hive

No. 03

เทคนิคออกแบบเมนูอาหาร ให้ตรงใจผู้บริโภค

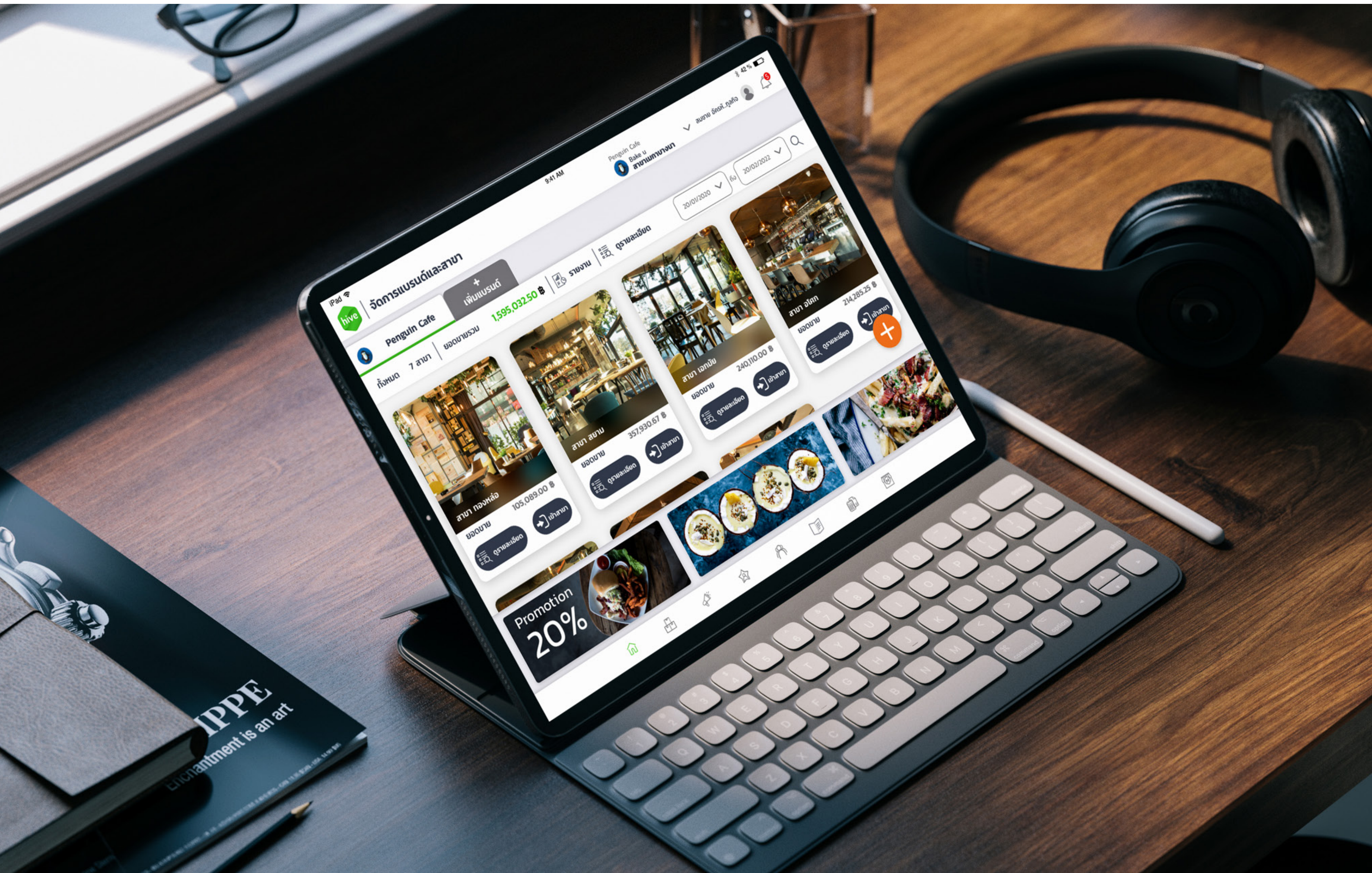
HIVE คืออะไร ?

