



КАК ОТКРЫТЬ СВОЮ КОФЕЙНЮ
И ЗАРАБАТЫВАТЬ
ДО €20 000 В МЕСЯЦ

Александр Воеводин

Александр Воеводин

В помощь начинающему предпринимателю:

**«Как открыть свою кофейню и зарабатывать на ней от 1000 до
20 000 евро в месяц»**

Александр Воеводин

Содержание

Для кого написана эта книга?	4
Про автора	5
Почему именно кофейня?	10
Краткая история, примеры успешных сетей кофеен	12
Особенности кофеен на Украине	15
Кому стоит и кому не стоит открывать кофейню и почему	19
Как открыть кофейню, ваша пошаговая инструкция:	22
Шаг 1. Самый частый вопрос: «Хочу открыть кофейню, с чего начать?»	22
Шаг 2. Выбираем концепцию кофейни	25
Шаг 3. Как выбрать помещение под кофейню	27
Шаг 4. Подбор персонала	34
Шаг 5. Регистрация бизнеса	39
Шаг 6. Привлечение клиентов	41
Как избежать подводных камней?	45
В создании книги участвовали	48

Для кого написана эта книга?

Для открытия своего бизнеса, мне, как и многим другим понадобилось сделать в первую очередь первый шаг – решительный и бескомпромиссный.

Шаг, к которому я шел долгих 5 лет, изучая различную литературу по открытию своего дела, статьи, форумы, отзывы существующих предпринимателей, успешных бизнесменов, аудио и видео тренинги, составлял десятки бизнес планов. Получил 2 высших образования. Но всегда не хватало чего-то одного, конкретного и однозначного. Это было мое личное решение, непреодолимое желание стать им.

Суммарно все изученные проанализированные истории успеха великих людей прошлого и настоящего времени в итоге помогло мне сделать этот шаг. Стать предпринимателем и непременно успешным.

Уверен, что данная книга, подтолкнет каждого из Вас, уважаемый читатель, хотя бы на один небольшой, но уже более уверенный шаг, навстречу Вашему личному успеху.

«Книга предназначена в помощь создателям собственных кофеен, мини-кофеен, кофе-магазинов, чайных, магазинов по продаже чая и кофе. Также материалы применимы в сфере HoReCa для кафе, ресторанов, отелей, ночных клубов, фаст фудов и других заведений в которых присутствует возможность продажи напитков на основе кофе.

Книга будет полезна и тем, кто с одной стороны не планирует становиться владельцем своего дела в ближайшее время, а с другой стороны не хочет продолжать работать сотрудником, так как информация поможет взглянуть на многие рабочие моменты рабочей сферы со стороны владельца. При правильном применении это однозначно позволит стать более полезным для своей компании и продвинуться выше и выше по карьерной лестнице.

Книга написана на основе личного опыта и опыта тех кофеен, ресторанов, клубов и других заведений сегмента HoReCa (отели, рестораны, кафе, кофейни, и т.д.) с кем мне довелось пообщаться и сотрудничать лично.

Про автора

Руководитель проекта (рис. 1) - сеть кофеен [TM MY COFFEE](#).



Рисунок 1 - Воеводин Александр Сергеевич

Биография:

Воеводин Александр Сергеевич (родился 28 июля 1981) — украинский бизнесмен, наиболее известный как владелец прав на TM MY COFFEE и CEO TM MY COFFEE. В 2003 году - окончил Днепропетровский Национальный горный университет - со специальностью "Инженер энергоснабжения". В 2006 году - в составе менеджеров проекта "Пузата Хата" участвовал в развитии сети по г.Днепропетровск, Украина. В 2007 году - был приглашен в корпорацию "Алеф", департамент Торговый Дом "Арда" - на должность руководителя отдела трейд-маркетинга по северному региону. Не смотря на успешность различных проектов по продвижению и развитию популярности алкогольных торговых марок (Martini, Bacardi, Hankey Bannister, Tullamore Dew, Carolans, Stoletov, Sierra, и других) не смог найти взаимопонимания с тогдашним руководством в вопросах развития, в результате чего решил создать собственную

компанию. В 2009 году, будучи сотрудником корпорации "Алеф", стал первым в семье, кто закончил, получив степень Магистра Украинской Академии государственного управления при Президенте Украины (ДРИГУ УАГУ) защитив дипломную работу по созданию кофейни. Так в конце 2009 года он создал эскиз торговой марки MY COFFEE и BARISTA PLUS, которые планировал развивать как кофейни и дистрибуцию по продаже кофе, чая, кофе-машин, кофе-молочек и другого кофейного оборудования. И в 2010 году покинул корпорацию Алеф, для того чтобы развивать свою дистрибуцию Торговый Дом "BARISTA PLUS" и сеть кофеен ТМ MY COFFEE. Осенью 2011 года после посещения мировой выставки для сегмента HoReCa, которая проходила в г.Милан, Италия - "HOST 2011" на территории Fiera Milano City, вдохновленный атмосферой и радушием итальянских кофеен и эспрессо-баров Италии, он решил донести итальянскую философию наслаждения кофе в Украину. Несмотря на сложность и неповторимость искусства приготовления кофейных напитков с использованием искусства Latte Art итальянскими мастерами профессии бариста, Александр Воеводин спустя три месяца разработал и внедрил авторскую программу обучения, экспресс-обучения и сертификации профессии бармена - бариста и основал новое направление деятельности - тренинговый центр "BARISTA PLUS training center". Благодаря ему, сотни человек в Украине и Российской Федерации обучились этому мастерству и смогли успешно устроиться в кофейни либо открыть свой бизнес в этой сфере.

