

探讨如何经营一个有盈利的面包店

才子谦

(北京麦达人餐饮管理有限公司,北京 101299)

摘要:本文先分析了在面包店经营过程中存在的问题,通过加强原材料、卫生等细节管理,以保证面包店有序且盈利经营,重视对顾客的情感管理与服务管理,进一步增强顾客满意度,对门店整体进行设计,加深行人印象,有利于其进入店内并购买产品,为面包店日均销售量与销售金额提供保障,以期面包店长远且盈利发展。

关键词:经营管理;面包店;盈利经营

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.19.115

每家面包工业的经营模式以及规模均有差异,因此,如何在竞争激烈的烘焙行业立足,并在经营过程中尽可能多的获得经济效益是面包店需重点考虑的内容。实际经营中,明确存在的问题,采取科学的经营措施,促使面包店经营利润得以保障,并始终呈现盈利趋势,推动面包店持续、良性发展。

1 传统边面包店经营存在的问题

面包店经营管理过程中,需要大量的人力,但现阶段,从事面包工业的工作人员越发缺乏,很多面包店出现人工短缺的问题;因面包的特殊性,需保证产品当天制作当天售空,但很多面包店对于产品的制作数量不能做到有效把控,极易出现生产不足或产品过剩的现象发生;为了满足上班人群早餐需求,并为其提供新鲜产品,面包烘焙人员需起早工作,久而久之,会因疲惫感而对该项工作生成厌倦心理;面包种类有着多样化的特点,且不同面包的制作时长不同,为了在顾客购买时能够将所有面包品类呈现到顾客面前,就需保证生产流程的紧凑性,在这种工作模式下,一旦突发临时障碍,将会被大程度影响生产速度,甚至无法保证面包品质。

烘焙技术人员缺乏随着该行业的不断发展而日趋严重,甚至还存在技术人员跳槽的问题,极易使规模较小的面包店息业。一些面包店通过使用冷冻面团完成面包的制作,不仅可以减少生产时间,还能够起到节约人工成本的作用,但直至今天,预混粉仍无法做到广泛应用,同时冷冻面团的种类较少,且不能实现大规模普及。上述所列举的各类问题均是导致面包店无法盈利经营的重要因素,甚至不利于面包店的正常经营,有待重视并解决^[1]。

2 实现面包店盈利经营的有效对策

2.1 选择合适地点

面包店作为普遍存在于线下的门店,需对其地址进行合理选择,尽可能建设在特殊区域的商业中心,但应保证同其他面包店相避开,为门店客流量提供保障,同时,也可以建设在交通枢纽处,该区域具有人流大的特点,有利于产品的出售。或选择学校密集区,一般来说,上班人群以及学生是产品的主要销售群体,将面包店设置在该处,能够获得可观的利润。选址过程中,尽量避免住宅小区,尤其是新建小区,因小区离家较近,因此很多消费群体不会在回家的道路上做过多停留,严重影响产品的销量,甚至还会出现产品剩余现象,造成二次损失。而对于上班人群,其更希望在离公司较近的面包店购买产品,以保证面包的完整性与新鲜程度。对于新建小区来说,尽管基础设施较为完善,且具有交通便利的优势,但整体而言,人员的入住率不高,且这类小区一般在远离城市中心的地区修建,若将面包店建在该处,不仅会呈现亏损经营的不良现象,甚至会在短时间内便面临倒闭的风险。

2.2 做好门店设计

通常情况下,盈利的面包店会建设在城市商业街中,但众多面

包店的建设,无形中会影响日常产品销售量,对此,为了始终保持面包店的赢利优势,就需在原本门店的基础上进行设计,以此吸引消费者的驻足并进入门店内,带动产品的销售。富有个性化的门店设计能够加深顾客的印象,还能起到广告宣传的目的,激发顾客的探索欲望。开展设计工作时,需包含两个关键元素即店面定位以及服务内容,尽可能做到向消费者宣传品牌的同时促使其初步了解面包店的品类名称,该种设计理念可以使消费者即使不进入面包店也能够知晓其营业范畴,并在第一时间对门店产生全面的认知。完成上述基本设计工作后,方可开展 LOGO、美化的设计工作,在对 LOGO 字体进行设计时,很多面包店为了体现出门店的独特性与高端性,会将原本品牌名设计为英文或繁体形式,以此用来区别于同一区域内的其他面包店,但以传播学的视角来看,越是大众化的字体,越能够拉近与消费者之间的距离,促使其生成亲切感,达到快速且广泛传播的效果。因此,在设计时,尽可能使用易被顾客识别与理解的宋体字,采取更为简单的设计方式实现视觉传达的目的。此外,还需注重门店色彩的设计,依托于五官营销理论,融合产品调性与色彩,尽可能与周边环境相互呼应,能够起到良好的引流作用,并突出面包店的卖点,进而实现面包店盈利利润再次增长的目的^[2]。

