn có trà túi, cà phê hạt v.v

Đối với kho dự phòng khu vực này dùng để dự trữ các loại hàng có nhu cầu tạm thời tốt nhất vị trí nên đặt ở gần bếp Hàng khô có thể cho vào tủ bếp còn các loại hàng ướt như rau củ quả thì có thể trực tiếp cho vào tủ lạnh gần khu nấu nướng để tiện lấy khi cần thiết

2. Số lượng hàng tồn kho

Đối với số lượng hàng khô tồn kho có thể dùng lượng tối thiểu mà nhà cung cấp giao hàng hoặc mức thấp nhất để làm giới hạn cho lượng hàng tồn kho Ngoài ra cũng có thể dùng hồ sơ bán hàng để tính ít nhất cần chuẩn bị số lượng đủ cho hai tuần sử dụng Có một số mặt hàng khô ít khi sử dụng đến nên có thể tình thời gian dài hơn

Đối với lượng hàng ướt tồn kho giống như các loại rau xanh hoặc những nguyên vật liệu có thời hạn sử dụng ngắn thì chúng ta sẽ dự kiến số lượng cho 2 ngày cùng lắm là 3 ngày Một số loại hoa quả có thể dự kiến cho 1 tuần





3. Đồ đựng tiếp liệu

Những loại thường sử dụng nhất chúng ta có thể dùng 1/6 hộp salad Loại sử dụng với số lượng nhiều nhất chúng ta có thể sử dụng 1/3 hộp salad Những loại có tỷ suất sử dụng thấp chúng ta có thể sử dụng 1/9 hộp salad Những hộp đựng salad này cũng cần đặt ở vị trí cố định trong tủ lạnh Nên sử dụng loại có màu trong suốt để chỉ cần mở cửa tủ lạnh là có thể nhìn thấy rõ

4. Thời gian giao hàng

Thực ra những nhà cung cấp có kinh nghiệm đều lợi dụng giờ thấp điểm để giao hàng Cũng có một số nhà cung cấp do lộ trình nên thường đến cửa hàng vào giờ cao điểm khi cửa hàng đông khách nhất Lúc này nhân viên của cửa hàng nếu ai cũng bận việc của người nấy thì thật sự không có thừa nhân lực để kiểm hàng và tính tiền với nhà cung cấp- Frequency of purchase





5. Tỷ suất gọi hàng

Tần suất đặt hàng có quan hệ mật thiết với việc giao hàng của nhà cung cấp Có nhà cung cấp 2 ngày giao hàng một lần có nhà ngày nào cũng giao nhưng cũng có nhà một tuần chỉ giao một lần Vì thế khi chúng ta gọi hàng cũng cần phối hợp với chu kỳ giao hàng của nhà cung cấp để tính số lượng hàng tồn kho

6. Xây dựng chế độ hàng thay thế

Thức tế cho dù có phương thức quản lý toàn diện nhưng cũng có lúc do nhân tố con người tạo nên tình huống nguy hiểm Ví dụ quên không gọi hàng hay gọi số lượng hàng không đủ hoặc nhà cung cấp giao nhầm hàng những tình huống này xảy ra đúng ngày cần phải dùng gấp





Quản lý khách hàng

- ▶ Quản lý khách hàng làm cho khách hài lòng khi tiêu dùng
Đối với các doanh nghiệp lớn mà nói mục đích chủ yếu của việc quản lý khách hàng đó là tiếp tục giữ mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng để có thể quảng bá sản phẩm mới hoặc nghiệp vụ mới
- ▶ Sự hài lòng của khách hàng đảm bảo việc quay trở lại
Còn đối với các công ty nhỏ và các cửa hàng thực tế mục đích quan trọng nhất của việc quản lý khách hàng đó là làm cho khách hàng có thể cảm thấy hài lòng trong suốt quá trình tiêu thụ Từ đó chúng ta cũng có thể nhận được những những phản hồi của khách hàng cuối cùng là tăng tỉ lệ quay lại mua hàng của khách





► Năm quy trình thao tác chuẩn trong chăm sóc khách hàng

1. Tương tác sau khi khách vào cửa hàng

Bao gồm cách chào đơn giản khi nhìn thấy khách cách giới thiệu cửa hàng cách trình bày các sản phẩm - thực đơn cùng việc giới thiệu sản phẩm và món ăn Từ khi khách đặt chân vào quán cho đến khi rời đi nếu cả quá trình này khách cảm thấy thoải mái thì sẽ ảnh hưởng đến số tiền tiêu thụ thậm chí họ còn giúp giới thiệu cho người thân và bạn bè

2. Xử lý các tình huống cấp bách

Vì dụ như người tiếp thị hay người ngoài đến mượn dùng nhà vệ sinh hoặc khách hàng mang đồ ăn bên ngoài vào Trong những trường hợp này thì xử lý như nào?





