

Hvad skal du være
opmærksom på, når du
gerne vil starte din egen
restauration?



Der er rigtig mange ting du skal være opmærksom på, når du gerne vil starte din egen restauration - hvad end det er en bar, en café, eller en restaurant. Her kommer nogle konkrete råd du kan bruge, når du er i opstartsfasen.

Du kan bruge dette white paper som en guide, hvor du kan skrive dine overvejelser og konkrete beslutninger ind.

Du kan vælge at udfylde den på din computer, eller printe den ud. Du kan også bare læse den. Det bestemmer du.

Hvilken type restauration vil du gerne drive?



Det første du skal afgøre er, hvilken type restauration du vil drive. En restauration kan være alt fra en restaurant eller en bar til et ishus. Derfor skal du finde ud af, hvad du gerne vil lave og specificere det. En restaurant kan f.eks. lave alt fra burgere til gourmet. En bar kan lave alt fra sjusser og øl til fine cocktails. Et ishus kan sælge alt fra den klassiske trefarvede is til hjemmelavet is.

Når du vælger dit koncept er det altså vigtigt at du er konsekvent i dine valg, og ikke vælger i øst og vest. Det vil kun forvirre dine kunder og kan, i sidste ende, gå ud over din forretning.

Der er altså en masse ting at tage stilling til, allerede inden du kan gå videre.

Navnet



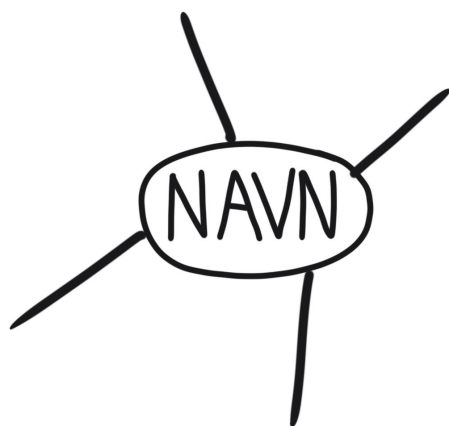
Navnet på din restauration er også en rimelig essentiel del. Der er mange måder at finde navnet på, men vigtigst af alt, så skal navnet repræsentere din restauration. Det kan navnet gøre på flere forskellige måder. Måske vælger du at opkalde den efter dig selv eller en, der står dig nær. Det kunne f.eks. være Sørensens eller Lasses Burger.

Det kan også være, at du vælger at kalde din restauration for noget, der fortæller, hvor restaurationen ligger. Det kunne f.eks. være Frederiksgades Café eller Ishuset på Østergade.

Du skal dog lige tage højde for, at du ikke kalder din restauration noget, der allerede er noget der hedder. Det gør selvfølgelig hele navngivningen en del sværere, men det handler om at være kreativ. Hvis ikke du selv synes du er særligt kreativ findes der flere forskellige "name generators" på internettet. Her kan du skrive nogle nøgleord om, hvad du gerne vil have navnet skal udstråle og så kommer den med en masse forskellige forslag til dig. Så kan du vælge ud fra dem, eller få inspiration.

BRAINSTORM

Du kan bruge denne side til
at brainstorme på idéer til
navnet på din restauration



Placeringen

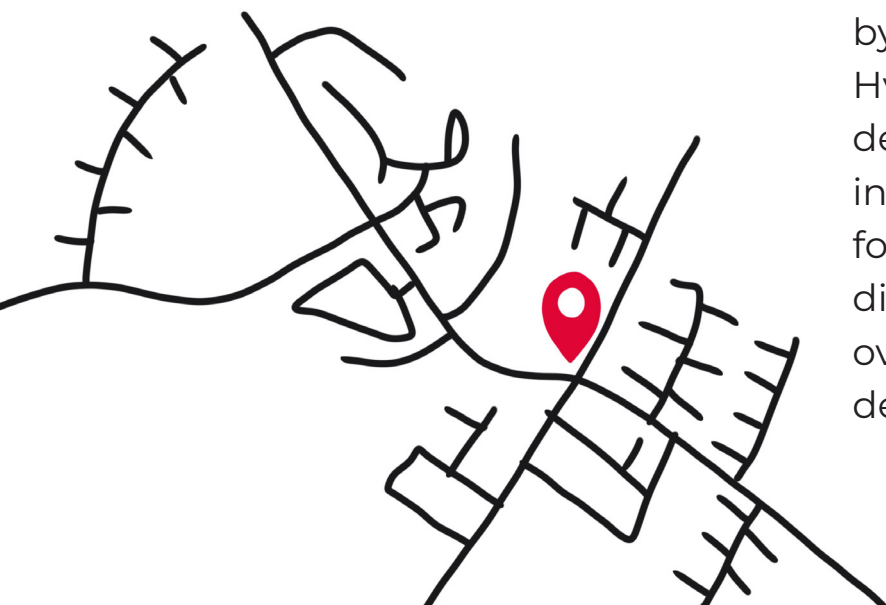
Placeringen har også en del at skulle have sagt, hvis du ønsker at din restauration skal have succes. Hvis du vælger at lægge et ishus et sted, hvor der i forvejen er et ishus eller to i nærheden, så er det nok ikke det mest optimale sted at placere det.