В конце 2011 года, была открыта первая кофейня в г.Харьков, Украина для проведения тренингов бариста и продажи зернового кофе, чая, кофейных напитков и кондитерских изделий в выставочно развлекательном комплексе Радмир Экспохолл (Radmir Exphall). В 2012 году - были открыты первые кофейни ТМ MY COFFEE - по франчайзингу в г.Красноармейск и Горловка. После того как Александр Воеводин презентовал франшизу "MY COFFEE" на ФранчКемпе в Международном Выставочном Центре г.Киев 20-21 сентября 2012г. - в течении 3-х месяцев было открыто более 10 кофеен ТМ MY COFFEE по франчайзингу.

Александр Воеводин создал самую доступную франшизу кофеен на территории СНГ и стремительно расширил сеть кофеен под этой маркой на всей территории Украины. Осенью 2013 года - сеть насчитывает 24 кофейни ТМ MY COFFEE. Можно сказать, что именно MY COFFEE во главе с Александром Воеводиным

популяризовали во многих заведениях общественного питания Украины и Российской Федерации правила приготовления по итальянской классификации приготовления кофейных напитков на основе эспresso и мастерство Латте Арт по итальянской классификации.

С нуля без привлечения капитал построил группу компаний Торговый дом «BARISTA PLUS» из 35 партнеров за два года.

В группу компаний входит:

- ◆ Торговый дом «BARSITA PLUS» distribution - дистрибуция кофе, чая, профессиональных кофе машин и другого кофе-оборудования. www.barista-plus.com.ua
- ◆ Тренинг-центр «BARSITA PLUS training center» - профессиональное обучение профессии Бармен-БАРИСТА. Проводим последующим вручением именных сертификатов. www.barista-plus.com.ua
- ◆ Сеть кофеен ТМ «MY COFFEE». (рис. 2) www.mycoffee.in.ua
- ◆ Кейтеринговая компания по проведению профессиональных кофе-брейков «MY COFFEE BREAK»
- ◆ ТМ ECO GRUZOVOZ – экономные грузоперевозки по Украине , СНГ и зарубежью.



(рисунок 2: сеть кофеен ТМ MY COFFEE)

Диспетчерская компания. www.eco-gruzovoz.com

Организовал старт-ап более 50-ти компаний (компании по общественному питанию, по продаже товаров, по продаже услуг).

Автор 18-ти авторских тренингов посвященных открытию кофеен, дистрибуции, продажам, и специализированные тренинги профессии Бармен-БАРИСТА.

Сертифицированный «менеджер проектов» (Projekt Manager), международный институт PMI (Project Management Institute).

Интересуется развитием эффективного бизнеса в Украине, России, СНГ, зарубежье по системе франчайзинга и созданием собственных стартапов. Получил диплом Лучшая франшиза ТМ «BARISTA PLUS» distribution – согласно версии журнала «Власный Бизнес». Видео о компании на телевидении: <http://youtu.be/n-gsCJFzjpU> .

"Докладчик" на конгрессе предпринимателей "Призма 24".

Видео репортаж на телеканале - Докладчик на целевых франчайзинговых мероприятиях «Franch Camp»

Видео выступления:
http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=xHpIGa_JA6s

Участвует и осуществляет поддержку в общественных организацах, таких как: «Good- Deals – для деловых и успешных», «Prizma 24», встречи предпринимателей подписчиков газеты и портала «Частный предприниматель», «Remarketing» 2011, 2012 г.г. – международный фестиваль маркетинга и рекламы и т.д.

Видео интервью с Александром Воеводиным и главным редактором крупнейшего портала о франчайзинге в Украине, Российской Федерации и СНГ - Кирилович Романом -
http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=C09Oz5QOuzw

Более 8-ми лет увлекается темой бизнеса и эффективными системами построения и автоматизации бизнеса.

Участник международных выставок по развитию франчайзинга: BUY BRAND г. Москва, Выставка франшиз (Евроиндекс), по развитию сегмента HoReCa в мире Fiera Milano Citi (Италия г. Милан).

Посетил множество различных тренингов, семинаров и конференции по IT и классическому бизнесу в Украине, Российской Федерации, Италии.

Почему именно кофейня?

Почему именно кофейня? - этот вопрос возникает практически у каждого начинающего либо действующего предпринимателя, когда тот знакомится с этим видом бизнеса.

Этот вопрос, однажды возник и у меня. Первым видом деятельности, который я самостоятельно выбрал – была дистрибуция итальянского кофе, чая и кофейного оборудования. Я заключил договор с официальным представителем в Украине по поставкам одной торговой марки итальянского кофе, и совместно с двумя сотрудниками которых я принял в свою команду, посещал заведения HoReCa (кафе, рестораны, клубы и прочее) и предлагал в продажу данную продукцию в розницу.

Именно здесь, в течении нескольких лет, я наблюдал, отслеживал и фиксировал опыт всех своих партнеров. Отмечал, почему некоторые развиваются и растут как грибы, а другие закрываются, не успев толком открыться. Проводил беседы с владельцами как успешных, так и обанкротившихся заведений.



Весь данный опыт я аккумулировал для того чтобы выработать для себя самые успешные форматы бизнеса.

И вот на вопрос « Почему именно кофейня?» я ответил себе так - потому что:

1. Это прибыльный бизнес – средняя наценка на любую продукцию в кофейне составляет от 100 до 500% , что позволяет минимизировать оборотные средства.
2. Это актуальный бизнес – на сегодня это один из самых востребованных форматов общепита, как мегаполисов, так и некоторых небольших городов.
3. Это простой в оформлении бизнес – требует регистрацию предпринимателя – единый налог, упрощенная форма учета и налогообложения.
4. Это комфортный и уютный бизнес – мне и моим сотрудникам попросту интересно и приятно работать, рисовать, демонстрируя искусство Latte Art (рисование вспененным молоком на поверхности эспresso), дарить радость и улыбки посетителям от приятного проведения времени в нашей кофейне. Также приятно управлять этим бизнесом, не смотря на то, что сложности все же есть, они минимальны в сравнении с другими объектами общественного питания.
5. И последнее, но не по значению, для меня это были довольно посильные инвестиции. Узнав систему работы кофейен изнутри, я был приятно удивлен низким порогом входа в этот бизнес и убедился, что открыть свою кофейню можно даже с инвестициями от 1500 евро.