此外,还需做好面包店内部的设计,现如今,很多面包店将“制作看得见、卫生看得见”作为经营理念,以此吸引消费者,这一宣传形式也获得了可观的销售量与销售额,实现面包店的稳定且盈利经营。但大部分面包店在店内方面的设计趋于形式化,对门店加以装饰,为了营造一种惬意感,使用暖色灯光或棕色桌椅,但这种设计方式不仅无法起到吸引消费者做过多停留的目的,还不利于将产品的优势发挥出来。对此,需重视店内的设计工作,尽可能将其设计成符合明亮、清洁以及卫生的基本条件。在选择灯光时,要满足消费者的喜好,同时,还需与门店整体设计相适应,避免风格之间的差异性。比如在设计时,可以应用乳白色或浅米色的无害材料涂抹墙壁,促使店内环境更加明亮。还应注重店内各设施以及面包架的摆放,做好重新规划,按照不同规格以及高度进行合理摆放,以此扩大顾客行动空间,避免高峰期时发生堵塞。加强对店内整体环境卫生的重视,在制作产品时,及时清理溅落到外部的奶油及材料,每日擦拭面包架,定期清洗面包店门窗,满足消费者对于卫生及食用安全方面的需求。此外,做好日常通风,不仅可以保证面包店空气流通,为顾客营造良好的购买环境,在产品制作时所产生的味道会扩散到空气中,激发消费者的购买欲。而洁净且通风良好的环境,能够使面包店的产品制作人员以及服务人员始终保持愉悦的心情,制作出高品质的产品,并将更优质的服务提供给消费者,从根本上增强顾客的满意度。

2.3 落实细节管理

不同于其他生产工厂按组展开各项工作的模式,很多面包店在

实际经营中,常会忽视日常生产管理工作,但对于面包店来说,细致化管理工作的开展能够获得显著的经济效益,实现利润最大化,促使面包店始终保持盈利的经营趋势,管理过程中,主要管理内容如下:

第一,严格把控面包制作原材料以及包装材料的购买量。不同于其他产品,面包的保质期极短,最多不超过三天,而对于奶油蛋糕来说,其保质期以及最佳食用期会更短,间接说明制作产品的原材料保质期也较短。因此,在购买各类制作材料时,需合理控制购买量,避免造成不必要的浪费,实际购买时,仅需保证能够维持几日的安全贮存量,并应付偶尔变动的产量即可,既降低了材料日常管理难度,又可以减少浪费,进而达到节约采购成本的目的。

第二,养成清洁卫生的习惯,保证制作环境与门店内部洁净,给顾客以舒适感,为其安全食用提供保障。面包店在经营过程中通常会认为聘请专门负责清洁工作的员工会增加面包店运营总成本,进而降低门店经营利润,便安排店内服务人员或产品制作人员简单清扫。但这种方式不仅影响其他工作人员的工作效率,还无法保障整体卫生与安全,而这两项内容是烘焙产品需具备的基本条件,只有在作业环境清洁,制作设备干净,卫生良好的情况下,才能保证烘焙产品的安全性。

第三,建立科学且系统的会计制度。为了进一步明确面包店的利润来源以及各类产品的获利情况,就需依托于完善的会计制度,针对生产过程中存在的浪费现象,找出原因并解决,如产品制作人员未养成材料称量习惯,便无法保证产品重量,极易出现面团剩余的问题,对此,要求其制作前对原材料进行准确称量。会计制度可以起到控制人力费用以及原材料费用的作用,以此避免浪费的不良现象发生,促使面包店始终保持稳定经营,并获得良好的经济效益以及最大的经营利润。而依据会计制度的经营方式还可以进一步提高面包店的核心竞争力,实现长远且良性发展。

第四,制定健全的签领制度。面包店原材料进出以及制作过程时产品交接工作均需在完善的签领制度的约束下进行,促使责任更加分明。比如,在购买原材料时,会有部分材料需存进保鲜库中,对此,需明确原材料存放量以及实际签收数量,严禁出现预签或补签。此外,除了原材料购买需签收外,产品制作人员在领取材料时,也需经过签收环节,详细记录所领取的材料量制作出的面团数量,并在签收单上签名,生产过程中,应对每一阶段面团的重量及数量进行记录与签名。通过签领制度的落实,可以对制作人员以及原材料采购人员的行为加以约束,并起到实时管控浪费行为的作用,还能进一步了解面包店整体生产情况以及产品实际数量。