Det handler altså om, at finde en placering, hvor du kan mærke et behov. Det kan du finde ud af, ved selv at undersøge, hvor mange restaurationer, af din slags, der ligger i byen, hvor du

gerne vil placere dig. Du kan søge på nettet eller gå ned i byen og spørge folk på gaden, hvorvidt de har en mening om de mangler sådan en som netop din restauration.

Hvis du til gengæld bare virkelig drømmer om at have f.eks. et ishus på en havn, hvor der i forvejen ligger et ishus, så skal du gøre noget for at differentiere dig fra det nuværende ishus. Det kan være du selv laver isen eller vaflerne. Der findes mange muligheder. Tænk ud af boksen.

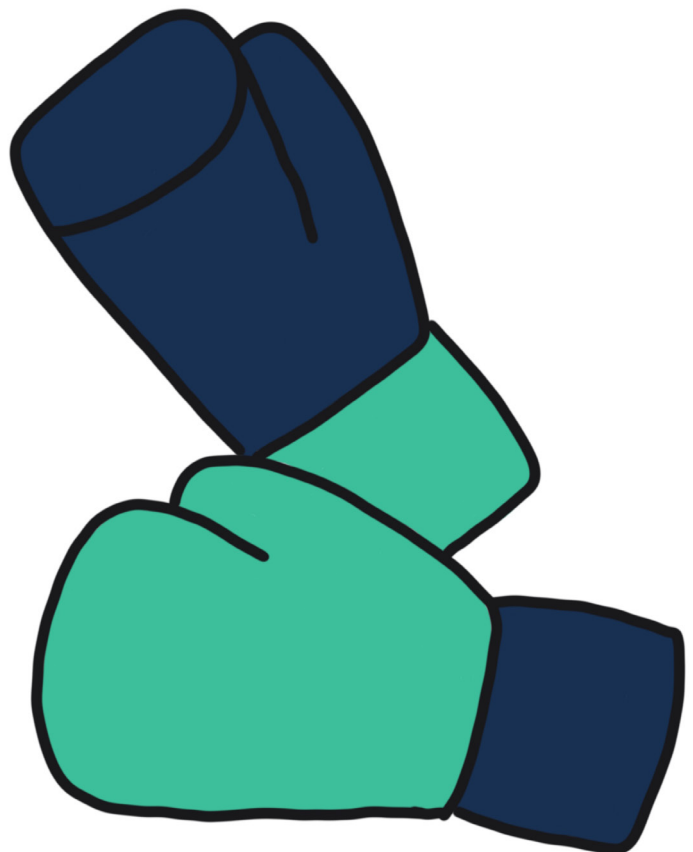
Kig også på størrelsen af den by du gerne vil placere dig i. Hvor mange indbyggere er der og hvad er det for nogle indbyggere? Er der et behov for en restauration som din? Gør beboerne i byen overhovedet brug af de tilbud der allerede findes?



Konkurrenter

Du kan kigge på, hvad dine konkurrenter gør - har de succes med deres restauration? Det skal lige siges, at bare fordi dine konkurrenter har succes med deres restauration, så er det ikke ens betydning med, at du også får det. Det kræver hårdt arbejde.

Men kig på, om de har succes. Har de fuldt hus hver aften? Tjener de nogle penge? Hvad har de på menuen? Passer deres pris med den kvalitet de tilbyder? Gør de noget ekstraordinært for at gøre opmærksom på dem selv? Gør de noget ekstraordinært for deres kunder?