Краткая история, примеры успешных сетей кофеен

Согласно множеству источников - кофейни появились давно, но сравнительно недавно вошли в нашу жизнь. Невозможно представить современный город без этих уютных, тихих и по-домашнему гостеприимных заведений. По статистике, я изучил маркетинговые исследования различных компаний, более 50% населения крупных городов Украины и России посещают кофейни минимум 3 раза в месяц.

Побывав в огромном множестве кофеен различных форматов, я заметил уникальность бизнеса - кофейни в том, что здесь очень комфортно встречаться с друзьями и партнерами по бизнесу, перебраться парой фраз в обеденный перерыв либо провести долгую душевную беседу. Работая в других компаниях, довольно часто я, как и многие мои коллеги, на пару минут рано утром, начинал трудовой день с чашечки бодрящего ароматного кофе. Командировки в столицу Украины редко обходились без посещения кофеен с партнером по бизнесу и коллегами. Было приятно совмещать полезную встречу с приятным, наслаждаясь свободной обстановкой, кофе и различными сладостями. В



вечернее время, также судьба довольно часто заводила в уютные кофейные заведения, чтобы побаловать себя вкусеньким и ощутить атмосферу полного расслабления и отдыха.

Коснувшись истории, я узнал, что первые кофейни появились на Арабском Востоке в 11 веке. Это были прообразы сегодняшних кофеен. Это были некие мужские клубы, в которые доступ женщин был запрещен. Гости этих заведений пили довольно распространенный по тем временам кофе, вели спокойные беседы, играли в шахматы, отдыхали от повседневной суеты. Очень скоро, кофейни стали популярны и настолько, что мусульманское духовенство, которое было обеспокоено настроением умов паствы, добилось их полного запрещения. Но это длилось недолго. Далее волна кофеен захлестнула Турцию, и далее Европу.

Кофейни в России появились благодаря Петру Великому. Постепенно неповторимому вкусу ароматного кофе.

Кстати, очень интересным был период во времена Советского Союза. В это время кофейни прекратили свое существование — так как система советского общепита направлена только под конвейерное обслуживание голодного пролетариата, не находила места подобным заведениям, в которых можно отдохнуть, в умиротворенной обстановке наблюдая за движением мегаполиса за окном.

А возвращение кофеен в Россию произошло в начале 90-х годов. И по сей день радуют нас своим разнообразием, уютными интерьерами и различными предложениями.



Многие специалисты и почитатели кофе, считают, что на сегодня, даже рынок крупных мегаполисов как Москва и Киев не насыщены в этом сегменте. И я разделяю их мнение.

Хотя, довольно часто, предприниматели, потратившие на поиски помещений 2-3 недели, обращаются ко мне с вопросом о поиске подходящего места для кофейни. Очень часто у них звучит одна и та же фраза: «Рынок кофеен уже насыщен, найти место практически «нереально» ». И в то же самое время, в те же сроки, в том же городе, другие предприниматели, приносят фотографии нескольких мест которые на их взгляд наиболее подходят для данного вида бизнеса. Чаще всего из этих выбранных мест мы отбираем наиболее актуальное и открываем кофейню. Так, например, произошло в г. Харьков, когда три предпринимателя искали свободные места под открытие кофейни ТМ MY COFFEE. Два из них были убеждены, что это не возможно, а один просто выбрал необходимые для него места (и все 3 были актуальны). В самом успешном и менее рисковом помещении, он в итоге открыл кофейню и по сей день успешно ее развивает.



Не смотря на сложности с поиском подходящего места для открытия успешной кофейни, они открываются и открываются на протяжении всего года во всех городах Украины, Российской Федерации, СНГ и мира.

Особенности кофеен на Украине

Кофейня – это заведение, предлагающее, в первую очередь, широкий ассортимент кофе и напитков на его основе. В Украине существует множества форматов с названием кофейня, но предлагающие гораздо более широкий перечень продукции не только закусок, но и первых, вторых блюд. В некоторых «кофейнях» умудряются продавать даже пиво. Конечно, в подобных заведениях удержать формат именно кофейни, скорее всего не получится, и, не смотря на то, что заведение называется кофейня, посетители четко для себя определяют, что оно таковым не является.



Изучив рынок, я определил, что наиболее распространённые форматы кофеен в Украине и Российской Федерации это классическая, фаст-фуд, стрит- фуд, и кофейня на колесах.



(рис. 3: сеть кофеен Coffee Life) (рис. 4: McCafe)



(рис. 5: сеть кофеен Coffee House)

Классические зачастую являются моно брендовыми, сеть кофеен такого формата довольно редкое явление – например кофейни «Confeti» в г. Днепропетровск.

Фаст-фуд – примером может служить всемирно известная сеть кофеен «STAR BUCKS», а в Украине и России «Coffee House» (рис. 5), McCafe (часть компании McDonald's) (рис. 4), «Coffee Life» (рис. 3).

Стрит-фуд – это расположенные кофейные палатки, павильоны, тележки на улицах площадью зачастую от 2х до 10 кв.м.



Кофейни на колесах – можно также отнести к формату стрит-фуд, но они являются более мобильными. Примером в Украине могут послужить KAVA NOVA (рис. 7), Del Centra и MY COFFEE (рис.8). Вход в этот бизнес может составить как цифру до 35 тыс. грн. так и свыше 500 тыс. грн.

