

Інструкція:

1. Розподіліть ролі в команді. Пригадайте: які головні ролі визначає Андрій Федорів? Поцікавтеся одне в одного про сильні сторони та корисні навички учасників вашої команди, зокрема:

- хто вміє і любить писати тексти? Хто у вашій команді копірайтер?
- хто добре малює? Хто у команді артдиректор?
- хто любить розповідати історії? Хто у команді pr-менеджер?
- хто має лідерський досвід і може координувати роботу команди?

Пам'ятаєте, що незалежно від ролі всі учасники мають однаково завзято докладатися до створення концепції – це і є запорукою успіху командної справи.

2. Вигадайте назву і логотип ресторану. Вдалий неймінг – річ тонка: це має бути лаконічне і водночас містке, промовисте слово (або ж словосполучення), яке відображатиме ідейну суть вашого закладу. Те саме стосується і логотипу. Згадайте назви своїх улюблених кафе, кондитерських, ресторанів – що в них привабливого, чим вони звучні? А чи пригадуєте ви логотип цього закладу? Обрану назву ресторану напишіть помітними великими літерами на ватмані, подібно до справжньої вивіски. За бажання можете розробити логотип та обрати фірмові кольори вашого бренду (так, ресторан – це теж бренд).

3. Оберіть формат закладу.

- 1) Хто ви? Придорожнє кафе чи фешенебельний ресторан?
- 2) Спеціалізація? Українська кухня, грузинська, японська, а може, ф'южн? Рибний чи веганський заклад?
- 3) Аудиторія? Хто ваші клієнти – підлітки, закохані пари чи гучні компанії? Усе це потрібно продумувати і враховувати вже на етапі створення концепції.
- 4) «Фішка»? У форматі має бути щось таке, що вирашно вирізнятиме вас серед конкурентів, адже ресторанів сила-силенна, але прийти мають саме до вас. Чому? Особливості формату тезово пропишіть на ватмані.

4. Складіть меню. Ресторан – це завжди комплексний, багатокomпонентний проєкт, але визначає його насамперед кухня. Орієнтуючись на обраний формат, розробіть меню вашого закладу, де буде запропоновано по кілька позицій закусок, основних страв, десертів, напоїв. А може, у вас кондитерська чи монокухня (з акцентом на овочах / рибі / якійсь регіональній страві)? Тоді підлаштуйте меню під цю особливість. Подбайте і про влучні назви страв: не конче йдеться про якісь надзвичайні вигадки, але зважте, що це не їдальня, а ресторан, де навіть у меню має бути нотка шарму.

5. Продумайте деталь дизайну. Що в екстер'єрі закладу привабить ваших потенційних гостей, якщо вони просто йтимуть вулицею повз ресторан? Що може змусити їх зупинитися, затримає увагу і спонукатиме зайти? В яку атмосферу потрапляють ваші гості, щойно переступивши поріг ресторану? Придумайте якусь ОДНУ особливу деталь, власну фішку, наприклад старовинне фортепіано чи живі екзотичні рослини в залі. Не стримуйте фантазії! Але пам'ятайте про стиль.

6. Складіть плейлист. Саме так! Три треки, за якими гості вашого ресторану непомітно і з насолодою поглинуть не одну порцію чудової страви. Спотіфай чи живий музикант у фраку? Водночас формат закладу може передбачати і концерти – тоді це варто прописати ще на початку, в концепції.

7. Ми відкрилися!

Отож, кухарі нагостирили ножі, гостьова зала виблискує, офіціанти виструнчені й усміхнені, приємна музика запрошує досередини – усе готово для зустрічі гостей! Але чомусь ніхто не заходить... А чи подбали ви про рекламу? Отож-бо! Комунікація править світом, і хорошого бізнесу без неї не буває. «Заговори, щоб я тебе побачив», – казав мудрець, і вашого ресторану це теж стосується. Про вас мають почути. Як? Почати можна зі сторінки в інстаграмі. Придумайте і напишіть текст першої публікації вашого ресторану, яка доступно і яскраво пояснювала б, чим є ваш заклад і чому туди варто навідатися. Додайте картинку і продумайте, який контент найбільше приваблював би гостей до вашого ресторану.

Креативно зобразіть усі пункти концепції на ватмані й підготуйте коротку презентацію свого бізнес-проєкту.