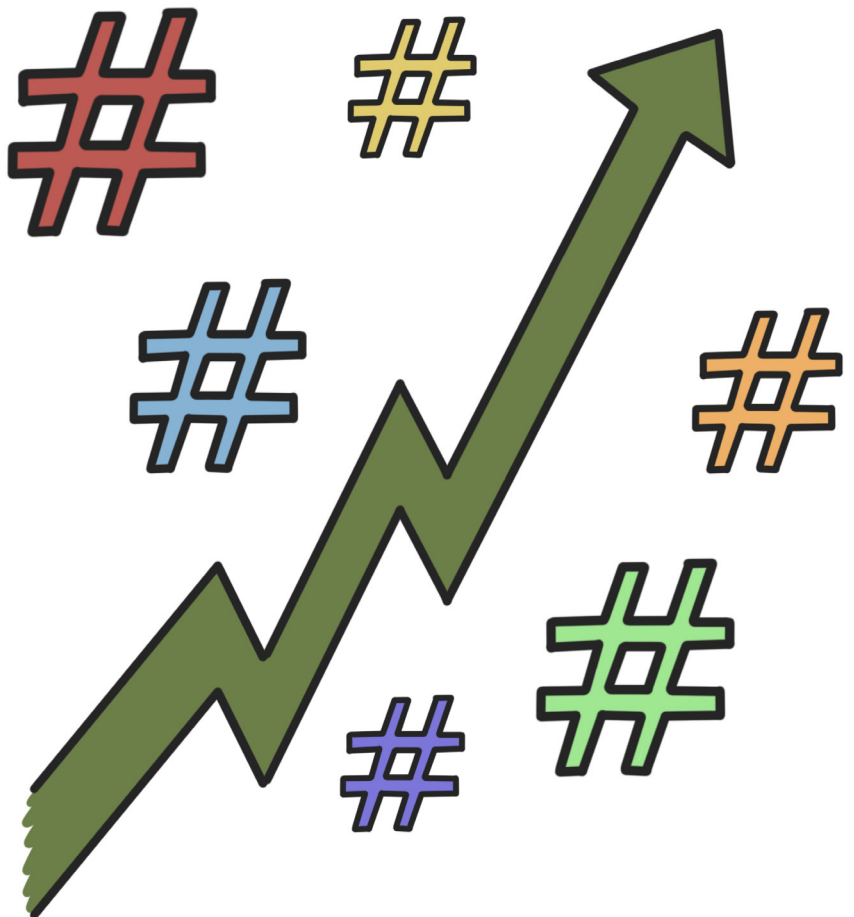


[illegible]

Trends

En ting du også kan overveje er, om der er nogle af de nuværende trends, der passer til dit koncept. Vegetariske og veganske restauranter har f.eks. stor succes de seneste år. Det samme har burgerrestauranter, der serverer alverdens forskellige slags burgere.

Det er selvfølgelig ikke ens betydning med, at du skal følge trenden, men måske det kan være med til at inspirere dig.



Afklar dit koncept

Når du har undersøgt dine konkurrenter, besluttet dig for hvilken slags restauration du gerne vil drive og fået styr på det grundlæggende, så er der flere spørgsmål du kan stille dig selv for at snævre dit koncept ind. Du kan bl.a. stille dig selv følgende spørgsmål:

- Hvor skal min restauration ligge?
- Hvad skal min restauration hedde?
- Hvad skal min menu bestå af?
- Hvilken prisklasse skal restaurationen ligge i?
- Hvor omfattende skal menuen være? Skal den være stor og alsidig eller lille og niche?
- Hvordan kan tidens trends inkluderes - hvis de altså kan?
- Hvordan skal indretningen være?
- Hvordan skal

restaurationen se ud og hvilken visuel identitet skal den have?

Når du har fået svaret på de ovenstående spørgsmål, så er det stadig vigtigt at du er konsekvent i dine valg. Du skal ikke afvige ret meget fra dine valg før du mister den røde tråd og hele dit koncept kan ende med at virke utroligt rodet. Hvert ting og element du vælger til din restauration skal bakke op om den identitet du ønsker. Hvis du gerne vil se, hvilke restaurationer, der virkelig har en gennemført visuel identitet, så tag et kig på f.eks. Heidis Bier Bar, Frankies, Syv-Ni-13 og Grød

Her kan du skrive dine stikord ned om dit koncept.

Hvor skal min restauration ligge?

Hvad skal min restauration hedde?

Hvad skal min menu bestå af?

Hvilken prisklasse skal restaurationen ligge i?

Hvor omfattende skal menuen være?

Hvordan kan tidens trends inkluderes - hvis de altså kan?

Hvordan skal indretningen være?

Hvordan skal restaurationen se ud og hvilken identitet skal den have?

En forretningsplan

Hvorfor skal du have en forretningsplan? Det skal du fordi den er grundstenen for mange ting - primært for at din restauration lykkes. Det er også afgørende for om banken vil dig låne penge. Hvis ikke du har en god, grundig og veludført forretningsplan, så får du svært ved at låne penge i banken - hvis du altså har brug for at låne penge i banken, vel og mærke.

Det kan også være du hellere vil have investorer ind over din restauration, fremfor banken. De vil også oftest forlange en veludført forretningsplan.