HIVE เป็นแพลตฟอร์ม Food Ecosystem ที่สมบูรณ์ที่สุดรายแรกของประเทศไทย เพราะเรามุ่งมั่นที่จะสร้างชุมชนที่ดีให้แก่อุตสาหกรรมอาหาร (Food Industry) ทั้งระบบ ภายใต้แนวคิด

"หลายชีวิตจะดีขึ้นได้ด้วย HIVE"

เราไม่เพียงแต่เป็นผู้ให้บริการแพลตฟอร์มเพียงเท่านั้น แต่เราคำนึงหลัก 3P ได้แก่ Profit, People และ Planet เพราะเรามองว่าสังคมควรได้รับประโยชน์และเติบโตไปพร้อมกัน เราจึงมุ่งเน้นให้ความรู้ด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารตลอดซัพพลายเชน ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ซัพพลายเออร์ ร้านอาหาร ไปจนถึงผู้บริโภค โดยเรามีพันธมิตรจากหลายฝ่ายที่พร้อมใจร่วมกันผนึกกำลัง เพื่อสร้างชุมชนที่แข็งแกร่ง

แพลตฟอร์มของ HIVE แตกต่างจาก POS ทั่วไป โดยเราให้บริการครอบคลุมทุกฟังก์ชันการใช้งาน ตั้งแต่ระบบบริหารร้านอาหารอัจฉริยะ (HIVE RI) ที่รวบรวมระบบจัดการหน้าร้าน ระบบจัดการสินค้าคงคลัง ระบบจัดการบุคลากรและบัญชีเงินเดือน ไว้ในแพลตฟอร์มเดียว รวมทั้งเรายังมีระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (HIVE CRM) ที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงร้านอาหารได้ง่ายขึ้น และระบบตลาดออนไลน์ (HIVE Market) ที่รวบรวมซัพพลายเออร์ไว้ทุกประเภท เพื่อช่วยให้เหล่าผู้ผลิตและเกษตรกรสามารถเข้าถึงร้านอาหารได้โดยตรงด้วยรูปแบบ Farm to table โดยเราเปิดบริการทุกฟังก์ชันฟรี! ไม่มีค่าใช้จ่าย■



สแกน QR Code เพื่อเข้าสู่ เว็บไซต์ของ HIVE

บทนำ

จาก e-Book No. 1-2 เราได้มีการพูดถึงข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้ที่ต้องการเปิดร้านอาหารว่า ต้องมีการเตรียมตัวศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอะไรบ้าง ดังนั้น เล่มนี้เราจะมาลงรายละเอียดเกี่ยวกับการคัดเลือกรายการอาหาร รวมทั้งการออกแบบเมนูอาหาร การสร้างคอนเซ็ปต์ของเมนูให้เป็นที่จดจำ การเปลี่ยนเมนูอาหารธรรมดาให้ดูแตกต่างกว่าเดิม ตลอดจนถึงการสร้างความโดดเด่นให้กับร้านอาหาร ซึ่งมาถึงเล่มนี้ เราเชื่อว่าทุกคนมีเมนูอาหารที่จะขายอยู่แล้ว แต่ไม่แน่ใจว่าเมื่อเปิดร้านแล้วจะ...

‘ขายได้ หรือได้ขาย’ กันแน่?

เมื่อคุณมีเมนูอาหารที่ชอบอยู่ในใจ ลองกลับมาคิดดูว่า ทำไมคุณถึงชอบไปร้านนี้? เพราะอะไร? ซึ่งคุณเองก็มีคำตอบอยู่แล้วว่าเหตุผลที่เลือกร้านนี้ เป็นร้านโปรดเพราะอะไร แล้วถ้าวันนี้คุณสวมบทบาทเป็นเจ้าของร้านเอง ก็ต้องเอาคำตอบของคุณมาเป็นแนวทางในการทำให้ร้านอาหารของคุณเข้าไปอยู่ในใจ และเป็นร้านโปรดของลูกค้าให้ได้ แต่แค่นั้นเพียงพอแล้วหรือไม่? ในการเปิดร้านอาหารหรือ คุณคิดว่ายังขาดอะไรอีกไหม?

เพราะเป้าหมายของทุกร้านอาหาร คือ ยอดขายและกำไรจากการขาย ดังนั้น การที่คุณจะไปถึงจุดนั้นได้ คุณก็ต้องมีการเริ่มต้นวางแผนด้วยการนับหนึ่งอีกครั้ง ซึ่ง e-Book เล่มนี้ จะพาคุณไปถึงเป้าหมายได้อย่างแน่นอน เราขอแค่คุณลองเปิดใจ และนำข้อมูลที่ให้มาไปปรับใช้ โดยขั้นแรกที่ต้องทำ คือ กำหนดแนวทางร้านอาหารให้ชัดเจน ซึ่งวิธีนี้ ถือเป็นการเริ่มต้นที่ถูกต้องที่สุด.

สารบัญ

01. บทนำ 1

02. กำหนดแนวทางของร้านอาหารตามหลัก 5W 1H 5

03. ออกแบบรายการอาหารให้โดนใจลูกค้า 10

04. เคล็ดลับการคัดเลือกและจัดการวัตถุดิบในร้าน 21

05. กลยุทธ์สะกดใจตั้งแต่นั่งในร้านจนก้าวออกจากร้าน 25

06. แนวทางการพัฒนาสูตรอาหาร เมื่อยอดขายเริ่มคงที่-ลดลง 31

07. แนวทางการออกแบบ เมนูอาหารในยุคดิจิทัล 35

08. เคล็ดลับการออกแบบ เมนูสูตรเด็ดของร้าน 36

09. ปัญหาตัวดีกับ เจ้าของร้านมือใหม่ 39

10. จะยิง ADS อย่างไร ถ้าลูกค้าไม่ออนไลน์ 43

กำหนดแนวทางของร้านอาหารตามหลัก 5W 1H

01.