Когда Вы открываете свою кофейню, я рекомендую изначально принять решение, будет ли у Вас собственное производство. Почему? Ответ прост, если да то оформление документов в пожарной службе и органах СЭС – значительно усложняться. Выбирая формат классической кофейни, фаст-фуда и др. без своего производства Вы не только



(Рисунок 7 – авто-кофейня “CAVA NOVA”)

облегчаете работу менеджера кофейни, учета, но и сокращаете решение всех вопросов с органами государственного контроля. А кондитерские изделия и другие, Вы сможете получать в свое заведение по договору с одной из наиболее подходящих для Вас кондитерских компаний на условиях регулярных поставок.

Стоимость официальных платежей в службы государственного контроля - около 100 евро, но их оформление может легко



(Рисунок 8 – авто-кофейня “ТМ MY COFFEE”)

затянуться на год. Ускорить процесс помогут неофициальные платежи либо так называемые «откаты»

По возможности, я рекомендую начинать оформление разрешительной документации до и на этапе проектирования кофейни. Преимуществом открытия в торговом и развлекательном центрах – считаю то, что руководство центров берет согласование разрешительных документов на себя.

Кому стоит и кому не стоит открывать кофейню и почему?

У многих из Вас, может возникнуть вопрос, неужели люди делятся на тех, кому стоит, а кому не стоит открывать кофейню? Отвечу – да, это действительно так. Но не нужно думать, что кофейню стоит открывать только «избранным», или «богатым» и сильным мира сего.



Лимонный торт и Капучино - Кофейня ТМ MY COFFEE г. Борисполь

Основные целесообразности, я привожу ниже.

Кому я бы НЕ рекомендовал открывать свою кофейню:

- ◆ если Вы не любите кофе (если Вы сами не любите продукт, вряд ли Вы сможете успешно продвигать и продавать его)
- ◆ если Вы ожидаете, во что бы то ни стало, окупить все свои вложения за 1 месяц, то вас может настичь разочарование – окупаемость в среднем от 3х до 9 месяцев мини кофейен, и от 9 до 15 месяцев крупных кофейен.
- ◆ если Вы ожидаете, что кофейня будет работать самостоятельно без малейшего Вашего участия в дальнейшем (данный проект, скорее всего, будет обречен на низкую доходность либо на провал). Очень важно Ваше личное постоянное участие в ее работе, управлении и развитии.

Кому я рекомендую открыть кофейню:



- ◆ если Вы ищете уютный бизнес, в котором Вам и Вашим сотрудникам будет комфортно работать
- ◆ если Вы готовы уделять время постоянному совершенствованию своих навыков и работы Вашей кофейни

- ◆ если у Вас есть свой бизнес в другой сфере, и Вы хотите вложить существующие «свободные» деньги в новое направление
- ◆ если Вы любите дарить людям радость и получать в ответ улыбки
- ◆ если у Вас есть возможность инвестировать на старт бизнеса от 15-ти тыс. грн
- ◆ если Вы готовы настойчиво достигать своей цели

Тогда, Я уверен, у Вас все получится.

Как открыть кофейню, ваша пошаговая инструкция

Шаг 1. Самый частый вопрос: «Хочу открыть кофейню, с чего начать?»

Отмечу сразу, существует всего два основных способа открыть свою кофейню:

1. Открыть кофейню самостоятельно
2. Открыть кофейню, используя помощь специалистов, либо по системе франчайзинг (когда Вы можете воспользоваться существующей популярной торговой маркой и эффективной технологией работы сети кофеен которые уже показали свою результативность за определенное вознаграждение – паушальный взнос и роялти).



Я считаю, что и первый, и второй путь в итоге может привести Вас к успешному бизнесу.

Но есть существенные отличия при достижении цели:

Если Вы решили открыть кофейню самостоятельно:

Ваши возможности:

1. Вы имеете возможность устанавливать свои правила в работе кофейни
2. Вы развиваете в себе предпринимательские качества
3. В случае успеха Вы можете развивать свой собственный бренд

Ваши риски:

1. Высока вероятность ошибок – которые повлекут дополнительные затраты, либо увеличат время открытия и окупаемости кофейни.

2. Трата большого количества времени - необходимо собирать всю информацию о бизнесе, планировать, обучаться, искать поставщиков, отрабатывать систему развития бизнеса, учета, конкурентные преимущества самостоятельно
3. Необходимо оплачивать тренинги по продажам и мастерству
4. сотрудников. Без этих навыков Ваша будущая кофейня будет зарабатывать значительно меньше либо вообще будет неконкурентная и велик риск банкротства.
5. Дополнительные «подводные камни», с которыми в любом случае Вам предстоит столкнуться.

Если Вы решили открыть кофейню при помощи специалистов либо по франчайзингу:



Кофе с собой и Клубничный чизкейк - Кофейня ТМ MY COFFEE г. Борисполь

Ваши возможности:

1. Вы буквально можете убедиться в эффективности бизнеса на примере существующих успешных проектов
2. Вы экономите время на открытие Вашей кофейни, так как успешная система работы уже готова, благодаря чему начинаете эффективно зарабатывать раньше, нежели Вы будете открываться самостоятельно.
3. Сила Бренда – лояльность потребителей по другим кофейням одной торговой марки автоматически переносится и на Вашу кофейню с первого дня открытия.
4. Вы минимизируете свои затраты на покупку мебели, оборудования, и др. благодаря анонсированию четкой суммы которая потребуется на открытие Вашей кофейни именно в Вашем случае. Практически исключается

вероятность покупки по оборудованию завышенной цене, либо не нужных материалов и оборудования.

Ваши риски:

1. Вы оплачиваете определенный первоначальный взнос (паушальный) за предоставление Вам услуги специалистов либо при покупке франшизы.
2. Вам необходимо придерживаться определенного стиля интерьера, перечня меню, правил работы, и т.д.
3. Ваши пожелания по любым изменениям в работе, в обязательном порядке необходимо согласовывать с правообладателем торговой марки.