En grundig forretningsplan er også god at have som omdrejningspunkt i driften af din restauration. På den måde har du et standpunkt, der kan guide dig, hvis du står en dag, og alting er lidt uoverskueligt.

Der er flere forskellige måder at udvikle en forretningsplan på. Det kan være banken har en speciel måde de ønsker

det på - det kan også være dine investorer har det sådan. At udarbejde en forretningsplan kan være en lang proces, der kan trække tænder ud. Men det er super vigtigt at være grundig. Du skal overveje alle aspekter i din forretning og skrive dem ned. Du kan med fordel undersøge, hvilken forretningsmodel, der passer til dig og bruge den som skabelon. Der findes rigtig mange forskellige, så undersøg det grundigt og hav mange overvejelser med i spil, når du udarbejder den.

Men hvad skal en gennemarbejdet forretningsplan egentlig indeholde?

- **Mission** - hvad er din restaurations kernefunktion og hvorfor er der behov for lige netop den?
- **Vision** - hvad er fremtidens mål for din restauration?
- **Finansiering** - hvordan har



du tænkt dig at finansiere opstarten og hvor mange penge skal du bruge til det?

- **Beliggenhed** - hvor skal din restauration ligge?
- **Budget** - hvilken omsætning regner du med og hvilke udgifter regner du med at have?
- **Jura** - hvilke lovgivninger skal du være opmærksom på og hvordan har du i sinde at overholde dem?
- **Konkurrentanalyse** - hvem er dine umiddelbare konkurrenter og hvordan er du anderledes fra dem?

Der er rigtig mange ting, der skal være styr på, når du gerne vil starte en restauration.

Forretningsplanen er krævende, men hvis du lægger et godt stykke arbejde i, at få den udarbejdet, så har du gode forudsætninger for resten af dit restaurationseventyr.

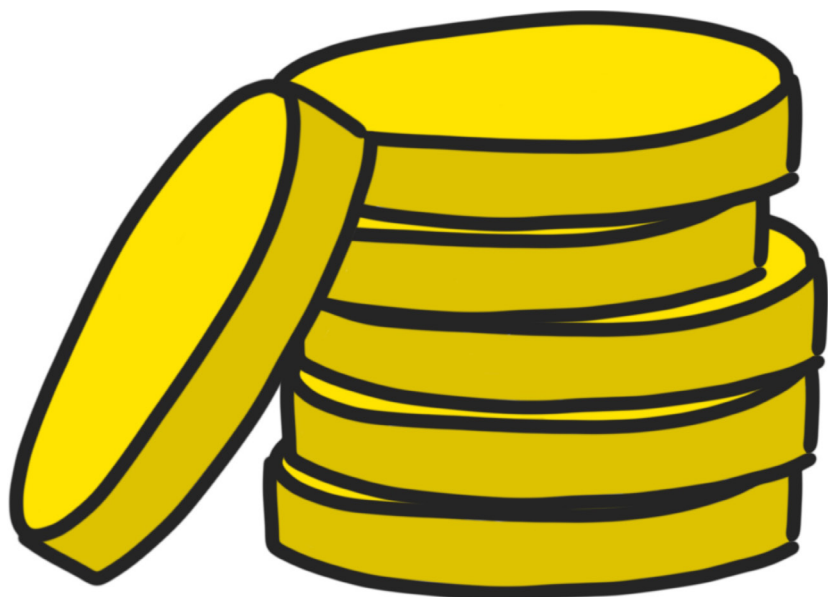
Hvis du til gengæld synes det virker uoverskueligt, og du har midlerne til det, så kan du søge hjælp hos professionelle. Især det lovgivningsmæssige kan være uoverskueligt, fordi der findes en masse forskellige regler, der skal overholdes. Nogle af de regler du skal være opmærksom på er:

- Hvis du importerer alkohol og tobak skal du betale punktafgift
- Du skal registreres ved Fødevarestyrelsen
- Hvis du vil sælge alkohol, så skal du have en alkoholbevilling
- Du skal registreres ved Næringsbanken
- Du skal have en forsikring på dine ansatte mod arbejdsskader, ulykker og sygdom
- Du skal overholde gældende regler for opbevaring af dine fødevarer

Hvordan snakker du med banken?