Who = ใคร คือ ลูกค้าร้านคุณ กลุ่มเป้าหมายคือคนกลุ่มไหน? เรารู้จักพฤติกรรมเขาดีหรือยัง?

ในการทำธุรกิจ 'ร้านอาหาร' นั้น หากไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน หรือการบอกว่าอาหารของคุณอร่อยเหมาะกับลูกค้าทุกประเภท นั่นเป็นความคิดที่เป็นผิดอย่างแรง เพราะเป็นไปไม่ได้เลยว่าร้านอาหารของคุณจะเหมาะกับทุกคน ดังนั้น การจะทำร้านอาหารให้ประสบความสำเร็จได้ คุณจะต้องโฟกัสกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และออกแบบทุกอย่างให้เข้ากับกลุ่มลูกค้ามากที่สุด สำหรับการเลือกกลุ่มเป้าหมายนั้น ก็ใช่ว่าคุณจะคิดขึ้นมาเองได้เลย แต่จำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญอย่างน้อย 3 ข้อดังนี้

1.1. เป้าหมายอยู่ทำเลไหน

การเลือกกลุ่มเป้าหมายสำหรับ 'ร้านอาหาร' ทุกครั้งต้องเลือกทำเลที่เหมาะตามหลักยุทธศาสตร์ก่อน แล้วจึงค่อยมาวิเคราะห์ว่า คนที่อาศัยอยู่ในย่านนั้น มีลักษณะนิสัยอย่างไร มีพฤติกรรมแบบไหน เช่น หากทำเลอยู่ทองหล่อ ก็มาดูว่าพฤติกรรมของคนในย่านทองหล่อมีไลฟ์สไตล์แบบไหน ชอบทานอาหารประเภทอะไร เป็นต้น▪

1.2. ใครที่สามารถเดินเข้าร้านได้

ราคาอาหารเป็นอีกปัจจัยที่ทำให้คุณรู้ได้ว่า คนกลุ่มไหนที่ยอมจ่ายค่าอาหารได้ เพราะไม่ใช่ลูกค้าทุกคนที่จะสั่งอาหารราคาแพงมาทาน ดังนั้น การเลือกกลุ่มเป้าหมายจึงไม่อาจสุ่มได้เลย แต่ต้องดูราคาอาหาร เพื่อให้สอดคล้องกัน เช่น หากคุณเปิดร้านอาหารประเภทปิ้งย่าง โดยใช้เนื้อนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้ราคาต่อคนที่เข้าร้านตกที่ 999 บาทแต่ร้านอาหารกลับตั้งอยู่ในย่านชุมชน ราคานี้จึงสูงเกินไปที่กลุ่มลูกค้าเข้ามาทานได้▪

1.3. รูปแบบร้านอาหาร

ต่อให้เลือกทำเลที่คิดว่าใช่ หรือตั้งราคาที่คิดว่าเหมาะสมแล้ว แต่กลับวางรูปแบบร้านไม่เข้าตากลุ่มเป้าหมาย ก็อาจทำให้ไม่มีลูกค้าเข้าร้านอาหารของคุณเลยก็ได้ ดังนั้น ในการเลือกกลุ่มเป้าหมาย จึงควรเลือกอย่างรอบคอบ เช่น ออกแบบร้านให้มีความหรูหราดูแพง แต่ร้านกลับตั้งอยู่ใกล้แหล่งมหาวิทยาลัย นักศึกษาที่ควรจะเป็นลูกค้าหลัก อาจจะเข้าไม่ถึงราคาพวกนี้ได้▪

02.

Where = ทำเลที่ตั้งร้านอาหาร ควรเปิดที่ไหน?

เมื่อคุณรู้แล้วว่า สถานที่ที่คุณเลือกนั้น เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มไหน จากนั้นก็ต้องพิจารณาเรื่องความสะดวกสบายในการเดินทางมาใช้บริการ รวมถึงสถานที่จอดรถให้มีความเหมาะสม เพียงพอ และง่ายต่อการค้นหาหรือไม่? เพราะหากเข้าถึงยาก ลูกค้าอาจจะไม่อยากมาร้านอาหารคุณเลยก็ได้▪

03.

What = คุณจะขายอะไร ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของคุณชอบกินอะไร?

หลังจากที่คุณมีกลุ่มเป้าหมาย และทำเลที่ตั้งร้านอาหารชัดเจนแล้ว ต่อมาคุณก็ต้องหาความต้องการของลูกค้าว่า กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในทำเลนั้นต้องการอาหารประเภทไหน? มีพฤติกรรมการเลือกร้านอาหารอย่างไร? รวมถึงดูว่าอาหารของคุณเหมาะกับลูกค้าหรือไม่ เช่น คุณได้สถานที่ขายในปั๊มน้ำมันคุณก็ต้องรู้ว่าคนที่มาเข้าปั๊ม คือ คนเดินทางมาจอดพักรถ และกินอาหารไม่นาน ดังนั้น ร้านอาหารที่เปิดควรให้บริการรวดเร็ว และง่ายต่อการตัดสินใจซื้อ และราคาไม่แพง▪

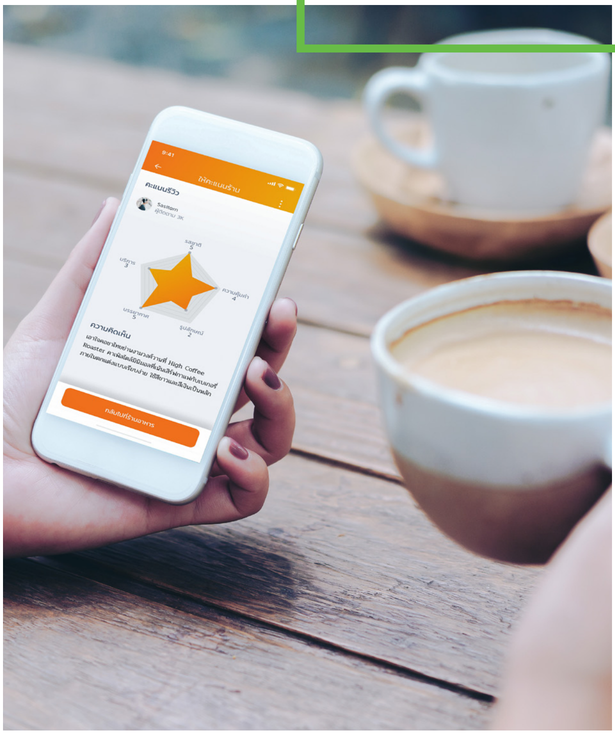
04.

When = เมื่อไหร่ที่ลูกค้าจะมากิน?

ลูกค้าทุกคนมีการตัดสินใจเข้าร้านอาหารในแต่ละประเภท แตกต่างกันตามโอกาส เจ้าของร้านจึงต้องวิเคราะห์ช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้าร้าน ไม่ว่าจะหิวหรือมาพบปะสังสรรค์ ส่วนมากจะมาในช่วงเวลาใด ทางร้านจะได้จัดเตรียมสินค้าและบริการให้ตรงกับเวลานั้นๆ.

05.

Why = ทำไมลูกค้าต้องมาร้านคุณ?

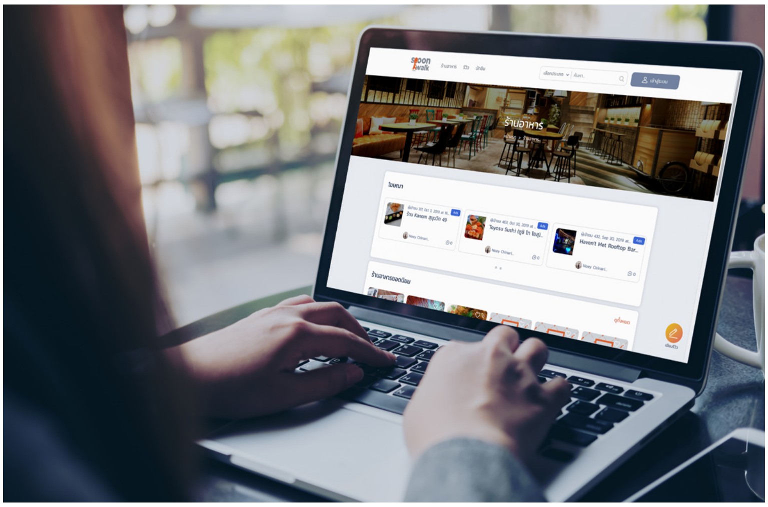


นอกจากรสชาติอาหารซึ่งเป็นหัวใจหลักแล้ว คุณต้องคิดต่อด้วยว่า ทำอย่างไรให้พวกเขาอยากมาใช้บริการที่ร้านคุณซ้ำ เพราะลูกค้าแต่ละรายมีหลักเกณฑ์ในการเลือกร้านอาหารที่แตกต่างกันไป บางคนดูจากราคา บางคนดูจากคุณภาพและรสชาติอาหาร หรือบางคนดูจากชื่อเสียงและการบริการ ดังนั้น คุณจะต้องรู้ให้ได้ว่าลูกค้าใช้หลักเกณฑ์ใด ที่เลือกมาร้านอาหารของคุณ แล้วนำข้อนั้นมาพัฒนาให้โดดเด่นมากขึ้น ซึ่งเทคนิคก็คือ ทำแบบสอบถามเลยว่า พวกกเขาเลือกใช้บริการร้านอาหารของคุณเพราะอะไร? วิธีนี้จะทำให้คุณรู้คำตอบได้ง่ายขึ้น.