3. Phục vụ đồ ăn và các tình huống cấp bách khác

Gồm việc giao tiếp với khách hàng khi phục vụ món ăn phương thức phản hồi khi khách giục lên đồ ăn ăn phải đồ bẩn hoặc phương thức xử lý trường hợp có dị vật trong đồ ăn cũng như cách xử lý khi khách trả lại hàng

4. Nắm bắt cơ hội tương tác khi khách thanh toán

Bao gồm việc hỏi khách về mức độ hài long lắng nghe những lời phàn nàn của khách đồng thời ghi nhớ khách hàng

5. Nghe điện thoại của khách

Ví dụ như vị trí của điện thoại sản phẩm khách tìm hiểu và hỏi thông tin về giao thông v.v





Phân tích báo cáo kết quả kinh doanh

► 4 hạng mục chính của bản báo cáo kết quả kinh doanh

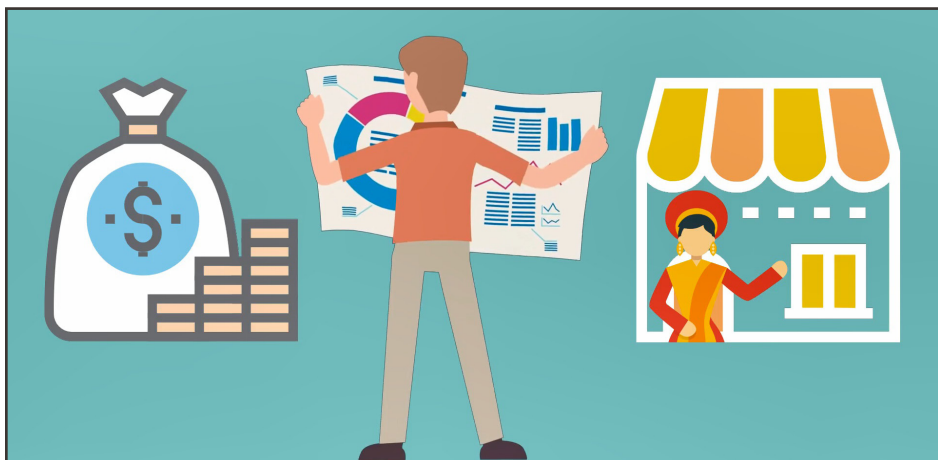
Mục thứ nhất là doanh thu đó chính là số tiền thu vào mỗi ngày, mỗi tháng, mỗi năm như thế mọi người sẽ rất rõ ràng Bây giờ chúng ta lấy một ví dụ về một bản báo cáo kết quả kinh doanh theo năm

Hạng mục thứ 2 là phí tổn đó là những thứ chúng ta muốn bán Ví dụ cà phê, bánh mì, giấm bông ngoài ra còn có các loại túi nilon và những nguyên liệu dùng để đóng những thứ này

Hạng mục thứ 3 là chi phí đó chính là những cái gọi là chi phí kinh doanh Đó là chi phí hàng ngày xảy ra hàng ngày, ngay khi cửa hàng mở cửa Tiền để chi tiêu

Các hạng mục ở loại thứ 4 chúng ta thống nhất gọi là chi phí tài chính Bao gồm 4 mục

4. mục thứ nhất là các khoản thi công công trình Trước khi mở cửa hàng chúng ta cần trang trí cửa hàng trong đó bao gồm chi phí gắn





- thiết bị v.v. chúng ta thống nhất gọi là các khoản công trình
- Thứ 2 đó là phí thiết bị Ví dụ như chi phí cho các công cụ sinh tài sản như tủ lạnh máy làm đá v.v
 - Thứ 3 đó là tiền đặt cọc Về cơ bản tiền đặt cọc có tiền cọc thuê cửa hàng và tiền cọc thiết bị Khi chúng ta không thuê những thứ này nữa thì bên cho thuê sẽ trả lại chúng ta Vì thế chúng ta thống nhất gọi là khoản tạm chi
 - Thứ 4 đó là phí tổn thành lập Trước khi mở công ty và cửa hàng thì cần chi trả phí đăng ký hoặc một số các chi phí khác có liên quan

► Có lãi là “ích”, bị lỗ là “tổn”

► Doanh thu - phí tổn - chi phí kinh doanh - chi phí tài chính = số dư

► Có số dư là lãi, không có số dư là lỗ