Важно помнить, какой бы путь Вы не выбрали, основа успеха Вашего бизнеса - в Вашей активной позиции, и личном участии в его эффективной работе и развитии.

Шаг 2. Выбираем концепцию кофейни

Виды кофейен, особенности и т.д. Размер, кофейни, Меню

Как я уже и писал в главах выше, существует несколько основных видов кофейен:

1. Классическая.
2. Фаст-фуд.
3. Стрит-Фуд.
4. Авто-кофейня.

1. Одно из первых дел, которые рекомендую сделать, это определить свои возможности. Инвестиции для Классической кофейни и в стиле Фаст-фуд – по моим минимальным расчетам на сегодня, составят более 8 000 евро, для Авто-кофейни вместе с автомобилем – от 5500 евро, для Стрит-Фуда – от 1500 евро. Отсюда, Вы определите и размер кофейни, и величину ассортимента меню который необходимо будет использовать.

2. Второе, но не маловажное дело, это – обязательно определите комфортность бизнеса. Учитывая то, что Вам повседневно необходимо будет быть в конкретном месте расположения кофейни – это очень важный фактор, от которого будет зависеть не только комфортность при работе, но и желание развивать данный бизнес – это сложно делать, если место Вам не нравится. Выбирая место размещения, обязательно учитывайте, насколько удобно, приятно, комфортно Вам будет работать здесь в дальнейшем на постоянной основе. И если испытываете хоть малейший дискомфорт – запах, нежелательное соседство, работа на улице – моя рекомендация не открывать свой бизнес в этом месте.



Латте и Вишневый пирог - Кофейня ТМ MY COFFEE г. Борисполь

3. Меню – необходимо определить основные позиции, которые будут максимально востребованы. Составляя меню, с одной стороны, я считаю, не стоит увлекаться, чтобы не переборщить – очень большой выбор является сложным для потребителя. С другой стороны – выбор должен быть достаточным и ограничиться 3-мя наименованиями будет не целесообразно. Для классической кофейни и фаст-фуда – количество напитков на основе кофе и других напитков рекомендую от 25-ти до 50-ти разновидностей, для стрит-фуда и авто-кофейни можно будет ограничиться например, 10-ю наименованиями. Помимо напитков в меню так же целесообразно использовать кондитерские изделия, пирожные, мороженное, легкие закуски. Для классической кофейни и кофейни фаст-фуда – ассортимент составит от 10 до 20-ти наименований. Для Стрит-Фуда и Авто- кофейни, от 3х до 10 наименований.

Шаг 3. Как выбрать помещение под кофейню

Ключевые критерии выбора места, помещения.

Правильно подобранное место, один из важнейших аспектов на пути к прибыльному и эффективному бизнесу. Приведу пример того «как не надо выбирать место для кофейни».

Один предприниматель, желающий открыть кофейню под своей торговой маркой по франшизе, выбрал помещение в новом открывающемся небольшом торговом центре на 2-ом этаже. И приблизительно критерии выбора места по его словам были таковы:

1. Я все равно нигде больше за такие деньги не смогу найти место
2. Со временем клиенты прибьются
3. В будущем здесь планируется открытие различных посещаемых магазинов.
4. Мне это место нравится.



Прошу заметить и запомнить каждого из Вас, что ни один из этих пунктов, не является фактом того, что в данной кофейне будет прибыль. Абсолютно все 4 критерия – не являются фактом того, что кофейня принесет доход. А ведь это то, ради чего предприниматель открывает свой бизнес – в данном случае кофейню. Только четкие факты, статистика посещаемости (человек в день, месяц), прогнозы и математические расчеты –

могут помочь в оценке актуальной арендной ставки и эффективности места размещения. И, если место свободно, и долго никем не занимается, то это еще один факт для того, чтобы оценить данное место на различные дополнительные риски.

И так, для того чтобы место Вашей кофейни было эффективным, я считаю, оно должно отвечать таким основным критериям:



1. Высокий трафик людей
2. Географическое расположение места. Центральный район в приоритете, спальный район в Украине для кофейни является более рисковым, не смотря на более низкие арендные ставки..
3. Территориальное расположение. Наиболее актуальные места находятся на пересечении оживленных дорог, улиц, парковых и развлекательных территорий.
4. Отдельностоящие и отдельные помещения для кофейни. Основные критерии при выборе это:
 1. Первый этаж (желательно без ступенек) (рис. 9)
 2. Большие витражные окна (рис. 9)
 3. Аккуратность территории вокруг и фасада здания.
5. Место для стрит-фуда и авто-кофейни:



Рисунок 9 – большое витражное окно кофейня ТМ MY COFFEE г. Донецк

Для стрит-фуда: Торговые и развлекательные центры (либо первый этаж, либо этаж с зоной развлечений – желательно размещать на развязках эскалаторов и лифтов, входы-выходы из здания). Уличное расположение (подходит и для авто-кофеен) – зоны входа-выхода метро, остановки общественного транспорта, рынки, перекрестки на оживленных проспектах. Одно из главных преимуществ авто-кофейни – это мобильность. Помимо указанных выше мест, в случае проведения массовых мероприятий за городом либо серия мероприятий в различных местах города (например - выставки), есть легкая возможность выехать буквально на место проведения.

6. Конкурентная среда. Выбирая место размещения Вашей кофейни, очень важно учесть наличие конкурентов, а главное определить, кто из них является реальным конкурентом для Вас, а кто лишь предлагает схожие товары, но явной конкуренцией Вам не угрожает. Например, павильон продающий выпечку и вдобавок растворимый кофе, не далеко от франчайзинговой кофейни ТМ MY COFFEE - явным сильным конкурентом для кофейни нашей сети по продаже уникального «живого» зернового кофе и напитков на его основе не является, он забирает на себя лишь малую часть потребителей с низкой платежеспособностью. Но при этом появляется вероятность того, что потребитель купивший выпечку, захочет вместо растворимого кофе - натуральный, который находится совсем рядом. Таким образом – выпечка Вашего соседа может привести покупателя и к Вам.