06.

How = วิธีการสื่อสารกับลูกค้าทำได้อย่างไร?

ลำพังการมากินอาหารของลูกค้าหนึ่งคน แล้วเกิดการบอกต่อหนึ่งคน ก็ยังไม่เพียงพอต่อการสร้างความรู้จักให้กับลูกค้าอีกหลายคน ดังนั้นคุณต้องมีการสื่อสารข้อมูลร้านอาหารไปถึงกลุ่มลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยหลักๆ คือการโฆษณา ผ่านการใช้สื่อต่างๆ ซึ่งทางร้านต้องเลือกวิธีที่เข้าถึงผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด และมีค่าใช้จ่ายไม่มากเกินไป เพื่อให้เกิดความสนใจที่อยากเข้ามาทดลองชิมอาหารในร้านของคุณ อย่างการทำเพจใน Facebook หรือการ Live สดรวมไปถึงการทำคลิปวิดีโอ เกี่ยวกับเมนูในร้าน เพื่อเรียกความสนใจจากลูกค้า.



หลักการ '5W 1 H' ที่เราเสนอมานี้ เป็นตัวกำหนดว่าร้านอาหารของคุณที่จะเปิด ควรมีทิศทางเป็นแบบไหน และถ้าตอบโจทย์ได้ทั้ง 6 ข้อแล้ว และมีความสอดคล้องกันทั้งหมด นั่นหมายความว่า คุณคิดถูกในขั้นตอนแรก ดังนั้น มาดูขั้นตอนต่อไปกันเลย....

ออกแบบรายการ
อาหารให้โดนใจลูกค้า

หลังจากที่คุณเลือกประเภทร้านอาหารที่อยากเปิดได้แล้ว ต่อไปมาดูเรื่องการออกแบบเมนูอาหารกัน สำหรับร้านอาหารแล้ว เมนูหรือรายการอาหารถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เนื่องจากเป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังตั้งแต่แรก และเมื่อเดินเข้ามาในร้านอาหารแล้ว จะพบกับเมนูอาหารอะไรบ้าง? สมกับความคาดหวังของเขาหรือไม่ ซึ่งการออกแบบเมนูอาหารนี้ ก็ต้องมีความสอดคล้องกับ 5W 1H เหมือนกัน บวกกับองค์ประกอบเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

01.

Clear concept (แนวคิดที่ชัดเจน)

คอนเซ็ปต์ร้านอาหาร

สิ่งนี้รวมไปถึงรูปแบบการให้บริการ อาหารที่จะขาย และสไตล์การตกแต่งร้าน ซึ่งคอนเซ็ปต์ร้านอาหารที่ดี ต้องมาจากการสำรวจความต้องการตลาดที่ถูกต้อง และให้จำไว้เสมอว่า ‘รสชาติอาหาร’ ไม่ใช่จุดขายเสมอไป เพราะไม่มีร้านอาหารไหนบอกว่าอาหารของตัวเองไม่อร่อยแน่นอน เพราะฉะนั้น ในเมื่อจุดขายของร้านไม่ใช่รสชาติอาหาร คุณก็ต้องตอบตัวเองให้ได้ว่า ลูกค้าอยากมาร้านของคุณเพราะอะไร? โดยสิ่งเหล่านี้ จะเป็นตัวกำหนดอัตลักษณ์แบรนด์ของร้าน ดังนั้น คุณควรเลือกคอนเซ็ปต์ร้านให้เป็นที่น่าจดจำ จะทำให้ลูกค้าอยากกลับมาใช้บริการอีก เช่น หากร้านอาหารของคุณใช้คอนเซ็ปต์ร้านอาหารไทยต้นตำรับ การออกแบบร้าน เมนู อุปกรณ์ ชุดพนักงานทั้งหมด ก็ต้องสื่อออกมาให้ตรงกับคอนเซ็ปต์ร้านด้วยเช่นกัน▪

คอนเซ็ปต์เมนู

ถ้าคุณต้องการเป็นผู้นำเทรนด์ ก็ควรหลีกเลี่ยงการสร้างเมนูตามกระแสปัจจุบัน และต้องคิดเมนูอาหารให้มีเอกลักษณ์ และสามารถเรียกกระแสได้ด้วยตัวเอง ที่สำคัญอาหารที่เสิร์ฟในร้านควรใช้เวลาเตรียมเพียงสั้นๆ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาในช่วงเวลาที่มีคนแน่นร้าน นอกจากนี้ คุณยังต้องหาข้อแตกต่างให้กับอาหาร เพื่อสร้างจุดแข็งให้กับร้านอาหารของคุณให้ได้▪

แหล่งที่มา : www.ajinomotofoodservicethailand.com

02.