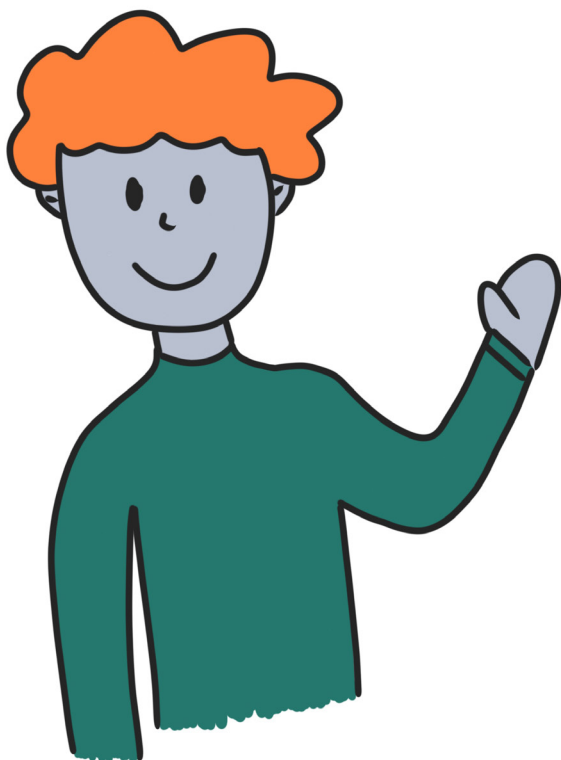
Først og fremmest skal du have en detaljeret og veludført forretningsplan. På den måde øger du dine chancer mest muligt for at banken siger god for dig og vil låne dig penge. Der findes, som sagt, flere forskellige måder at udarbejde sin forretningsplan

på. Snak eventuelt med en bankrådgiver og hør, hvad de gerne vil vide eller om de har bestemt måde de gerne vil have forretningsplanen på. Det er ingen skam, at spørge om hjælp - måske det endda kan spare dig for at skulle lave det hele om flere gange.



Ansæt de rigtige medarbejdere

Så langt så godt. Du har fået udarbejdet en solid forretningsplan og har fået helt styr på dit restaurationskoncept. Men hvad hjælper det, når du ikke har nogen til at hjælpe dig med at drive din restauration? Du er derfor nødsaget til at kigge dig om efter nogle



medarbejdere. Du skal beslutte dig for, hvad du leder efter, inden du begynder at ansætte. Det tager tid at finde de rigtige kandidater, men det er tid godt givet ud i sidste ende. Du skal overveje en del ting, så som:

- **Antal ansatte** - hvor mange ansatte har du brug for? Skal de være deltidsansatte eller fuldtidsansatte? Hvor mange skal der eventuelt være af hver?
- **Løn** - hvad vil du betale dine medarbejdere? Og er du måske villig til at give mere for den rette medarbejder?
- **Ansvar for de ansatte** - er der behov for at ansætte en, der har ansvaret for dine medarbejdere? Vurdér alt efter, hvor stor restaurationen er.

- **Personlighed** - hvem vil du gerne have ansat? Hvordan skal de være, passer de godt sammen med det resterende team? Har de det godt sammen socialt - både på arbejdspladsen, men måske også udenfor arbejdspladsen?
- **Kvalifikationer** - hvad skal dine ansatte kunne? Skal de have nogle specielle kvalifikationer som f.eks. flair for kundeservice?
- **Fastholdelse af medarbejdere** - hvad kan du, som chef, gøre for at fastholde dine medarbejdere?

Der findes mange andre ting du skal kigge efter, når du ansætter, men det er helt op til dig. Det afhænger af hvilke ting du leder efter i en medarbejder og hvilke kvaliteter du kigger efter. Det er selvfølgelig lettere sagt end gjort at ansætte medarbejdere.

Det er især svært nu, i restaurationsbranchen, hvor god arbejdskraft er en mangelvare. Overvej derfor, hvilke tiltag du kan tage som arbejdsgiver, for at gøre det attraktivt at arbejde hos dig fremfor andre restauranter.



Manglen på arbejdskraft kan f.eks. erstattes med selvbetjeningsløsninger. Der findes mange forskellige måder at gøre det på. En måde er ved at bruge et QR-selvbetjeningssystem. Her scanner din kunde en QR-kode, hvor dit menukort popper op. Herfra kan kunden bestille og betale. På den måde kan du erstatte nogle af dine manglende tjenere.



Din digitale markedsføring

Digital markedsføring kan være en jungle at finde rundt i. Om ikke andet er det efterhånden en vigtig del af det at drive en restauration. De fleste undersøger restaurationer på nettet, inden de besøger dem. Før i tiden gik det mund-til-mund, men selv her var det begrænset. Du kender det garanteret selv - du googler lige, der hvor du skal hen og spise, tjekker deres menukort ud osv. Det gør dine kommende gæster også.

Derfor er det første step i din digitale markedsføring at få lavet en hjemmeside, hvor potentielle gæster kan se dit menukort og hvad du har at byde på. Hvis ikke du selv har evnerne til, at lave en hjemmeside, så findes der heldigvis mange der kan. Det kan f.eks. være freelancere eller bureauer.