7. Арендная ставка. Очень часто предприниматели мне задают вопрос: какая рекомендованная арендная ставка должна быть? Отвечаю сразу и всем – точную рекомендацию можно дать, только предварительно



Белиссимо и Шоколадный торт - Кофейня ТМ MY COFFEE г. Борисполь

исследовав само место размещения по всем вышеуказанным критериям. Фиксированной, реальной, «подходящей» арендной ставки, которая будет актуальна в любом месте - определить не возможно. Т.к. возможность заработка в разных местах отличается, а соответственно возможность окупить аренду тоже отличается.

Ошибки выбора места

Основные ошибки при выборе места это:

- забываем о главной цели бизнеса. Выбирая место, мы должны помнить: главная цель предпринимателя – это прибыль. Очень часто, исходя из разных факторов (сложно найти помещение (особенно торговые центры мегаполисов), понравился ремонт, понравилась низкая аренда и т.п.) люди принимают решение открываться, забывая о том, что в данном месте еще должен быть такой поток потенциальных покупателей, чтобы обеспечить не только оплату аренды, но и возможность заработать.

- принимаем условия завышенной арендной ставки лишь бы «стать» в известном торговом центре и т.д.



Примеры из жизни.

Один пример я привожу практически всегда, чтобы убедить потенциального партнера тщательнее подходить к выбору места, и изучать все риски которые могут возникнуть.



В 2009 году, я рассматривал возможность открыть кофейню

Свободные места для кофеен были только на 2-м этаже, возле развязки эскалаторов с видом на ледовый каток. В ответ на мою презентацию я получил подтверждение с завышением арендной ставки в 2 раза от той, которая была бы приемлема исходя из расчетов по критериям потока потребителей, конкуренции, ценового позиционирования и других. Я отказался. Через месяц на этом месте и на противоположной стороне 2-го этажа открылись два других предпринимателя именно с форматом кофеен. По итогу 2х месяцев работы оба кофейных бара прекратили свое существование. Безусловно, сам ТРЦ очень посещаемый, но гарантировать доходность в любом его месте и по любой аренде невозможно.

Шаг 4. Подбор персонала

Изучая рынок кофеен в Украине, России, Италии и других стран, я убедился, что одним из главных и ключевых критериев



**(рисунок 10 – опытный Бариста, Мастер-бариста сети кофеен ТМ MY COFFEE
Константин Мищенко)**

успеха кофейни, однозначно является сотрудник – БАРИСТА. Именно от его способностей правильно готовить кофейные напитки, использовать всевозможные инструменты продаж – зависит, сколько конкретно будет продано продукции на 50 евро в день или на 200 евро. Также важны его коммуникативные навыки, легкость в общении, естественная улыбка и приятные пожелания уходящему гостю кофейни. Позитивный настрой в работе, который легко заметить всем проходящим – вот то, ради чего люди подойдут именно к Вашей кофейне и будут посещать ее постоянно.

Есть две категории сотрудников, которых Вы можете принять на работу.

1.Опытного Бариста (рис. 10)

Основные плюсы: Не нужно тратить время на обучение - опытный Бариста, уже обучен приготовлению всех необходимых напитков, самостоятельно может помочь создать кофейную карту, меню.

Основные минусы:

1. Квалифицированный персонал требует высокой оплаты труда и для запуска Вашей кофейни ЗП этого сотрудника может стать «неподъемной»

2. Во-первых, высока вероятность, получить в свои ряды сотрудника с «сомнительным» опытом. Для того чтобы оценить качество работы бариста, необходимо самому в совершенстве владеть этими навыками.



Во вторых на просторах Украины, России и СНГ – очень частые случаи, когда сотрудники с «опытом» приходя на новое место работы, соглашаются на низкие ЗП, а требуемую им сумму денег воруют в процессе работы. Исключить это практически невозможно, но свести потери к минимуму можно, например, принимая на работу сотрудников без опыта работы. Так же методика борьбы с воровством может быть автоматизированной системы учета продукции. Последние относятся только к крупным и высокодоходным объектам, для маленьких кофеен 3-5 кв.м. зачастую это дорого и нецелесообразно.

Кстати в моей практике довольно часто встречались бармены, которые так и «выхвалялись» как они обдурили клиента, как они готовят из отработанного кофе новые порции, и поистине радуются этим так сказать «успехам». Другие, напротив, в общении с клиентом всегда корректны, но обворовывают хозяев заведения – основными причинами называют: «Он жадный и мало мне платит», «Он ничего не узнает», «Я считаю, что это не воровство, а справедливая моя оплата». Когда я предлагаю бармену или бариста обсудить это с владельцем заведения, они в большинстве случаев – отказываются, ссылаясь на то, что он не поймет и ничего не изменит, а может даже оштрафует и уволит.

К сожалению, на мой взгляд, виновниками подобных ситуаций являются не только сами бармены-бариста выбравшие «утопический» формат работы. Но и владельцы заведений, которые не проводят квалифицированное обучение своих сотрудников, предлагают заниженную заработную плату, не мотивируют процентом от продаж, а также совершают многие другие ошибки, которые в итоге и приводят сотрудника к воровству.

2. Сотрудника без опыта любой работы (студент 3-5 го курсов, либо заочного отделения).



Основные плюсы:

1. Точность в работе: у Вас есть возможность обучить человека, согласно своих стандартов, учитывая, отсутствие

предыдущего опыта он будет использовать только Ваши принципы работы.