Menu survey

(สำรวจเมนูอาหาร)

หลังจากกำหนดคอนเซ็ปต์ร้านอาหารเรียบร้อยแล้ว การสำรวจเมนูที่จะขายในร้านก็เป็นสิ่งที่ต้องทำในลำดับต่อไป ว่าเมนูไหนได้รับความนิยม? พร้อมกับราคาขายโดยประมาณ รวมไปถึงความยากง่ายในการทำ อุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ รวมไปถึงทักษะของเชฟที่มี เพื่อที่คุณจะเอามาคิดต่อว่า ควรจะออกเมนูอะไรในร้านอาหารดี?

03.

Creative Name (ชื่อเมนูต้องโดดเด่น)

หลักการสำคัญของการตั้งชื่อเมนู คือ สั้นและเข้าใจง่ายที่สุด แต่อย่าห้วนจนเกินไป และต้องพยายามดึงดูดใจลูกค้าให้สั่งอาหารให้ได้ พูดง่ายๆ ว่า แค่อ่านเมนูแล้วนึกภาพตาม ก็รู้สึกอยากกินแล้ว นอกจากนี้ อาจจะต้องบอกส่วนประกอบหลักของเมนูเพิ่มเติม เพื่อสร้างความน่าสนใจให้เมนูมากขึ้น หากคุณยังนึกไม่ออกเรามีเทคนิคดีๆ มาฝากตามนี้.

ภาษาที่ใช้

ต้องแปลกใหม่และเชื่อมโยงกับเมนู โดยเป็นการบรรยายคุณสมบัติของอาหาร เพื่อให้คนอ่านจินตนาการตาม เช่น ต้มยำทะเลเดือด เป็นต้มยำทะเล แต่เพิ่มคำว่าเดือดเข้าไป เพื่อให้ดูน่ากินมากขึ้น หรือ ต้มเปรต ซึ่งเป็นอาหารอีสานที่นำปลาไหลทั้งตัวลงมาต้มในแกงร้อน แต่ข้อควรระวังของการใช้ภาษาที่แปลกใหม่ คือ ควรเลือกใช้เฉพาะเมนูหลักเท่านั้น หากใช้ชื่อแปลกใหม่ทั้งหมด ลูกค้าอาจจะจดจำชื่อเมนูไม่ได้ทั้งหมด และยังยากต่อการสั่งอีกด้วย.

ตั้งชื่อตามภาชนะที่ใส่

สามารถใช้ชื่อตามภาชนะที่ใส่ อย่างวุ้นลูกมะพร้าว หรือปลาช่อนหลามกระบอก ก็น่าดึงดูด และฟังติดหูด้วยเหมือนกัน

บอกแหล่งกำเนิดหรือแหล่งที่มา

การใส่ชื่อสถานที่เข้าไปในอาหาร ชวนให้ลูกค้าอยากรู้ว่า รสชาติของที่นี่จะแตกต่างจากที่อื่นอย่างไร เช่น ไก่อบโอ่งราชบุรี หรือข้าวหลามหนองมน เป็นต้น

ใส่ชื่อบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเมนู

หากเป็นคนดัง หรือเป็นต้นตำหรับของอาหารนี้ ถ้าเพิ่มชื่อลงไปในเมนูก็อาจสร้างความน่าเชื่อถือให้กับอาหารเมนูนี้ได้ อย่างขนมหม้อแกงแม่กิมไล้ เป็นต้น

แหล่งที่มา : www.facebook.com

04.

Variety in one (เลือกใช้วัตถุดิบหลัก)

เมนูอาหาร ก็ต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุดิบหลักของร้าน และวัตถุดิบที่ใช้ก็ต้องผลิตเมนูออกมาได้หลากหลายอย่าง เพื่อลดต้นทุนและง่ายต่อการจัดการสต๊อกวัตถุดิบ เช่น วัตถุดิบหลัก คือ เนื้อแกะ ดังนั้น ในเมนูก็ต้องมีเนื้อแกะ ขั้นต่ำ 5 เมนู นอกจากนี้ วัตถุดิบหลักที่ใช้ ก็ต้องง่ายต่อการจัดเก็บ และเน่าเสียได้ยาก ดังนั้น เวลาออกแบบเมนูจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้ด้วย■

05.