Du skal gøre op med dig selv, hvor mange penge du vil bruge på det. Bare husk at pris og kvalitet ofte hænger sammen. Det er det værd, at bruge lidt ekstra penge for at få en gennemført og lækker hjemmeside med gode billeder og et gennemført design. Hvis din hjemmeside ligner noget en 5-årig har lavet, så vil nogle muligvis tænke, at de ikke har lyst til at besøge din restauration. Sørg derfor for, at den røde tråd fra din restauration også kan mærkes, og ses, på din hjemmeside og i din digitale markedsføring.

Du skal også være opmærksom på, at du skal holde dit menukort og dine åbningstider opdaterede. Du skal derfor have mulighed for at kunne rette i den hjemmeside du får.

Det kan være en god idé, at implementere en mulighed for at booke bord via din hjemmeside. Det kan være en fordel for dine gæster såvel som dig selv. Gæsterne kan nemt booke bord, og du slipper for en masse telefonopkald og mails samt logistikken omkring bordbooking. Så kan du bruge din tid på andre ting.

Du kan også lave en "Om Os" side. Det kan være med til at styrke din restauration, hvis dine gæster kan læse lidt om restaurationens historie. På den måde kan de føle en personlig tilknytning til din restauration, fordi de føler de kender dig.



Nyhedsbrev

Det kan også være, at du har lyst til at sende nyhedsbreve ud. De kan omhandle mange ting. Det kunne bl.a. være, hvis der sker ændringer i menuen, åbningstiderne eller andre ting i din restauration. De kan også omhandle forskellige tilbud eller kampagner i forbindelse med en højtid.



Sociale medier

Hvis du har overskud til det, så vær til stede på de sociale medier. Det kræver mere arbejde end du lige tror. Det kræver, at du, eller dine medarbejdere, tager sig tid til at skabe indhold, der passer til din restauration og de sociale medier. Indholdet kan være forskelligt - nogle poster billeder fra service, nogle poster informationer osv. Du kan naturligvis lave en blanding af det, men sørg for at gøre det konsekvent, så du ikke har sociale medier, der ikke er blevet opdateret i flere måneder. De sociale medier er til gengæld en billig måde at nå ud til din målgruppe på. Det kan også være med til at understøtte det forhold gæsten føler til din restauration, hvis du f.eks. vælger at lægge "behind the scenes" indhold ud.

Vurdér, hvilke sociale medier, der passer til dig og din målgruppe. Hvis du eksempelvis er en bar, der forsøger at fange det unge publikum, så er LinkedIn

nok ikke lige det medie du skal forsøge dig med. Her er Instagram eller TikTok mere passende platforme, fordi langt størstedelen af unge mennesker allerede er på de platforme. På den måde har de nemmere ved at finde frem til din profil.



Google My Business

Google My Business er et gratis værktøj du kan bruge for at øge dit kendskab gennem Google. Her har du mulighed for at:

- Vise restaurationens åbningstider
- Vise billeder af maden, lokalerne, drikkevarerne m.m.
- Vise restaurationens adresse - på den måde kan du blive vist i lokalsøgninger og via Google Maps
- Tilføje kontaktoplysninger
- Lave en beskrivelse af din restauration
- Modtage anmeldelser fra dine gæster

Det kan være et rigtig godt

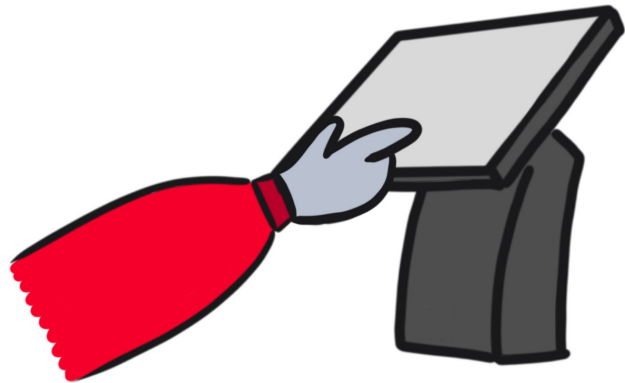
redskab at benytte, fordi dine potentielle gæster nemt kan tilgå den information de skal bruge.

Det faktum, at dine gæster har mulighed for at efterlade en anmeldelse kan også være et rigtig godt værktøj for dig at have. Du kan sagtens gå og sige, at din mad er den bedste og bla bla bla. Det virker bare mere overbevisende, når "almindelige" mennesker uafhængigt af hinanden også siger det. Derfor er anmeldelser af din restauration et vigtigt værktøj. Det kan få flere potentielle gæster til at vælge dig, frem for nogle af dine konkurrenter, hvis du har gode anmeldelser.