第五,按照类别对原材料进行存储。原材料选购结束后,需在第一时间进行保鲜贮存,但在开展该项工作时,需依照材料性质与类别进行分类存储,同时,还有部分原材料需经过特殊处理后,方可放进保鲜柜中。对此,产品制作人员需加强对烘焙材料相关基础知识的学习,了解其本身性质,采取科学且正确的方式完成材料的存储工作,规避因原材料不合理贮存发生变质、污染等问题。

2.4 加强顾客管理

顾客是保证面包店持续盈利发展的关键,为了增强顾客的信赖感以及满意度,仅对产品品牌进行打造、提高产品品质是远远不够的,一般来说,顾客的主观情感也是影响其决策的重要因素,对此,在经营面包店时,需了解顾客的实际需求,尽可能做到记住每一位顾客得基本信息,并为其提供最优质的的服务,以此来维护与顾客之间的情感,这种基于顾客心理的经营模式也可以被叫作顾客管理。面包店经营过程中,会遇到不同类别的顾客,如回头客、过路客、忠实顾客以及最佳顾客等。

首先,过路客指无意中路过门店并进入店内产生消费行为的

人,这时便是门店设计工作优势的最好说明与体现,只有富含个性化的设计并在工作人员优质服务的衬托下,才能激发该类顾客的探索欲及购买欲。在服务过路客时,需将服务目标设定为将其转化为回头客上。

其次,回头客即指经常光顾面包店的消费者,回头客的存在间接说明了所经营的面包店在某方面或多方面优于其他门店,比如刚好有满足顾客口味的面包种类、被所提供的服务所感染或面包品质优良等,这类顾客是发展成为面包店忠实顾客的群体,对此需重视回头客的心理感受,尽可能满足其多样化需求,为门店的销售量提供保障。

再次,忠实顾客是由回头客发展而来,忠实顾客的增多表明其对于面包店中某些产品的满意度较高,且门店的服务以及环境促使其切身体会到归属感并被重视,有希望成为面包店的最佳顾客。

最后,最佳顾客,若在面包店经营过程中,有很多最佳顾客,则说明门店的盈利情况可观,因该类顾客能为面包店带来巨大的价值,可以成为门店的免费宣传者。通常来说这类顾客是面包店最为重视的消费群体,因其已对门店产生依赖感与信赖感,能够将店铺推荐给他人,实现经济效益最大化^[1]。

为了维系忠实顾客与最佳顾客对面包店的信赖度,就需做好顾客管理工作,可以从四方面着手:

其一,顾客管理,对于来到面包店购买用于庆祝生日或纪念日商品的顾客,需详细并准确记录顾客姓名与日期,并在每年同一时间送去祝福,达到跟踪服务的效果。

其二,常客管理,当面包店开展促销或赠送等优惠活动时,需在第一时间告知给老顾客与回头客,邀请顾客参与到各类活动中,以此提高顾客整体满意度。

其三,情感管理,设计年历、贺卡等,在节日当天送给前来购买产品的顾客,对于忠实顾客以及最佳顾客可以采取发信息或发放优惠券的方式,以此增加该类顾客的来访次数。

其四,现场管理,在对顾客进行服务时,需保证每名店内服务人员均以和蔼可亲的态度将最优质的服务提供给顾客,懂得站在顾客的角度思考问题,以此了解其真实需求,尽可能记住每位回访顾客的姓名,并配以恰当的称呼,使顾客切身感受被尊敬,有利于其对面包店产生好感,促使门店整体销售额增加。

3 结论

烘焙工业想要实现盈利的经营目的,就需加强对原材料以及制作设备的管控,以此提高产品品质,为顾客安全食用提供保障,增强其对面包店的信赖度。同时还需重视门店的设计,达到吸引行人的效果,有希望将其发展成为过路客、回头客甚至是忠实顾客,增加产品总销量,促使经营效益最大化。

参考文献

- [1]王紫雯.面包生产数量与最大收益问题简析[J].青年与社会,2019(06):124.
- [2]王麒麟.城市商业街店面门头设计浅析[J].建筑科学,2020,36(5):1.
- [3]朱兵.经营毛利率分析思路分享[J].中国乡镇企业会计,2020,000(004):86-87.