Chef and Recipe (ทักษะและสูตรอาหาร)

คุณต้องคัดเลือกคนที่มีทักษะความสามารถในการทำอาหารที่สอดคล้องกับคอนเซ็ปต์ร้านอาหาร เช่น ถ้าร้านของคุณเน้นขายอาหารรสชาติต้นตำรับเชฟก็ควรเข้าใจอาหารนั้นๆ ตามแบบสูตรแท้ๆ แต่ถ้าร้านของคุณเน้นความแปลกใหม่ เชฟก็ต้องมีความคิดสร้างสรรค์เป็นของตัวเอง รวมทั้งรู้จักพลิกแพลงวัตถุดิบ เพื่อสร้างสีสันให้กับมื้ออาหาร และขณะเดียวกัน เชฟก็ควรตระหนักถึงความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี ด้วยการประยุกต์เมนูใหม่ๆ รวมถึงแก้ปัญหาเรื่องรสชาติให้ได้ และที่สำคัญสูตรอาหารก็ต้องมีการควบคุมฝีมือในการทำ เพื่อให้อาหารออกมาแต่ละครั้งยังคงหน้าตาและรสชาติเหมือนเดิมทุกครั้งที่สั่ง■

06.

Signature Dish (เมนูเฉพาะร้าน)

เมนูพิเศษที่เป็นเอกลักษณ์ของเชฟหรือเมนูเฉพาะที่มีขายร้านนี้เท่านั้น หากินที่อื่นไม่ได้ หรือแค่เห็นภาพก็รู้ทันทีว่า เมนูนี้มาจากร้านไหน ซึ่งเอกลักษณ์อาจจะเป็นด้านรสชาติ หรือการตกแต่งที่เป็นรูปแบบเฉพาะ ซึ่งเมนู Signature ถือเป็นสื่อการตลาดอย่างดี เพื่อสร้างความแตกต่างให้แก่ร้าน จนทำให้เกิดการนึกถึง และการบอกต่อผ่านช่องทางต่างๆ■

07.

Attractive price (ราคาดึงดูดใจ)

ก่อนที่จะตั้งราคาอาหาร เจ้าของร้านต้องพิจารณาปัจจัยเหล่านี้ไว้ด้วย เพื่อตั้งราคาให้เหมาะสม ไม่แพง และไม่ขาดทุน.

01.

ต้นทุนวัตถุดิบ (Food costs)

คุณจะตั้งราคาอาหารไม่ได้เลย หากคุณยังไม่รู้ต้นทุนของอาหารในแต่ละมื้อ ดังนั้น ในการตั้งราคาคุณต้องดูต้นทุนอาหารของแต่ละเมนูก่อน เพื่อไม่ให้ตั้งราคาขาดทุนจนเกินไป.

02.

ต้นทุนอื่นๆ (Other costs)

นอกจากต้นทุนอาหารที่คุณต้องทราบแล้ว คุณยังต้องรู้ต้นทุนด้านอื่นๆ ด้วยเช่นกัน เพราะเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการตั้งราคา ไม่ว่าจะเป็นค่าเช่า ค่าแรงงาน รวมถึงค่าการตลาดด้วย.

03.

การเปลี่ยนแปลงของตลาด (Market changes)

ราคาวัตถุดิบเป็นสิ่งที่ควบคุมได้ยาก ดังนั้น ก่อนจะตั้งราคาอาหาร คุณต้องดูราคาตลาดของวัตถุดิบด้วย โดยเฉพาะวัตถุดิบที่แปรผันตามสภาพภูมิอากาศ ก็ควรจะตั้งราคาไว้ให้สูงหน่อย เพื่อราคาวัตถุดิบมีการเปลี่ยนแปลง.

04.

ฐานลูกค้า (Customers)

ไม่ว่าร้านอาหารคุณจะจับลูกค้ากลุ่มไหนก็ตาม พวกเขาย่อมอยากได้รับความคุ้มค่า ในทุกๆ บาทที่เขาจ่ายไป ดังนั้น คุณก็ต้องคำนึงถึงกลุ่มลูกค้าของร้านก่อนที่จะตั้งราคาอาหาร ด้วยเช่นกัน.

05.

การแข่งขัน (Competitors)

การทำร้านอาหารย่อมมีคู่แข่งมากมาย ทั้งคู่แข่งที่อยู่ในทำเลเดียวกัน และคู่แข่งที่เป็นร้านอาหารประเภทเดียวกันซึ่งคุณสามารถใช้กลยุทธ์การตั้งราคาได้หลายวิธี อย่าง 'Offer Better Price' คือ สู้ด้วยราคาที่ถูกกว่า แต่คุณภาพใกล้เคียงกัน.

แหล่งที่มา : amarinacademy.com

หลักการตั้งราคาสินค้า มี 3 วิธีหลัก โดยตั้งจาก ต้นทุน – ตลาด – ลูกค้า

01.