Når du så har fået en anmeldelse, så svar på den - hvad end den er god eller dårlig. Hvis den er god, så sig tak for roserne. Hvis den er dårlig, så forsøg at finde en løsning, så kunden igen bliver glad. Altid hold en sober tone, det ser bare bedst ud og virker mest professionelt.

Hvilket kassesystem skal du have?

Fra d. 1. januar 2024 træder en ny lovgivning i kraft - alle restaurationer skal have et digitalt kassesystem. Hvis du har planer om at åbne din restauration før d. 1. januar 2024 vil vi derfor anbefale, at du fra starten af, anskaffer dig et digitalt kassesystem.



Det er rimelig vigtigt, for at drive en velfungerende restauration, at du har et godt kassesystem. Derfor er det heller ikke helt ligegyldigt, hvilket system du vælger. Det kan være svært for dig at vurdere, hvad du skal bruge, hvis ikke du har drevet restauration før. Der kommer derfor her et par gode råd med på vejen til når du skal vælge:

Kassesystemet kommer i flere forskellige former og funktioner, prisniveauer og prisstrukturer.

1. Tænk over hvilke funktioner du har brug for. Har du kun brug for at kunne tage imod betaling, eller vil du også gerne have, at kassesystemet har nogle funktioner, der kan digitalisere og automatisere de trælse, manuelle processer?

2. Har du brug for nogle supplerende systemer? Nogle integrationer til dit kassesystem? Det kan f.eks. være vagtplanssystem, online bordbooking eller måske et regnskabssystem.

3. Hvor meget vil du betale for dit kassesystem?

Der findes mange forskellige funktioner i vores digitale kassesystem hos OnlinePOS. Det er dog ikke sikkert at de alle sammen har relevans for dig. Du skal derfor starte med at finde ud af, hvilke funktioner du ønsker dig til din restauration. Det kan være en jungle at finde ud af, så derfor har vi taget et lille uddrag af de funktioner, der oftest er nyttige hvadend din restauration er stor eller lille.

Offline funktion

Det er nok en af de mest fundamentale funktioner at have. Offline funktionen fungerer sådan, at dit kassesystem virker, selvom internettet driller - og det kommer til at ske, for en internetforbindelse er ikke altid til at regne med. Tænk nu, hvis dine gæster ikke kunne betale, fordi internettet driller. Derfor er offline funktionen vigtig at have.

Nem tilretning af produkter og priser

Hvis du vælger os som dit digitale kassesystem, så får du afgang til "Backoffice". Gennem Backoffice har

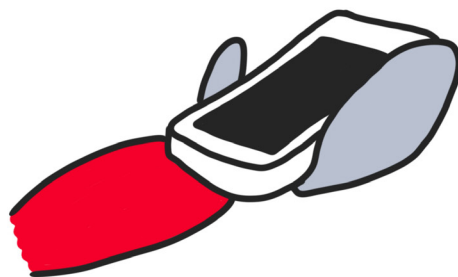
du mulighed for, nemt og hurtigt, at tilføje produkter og rette eksisterende produkter og priser ganske nemt. Det kan være en stor fordel, hvis du ofte skifter menukort, får nye drikkevarer eller bare vil ændre dine priser op eller ned.

Brug af timeintervaller

I forlængelse af den nemme tilretning af produkter og priser, så har du faktisk også muligheden for at benytte dig af timeintervaller. Hvis du f.eks. ejer en bar og hver fredag fra 21-00 har til tilbud på fadøl, så kan du sætte et timeinterval på den produktgruppe. På den måde kan du vælge hvornår og hvor længe, der skal være en prisændring på det pågældende produkt.

Integreret lagerstyring

Lagerstyring er skide smart, hvis du kan finde ud af at bruge det. Hvis du har en mindre restauration med et enkelt eller to små lagre, så er det måske en smule overkill at begive dig ud i den helt store automatiske lagerstyring. Det kræver



meget arbejde og disciplin at få det til at fungere optimalt.

Andre funktioner

Der findes mange forskellige muligheder i dit kassesystem. De har alle til formål at gøre din drift nemmere og oplevelsen for dine gæster bedre. Vi har allerede været igennem nogle af funktionerne, men funktioner som f.eks. muligheden for at udstede gavekort kan også give dig værdi. Mulighederne er mange, så gå på opdagelse i vores funktioner eller ring ind til os, så skal vi nok fortælle dig om mulighederne.

Ring på telefon:

+45 42 90 26 26

Eller send os en mail på:

salg@onlinepos.dk

Integrationer



Det næste du skal gøre op med dig selv er, hvilke integrationer du gerne vil have. Der findes rigtig mange forskellige integrationer.