2.Повышение безопасности: составив правильную мотивацию и предоставив бесплатное, качественное обучение профессии Бариста и продажам, сотрудник будет нацелен повышать свой уровень профессионализма и прибыль заведения в целом, вероятность воровства в этом случае сводиться к минимуму

3.Снижаете риски по оплате труда. Зарплата молодого специалиста значительно меньше, чем опытного.

Основные минусы:

1.Вам необходимо будет оплатить обучение Ваших сотрудников мастерству БАРИСТА.

2.Контроль качества. Первый месяц отслеживать правильное выполнение приготовления напитков и правил использования инструментов продаж.



По своему опыту сделал вывод, что в России, Украине и странах СНГ – более актуальным является взять молодых сотрудников без опыта работы, учитывая специфику бизнеса, достаточно довольно небольшого промежутка времени, чтобы обучить их до достаточного уровня. В своей практике я принял именно этот путь. Выработал специальный экспресс-курс, который подобрал лучшие тенденции Италии (именно на профессионалов из этой страны ровняется весь цивилизованный мир любителей и профессионалов кофейной индустрии). Он позволяет мне подготовить специалиста для моих и партнерских кофеен в течении 2х дней. Изучив рынок, на сегодня никто в

Украине и Российской Федерации на практике не предлагает за столь короткий срок и низкую цену – подобного высокого уровня профессионализма. Подтверждением этому являются более 100-тни тренингов, которые я и мои сотрудники, провели в последние 2 года для барменов- бариста и предпринимателей из городов России (Москва, Ростов-на-Дону, Белгород, и др.) и Украины.

Десятки кофеен открылись со специалистами прошедшими у нас именно этот курс, в том числе и кофейни под нашей торговой маркой MY COFFEE.



Яблочный пирог и Горячий шоколад - Кофейня ТМ MY COFFEE г. Борисполь

Очень важной составляющей в обучении Вас и Ваших сотрудников, является неподдельное желание обучаться. Это желание возникает либо само собой у предпринимателей, обратившихся в тренинг-центр, желающих, во что бы то ни стало достичь успеха, либо это желание, нужно побудить – показав необходимость этих знаний и умений для достижения Ваших результатов. Зачастую на практике, мотивировать необходимо именно сотрудников, которых принимает на работу клиент, партнер и франчайзинг.

Шаг 5. Регистрация бизнеса

Очень многих предпринимателей обратившихся ко мне, да поначалу и меня лично, очень беспокоил этот вопрос. Что надо? Где это все взять? Как правильно зарегистрировать? Какие документы для этого нужны? Сколько все будет стоить? и т.п. На сегодня хочу всем раскрыть занавес, что ничего страшного и тем



более невозможного здесь нет. Основная преграда - это запутанная система контролирующих органов, которая, к сожалению построена таким образом, что предпринимателю необходимо «обить» много порогов, только для того, чтобы работать на законных основаниях и в итоге платить налоги. Мы, конечно, все же ждем от государственных органов совершенствования системы, и некоторые шаги уже сегодня сделаны в эту сторону, спасибо им за это, но в любом случае не лишними будут те рекомендации, которые я предоставляю далее. Адреса всех контролирующих органов которые Вам понадобятся, относятся к району в котором Вы прописаны - регистрация ЧП. Либо к месту, в котором будет, проводится деятельность – СЭС и пожарная безопасность.

Регистрация классической кофейни и фаст-фуда – отличается от небольшой точки сегмента стрит-фуд или авто-кофейни.

Для регистрации требуется:

1. Стрит-фуд и авто-кофейня:

- 1.1.** Регистрация физического лица предпринимателя у государственного регистратора
- 2.2.** Регистрация в налоговой службе. Получение свидетельства плательщика единого налога.
- 3.3.** Регистрация в пенсионном фонде.
- 4.4.** Получения разрешения на деятельность от главного врача СЭС.
- 5.5.** Получение разрешения от пожарной службы безопасности.

2. Классическая либо фаст-фуд:

- 1.1.** Если алкоголь отсутствует и нет своего производства, например кондитерских изделий и прочего, то возможна регистрация таким же образом, как и стрит-фуд
- 2.2.** Если есть наличие алкоголя – дополнительно оформляется лицензия на алкоголь в налоговой службе.
- 3.3.** Если планируется свое производство – то усложняется регистрация в СЭС и пожарной службе безопасности. Официальные платежи составляют около 100 евро. Но для ускорения оформления, скорее всего, потребуются дополнительные неофициальные платежи. Иначе затянуть оформление документов легко можно на полгода, и более.
- 4.4.** В моей практике, если заведение размещается на территории торгового или развлекательного центра – подобные платежи чаще всего берет на себя его руководство и администрация, но не всегда.

Шаг 6. Привлечение клиентов

Открывая свою кофейню, еще до заключения договора аренды, мы обязательно должны ответить себе на вопросы, почему люди придут в мою кофейню, и почему они будут покупать мою продукцию? Кто мой потребитель, чего он хочет, и есть ли он в этом месте?



Какие цели я преследую - привлекая клиента? Как я, могу достичь этих целей?

Пойдем по порядку.

Я, как и большинство из Вас, уверен в том, что цель любого предпринимателя – это прибыль. Он получает ее, продавая продукцию: кофейные напитки, кофе, чай, кондитерские изделия и прочее, с определенной наценкой. И чем выше наценка, тем больше с единицы продукции может заработать предприниматель. Так же важно, чтобы наценка была востребованной – т.е. приемлемой для покупателя и конкурентной.



Посетители - Кофейня ТМ MY COFFEE г. Борисполь

И так, прибыль зависит от:

- величины наценки на продукцию. Наценка в нашем случае самая высокая на напитках на основе кофе и составляет от 200 до 1000 % в зависимости от формата заведения.
- количества проданной продукции, чем большее количество продано, тем выше прибыль
- количества покупателей
- величины покупки каждого покупателя

Учитывая эти основные величины, определяем как мы, можем использовать их и повлиять на увеличение прибыли.

