

Как повысить эффективность ресторана фри фло

🕒 24 Мая 2018



Всеобщий тренд демократизации ресторанной отрасли подразумевает упрощение форматов. В связи с этой тенденцией обостряется конкуренция между заведениями фри фло и традиционными ресторанами с официантами. Сегодня гость перестаёт считать обслуживание официантами преимуществом, если он получает быстрый и качественный сервис. За счёт внедрения современных технологий повышается лояльность гостя, и тот впоследствии чаще делает выбор именно в пользу фри фло.

Что это за зверь...

Первоначальная идея модели фри фло, что в переводе с английского означает «свободный поток», принадлежит Ули Прагеру, основателю компании Mövenpick. В 1948 году он открыл ресторан *Marche Mövenpick*, суть которого была невероятно проста: подавать высококачественную еду быстро и доступно. По другой версии, считается, что фри фло изобрели во Франции с целью облегчить работу официантов. Так или иначе, идея была принята на ура, и сегодня концепт фри фло ярко выделяется в сегменте фаст-фуда.

Чем же так привлекателен концепт фри фло для посетителей? В первую очередь, эти

заведения славятся разнообразным меню ресторанного уровня. Многие из них разделяют помещение на зоны с блюдами разных кухонь, где каждый гость может найти что-то по вкусу. Приятное впечатление от самого блюда дополняется процессом его приготовления, ведь фри фло предполагает открытую кухню, где еду готовят для каждого гостя индивидуально. Не меньшую роль играет скорость обслуживания, свобода от очередей и качественный сервис. С фаст-фудом подобные заведения объединяет демократичная обстановка, невысокие цены и скорость приготовления блюд. Различие же состоит в подходе к продуктам: в заведениях фри фло используют более качественные и свежие ингредиенты. Еду начинают готовить сразу после того, как гость совершит заказ, поэтому в свежести блюда сомневаться не стоит.

Формат фри фло с точки зрения гостя:

- еда готовится на виду;
- можно самому выбрать кусок мяса для стейка;
- разрешается свободно пробовать блюдо с выкладки.

Формат фри фло с точки зрения бизнеса:

- высокая оборачиваемость столов за счёт скорости обслуживания;
- обслуживается большее количество гостей;
- норма списаний чуть выше, чем в обычном а ля карт из-за готовой еды.

Экономическая модель фри-фло подразумевает невысокий чек и большое количество гостей, поэтому рестораны подобной концепции открываются в зонах с высоким трафиком. Это могут быть помещения на центральных улицах, крупные бизнес-центры, аэропорты, большие торговые центры. К сожалению, столики бронировать нельзя: концепция фри фло подразумевает свободную рассадку. У традиционных ресторанов заведения фри фло позаимствовали стильный интерьер и хорошую посуду, но особая демократичная атмосфера позволяет любому гостю чувствовать себя комфортно. Аудиторию подобных заведений составляют посетители, делающие дорогие заказы в точках фаст-фуда, и те, кто предпочитает более дешёвые блюда в ресторанах а ля карт.

...и с чем его едят

Быстрое обслуживание гостей в ресторанах концепции фри фло происходит благодаря клубной системе: при входе посетитель получает бесконтактную карту, на которую впоследствии записывается информация о его действиях. Так, в популярных ресторанах Marketplace установлена клубная система Tillyrad, которая избавляет гостя от необходимости оплачивать каждую покупку. Это особенно важно, когда прилавок или станций-островов много и между ними существует пэйринг, например «гриль + салат-бар + винный бар». В Marketplace пространство представляет собой некий международный рынок в формате ресторана, где есть и азиатский вок, и русский борщ, и американский сэндвич. При первом посещении гость может немного растеряться, но большинство возвращается снова. Повар всегда посоветует что-нибудь интересное и даже подскажет рецепт, ведь общение с гостем происходит без посредников. Как раз за счёт отсутствия официантов и повышается скорость обслуживания.

На каждом прилавке Marketplace установлен следующий комплект: iPad с системой Tillypad, с которым работают повара; iPad mini, на котором гость видит свой заказ; бесконтактный считыватель, к которому гость прикладывает карту для добавления в свой счет выбранных позиций.

«Без клубной системы повара не смогли бы одновременно готовить, принимать оплату и осуществлять довольно долгий процесс стерилизации рук. Нужно было бы ставить либо кассиров на каждом прилавке, либо разграничивать зону рынка с прилавками и посадки, чего нам делать не хотелось, ведь концепция фри фло подразумевает единое пространство. Клубная **система Tillypad** эффективно решает все эти проблемы и экономит фонд оплаты труда», — добавляют представители Marketplace.

Клубная система Tillypad очень удобна и для посетителя, и для самого заведения: повышается скорость обслуживания и очередь не образуется даже в самые часы пик, как во время бизнес-ланчей. Вместо ожидания у кассы гостю предлагается свободный выбор блюд у прилавков. Пользуясь услугами ресторана, он оплачивает счёт на выходе после считывания карты, где отмечены все заказы. Для рестораторов введение системы автоматизации позволяет упростить внутренний учёт и ускорить работу персонала: повара принимают заказы гостей в системе Tillypad прямо с iPad, сами делают перемещения между складами, заказывают отгрузку, снимают остатки и проводят инвентаризацию. В этот же момент все данные через систему автоматизации поступают в центральный офис сети.

В будущем в ресторанах формата фри фло гости будут расплачиваться на месте через приложение банка на своем смартфоне. Сервисная модель постоянно развивается и, возможно, всё же будет сочетать в себе элементы фри фло со стандартным обслуживанием официантами.

www.tilypad.ru

т. 8-800-755-11-11

Опубликовано в журнале «Ресторановедъ» №4 2018 года

ДРУГИЕ СТАТЬИ

[Смотреть все >](#)



IT И АВТОМАТИЗАЦИЯ РЕСТОРАНОВ

Мировые бренды от ККС для ведущих специалистов в фастфуд-индустрии



IT И АВТОМАТИЗАЦИЯ РЕСТОРАНОВ

Итоги 2017 года: большие перемены, крупные проекты, новые технологии



IT И АВТОМАТИЗАЦИЯ РЕСТОРАНОВ

Автоматизация: быстро, точно, удобно, надежно

В преддверии 2018 года Дарья Пуйто, начальник отдела продаж ГК ККС (Санкт-Петербург), рассказывает об

Игорь Ситник, генеральный директор компании «ЮСИЭС СПб», подводит итоги уходящего года.

Подавляющее большинство рестораторов уже понимает: автоматизация бизнеса – это осознанная необходимость.



Restoranoved.ru - портал о ресторанном бизнесе для рестораторов, шеф-поваров, сомелье...

ПОДПИСАТЬСЯ

Новости
Темы статей
Эксперты и консультанты
Авторские рецепты
Каталог компаний
Реклама

СЛЕДИТЕ ЗА НАМИ В СОЦСЕТЯХ



© Restoranoved.ru - портал о ресторанном бизнесе
ООО "Издательство "Наша деловая пресса",
Медиагруппа "Лучший Выбор" © 2010 - 2016

Создание сайта -