De mest efterspurgte, i restaurationsbranchen, er bl.a. vagtplans-, løn-, bordbooking- og regnskabssystemer.

Det kan være med til at give din restauration værdi, fordi det kan lette nogle af dine arbejdsopgaver.

F.eks. slipper du for at sidde med et Excel-ark og lave vagtplaner, der alligevel skal ændres i, fordi dine medarbejdere bytter vagter. Med et vagtplanssystem har du muligheden for at lægge en vagtplan. Her kan dine medarbejdere bytte vagter og på den måde er vagtplanen altid opdateret.

Du kan f.eks. også have en integration med et regnskabssystem. Det kan spare dig for tid, fordi din

omsætning, helt automatisk, bliver overført til dit regnskab. Så slipper du for at taste det ind manuelt. På den måde undgår du også eventuelle fejl, der kan opstå, når du manuelt skal taste din omsætning ind.

Du kan gå på opdagelse og finde ud af, hvilke integrationer du mener du har brug for. Du kan altid ringe ind til en uforpligtende snak med en af vores medarbejdere. De er eksperter i, hvilke integrationer, der passer til lige netop dit behov. Uanset hvad, så er det en stor fordel for dig, hvis dit kassesystem og integrationerne snakker sammen.

Ring på telefon:
+45 42 90 26 26

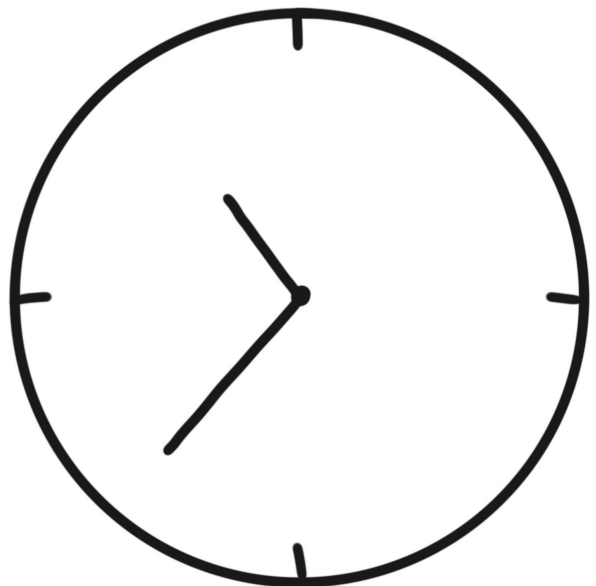
Eller send os en mail på:
salg@onlinepos.dk

Tidshorisonter

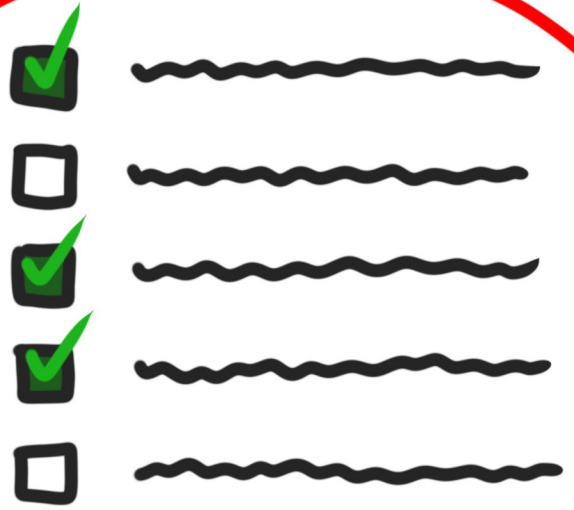
Det tager tid at åbne en restauration. Det er ikke noget man kan gøre fra den ene dag til den anden. Der kan forekomme en del ventetid.

- Der er flere ting, der spiller ind. Det kan tage lang tid at blive godkendt til en erhvervskonto i banken, hvis du ikke allerede har en erhvervskonto. Hvis ikke du har en erhvervskonto bliver det svært for dig at få en indløsningsaftale til dit kassesystem.
- Det kan tage lang tid at få godkendt dit lån i banken.
- Det kan tage lang tid at få lokalerne klar. Det kan være håndværkerne er forsinkede, der er sket nogle uforudsete ting, der gør, at du er nødsaget til at udsætte åbningsdagen.

Du skal altså ikke regne med, at du kan åbne en restauration fra den ene dag til den anden - men hav tålmodighed, så skal det hele nok gå.



Checkliste



Hvilken slags restauration vil du gerne drive?

Navn

Placering

Konkurrenter

Trends

Koncept

Digital markedsføring - hvilke platforme vil du benytte dig af?