Этому способствует:

1. Качественная работа бариста по приготовлению напитков на основе кофе. Если напиток приготовлен правильно, потребитель по возможности обязательно вернется к Вам.

2. Выполнение правил продаж и дружественная коммуникация с потребителем.



Правила продаж нацелены на обязательные подсказки, для упрощения потребителю принять решение. Например, в моей практике, если человек подошел и не может выбрать, то мной или моим сотрудником, в обязательном порядке рекомендуется напиток, например Латте с карамельным сиропом и вдобавок подсказываем, что это наиболее востребованный напиток. Получив согласие, предлагаем из 3-ех объемов напитков, которые готовите – тот, который больше. В большинстве случаев получаем согласие. Приготавливая напиток, я рекомендую взять с собой, например круасан или пирожное, а так же предлагаю взять молотый кофе с собой, отметив его чудесные вкусовые и ароматические свойства. Таким образом, я получаю лояльность потребителя, который склонен ко мне возвращаться, а также я

подвел его к покупке одного из самых выгодных для меня и него напитков, увеличил покупку по объему напитка, и продал дополнительные товары кондитерские изделия либо кофе, чай на развес. Это относительно стандартный пример, влияния работы бармена-бариста на увеличение среднего чека покупателей и повышения их лояльности к моей кофейне.

3.Акции. Их можно разделить по назначению.

а) Для повышения количества потребителей (угощение бесплатным кофе американо и эспрессо на открытии кофейни)

б) Для увеличения среднего чека (пример: «покупателям с чеком на 50 грн и более бонус - такой-то» - это мотивирует покупателя докупить на необходимую сумму и вернуться снова в ваше заведение.

Как избежать подводных камней?

Возможность минимизировать риски, купив франшизу.



Открытие кофейни, как и любого другого бизнеса, влечет за собой как дополнительные возможности – прибыль, так и риски. А ведь всем нам так хочется поменьше рисковать, а еще лучше избежать рисков. Хочу сказать, что исключить риск вообще не получится, как ни старайся, но минимизировать его это посильная задача практически каждому желающему.

Давайте рассмотрим основные риски:

1. Основной риск – потерять свои деньги, которые вкладываем в бизнес
2. Риск большой потери времени на открытие кофейни
3. Риск не получить желанную прибыль в итоге – низкая доходность либо ее отсутствие

Довольно часто предприниматели сами задавали мне вопросы:

1. Сколько денег потребуется «на все»? - Ведь без опыта работы в данной сфере сложно в точности просчитать, сколько в итоге потребуется.
2. Какой срок окупаемости?
3. Какая доходность одной точки может быть?
4. Какая арендная ставка наиболее подходящая?
5. Сколько времени на открытие может понадобиться?



И многие, многие другие вопросы. Так, где же искать ответы?

В действительности можно пойти самостоятельным путем – проб и ошибок, либо обратиться к профессионалам – специалистам в этой области. Так же подходящий вариант в данном случае, воспользоваться опытом известных кофеен купив франшизу. Задачу ответить на все вышеуказанные вопросы и избавить Вас от большинства «подводных камней», берет на себя правообладатель франшизы за определенную плату («паушальный взнос» и «роялти».)

Какой бы вариант Вы для себя не выбрали, необходимо помнить одно, успех Вашего бизнеса в Ваших руках. И независимо от возможностей и помощи со стороны, Ваше участие в работе и развитии Вашей кофейни является ключевым и самым важным.

В создании книги участвовали:



Александр Воеводин
Автор книги
Руководитель проекта
(Сеть-кофеен ТМ MY COFFEE)



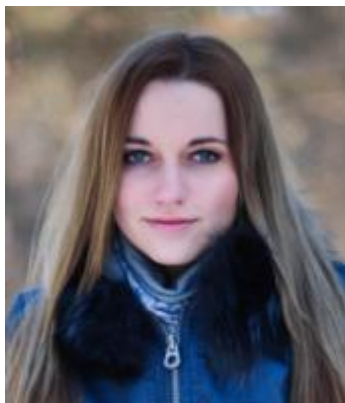
Людмила Грунская
Редактор
Директор департамента
продаж (Сеть-кофеен ТМ MY
COFFEE)



Константин Мищенко
Редактор фото
Мастер бариста (Сеть-
кофеен ТМ MY COFFEE)



Павел Обод
Главный редактор
CEO (Sloboda Studio)



Виктория Демиденко
Фотограф



Владимир Гуменюк
Директор кофейни - (ТМ MY
COFFEE г. Борисполь)



Назарий Медуха
Редактор
Менеджер по инфо-
маркетингу (Sloboda Studio)



Елизавета Приходько
Редактор
Менеджер по франчайзингу
(Сеть-кофеен ТМ MY COFFEE)



Владислав Янковский
Редактор фото
Мастер Бариста (Сеть-
кофеен ТМ MY COFFEE)



Анастасия Гордиевич

Редактор

*Менеджер по e-mail
маркетингу (Sloboda Studio)*



Каракай Владислав

Компьютерная верстка

*WEB-Дизайнер (Сеть-кофеев
TM MY COFFEE)*



Достаток, комфорт, уют друзей и множество приятных знакомств – это лишь не многое из того, что подарит вам своя кофейня. Нужно лишь посвятить ей свое время, настойчивость, преданность и любовь... Уверен, данная книга поможет вам сделать первый шаг к открытию собственной кофейни.

Александр Воеводин

Украина, г. Харьков
ул. Академика Павлова 271, 1 этаж, офис 5
+38 (066) 451 0771 | www.mycoffee.in.ua