ตั้งราคาสินค้าจากต้นทุน

การตั้งราคาแบบนี้ เป็นการตั้งราคาจากพื้นฐานข้อมูลวัตถุดิบที่มีการใช้ต่อ 1 จานจริง โดยเรียกวิธีนี้กันว่า 'Cost Plus' ซึ่งเป็นการคำนวณต้นทุนสินค้าให้ได้ก่อน หลังจากนั้น ค่อยคิดว่าต้องการกำไรเท่าไหร่ ค่อยบวกเพิ่มเข้าไปเป็นราคาอาหาร โดยทั่วไปแล้วต้นทุนวัตถุดิบจะอยู่ 30-35% เช่น ต้นทุนข้าวมันไก่จานละ 10 บาท = 35% ดังนั้น คุณควรตั้งราคาขาย 29 บาท ซึ่งข้อดีของวิธีนี้ คือ มีความตรงไปตรงมา สามารถจับต้องได้ง่าย รวมไปถึงมีประโยชน์ในเชิงกลยุทธ์ ที่จะปรับขึ้นหรือปรับลดราคาสินค้าได้■

02.

ตั้งราคาสินค้าจากตลาด

วิธีนี้เป็นวิธีที่ใช้กันมากเช่นกัน และเป็นวิธีที่ไม่ซับซ้อนอีกด้วย โดยหลักการง่ายๆ คือ คุณต้องไปสำรวจราคาอาหารที่มีลักษณะใกล้เคียงกับร้านของคุณ หลังจากนั้นก็มาตั้งราคาให้สอดคล้องกับตลาด โดยอาจจะมีการปรับเพิ่ม-ลดราคานิดหน่อย เพื่ออิงกับคุณภาพสินค้าในท้องตลาด ซึ่งข้อดีของวิธีนี้ คือ เป็นวิธีที่ง่าย และราคาที่ได้ มักจะสอดคล้องกับการขายมากกว่าการคำนวณจากต้นทุน แต่โดยทั่วไปแล้ว ผู้ประกอบการก็ต้องคำนวณราคาต้นทุนก่อนอยู่ดี▪

03.

ตั้งราคาสินค้าจากลูกค้า

วิธีนี้ถือเป็นวิธีที่ดีที่สุดและตอบโจทย์กับสภาพตลาดปัจจุบันมากที่สุด คือ การตั้งราคาสินค้า โดยอ้างอิงจากความรู้สึกของลูกค้าว่าเขาจะยอมซื้อสินค้าและบริการนี้ที่ราคาเท่าไหร่ แน่นอนว่าอาจจะจับต้องได้ยากกว่าวิธีอื่น แต่ถ้าเราเข้าใจลูกค้าเพียงพอ เช่น ทำการวิจัยตลาดหรือราคาสินค้าใกล้เคียงคุณ ก็จะประมาณราคาที่เหมาะสมได้แล้ว โดยข้อดีของวิธีนี้ คือ ช่วยให้คุณขายสินค้าได้กำไรมากขึ้น▪

เมื่อคุณรู้ วิธีตั้งราคาแล้ว สิ่งที่ควรทำต่อมา คือ ตั้งราคาสินค้าและบริการจาก 3 วิธีประกอบกัน ได้แก่ นำราคาที่ได้มาเปรียบเทียบ หาจุดที่เหมาะสมที่สุด และให้น้ำหนักกับลูกค้ามากที่สุด ลำดับต่อมา คือ ตลาด และต้นทุน โดยคุณไม่จำเป็นต้องตรึงกำไรให้คงที่▪

แหล่งที่มา : www.investerest.co

เคล็ดลับการคัดเลือกและจัดการวัตถุดิบในร้าน

'วัตถุดิบ' เป็นสิ่งที่สำคัญมากที่คุณจะต้องใส่ใจในการเลือกสรร เพื่อให้ได้อาหารที่ดีที่สุดมอบให้แก่ลูกค้าของคุณ รวมไปถึงไม่กระทบต่อผลกำไรของการทำธุรกิจด้วย โดยการวางแผนจัดซื้อวัตถุดิบ นับเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมาก เพราะหากไม่มีการวางแผน คุณจะไม่สามารถบริหารจัดการในส่วนนี้ได้ โดยการวางแผนจัดซื้อวัตถุดิบจะต้องมีการจัดการ ดังนี้

01.
กำหนดรายการวัตถุดิบที่ใช้

การกำหนดรายการวัตถุดิบที่ใช้ ประกอบด้วย **รายการวัตถุดิบ** คุณจะต้องทราบว่าจะต้องใช้วัตถุดิบอะไรบ้าง ซึ่งจะต้องกำหนดวัตถุดิบให้เหมาะสมกับอาหาร
ปริมาณที่ต้องการใช้ คุณต้องทราบปริมาณการใช้วัตถุดิบต่อวัน หรือต่อสัปดาห์.

02.
เลือกแหล่งวัตถุดิบ

การเลือกแหล่งวัตถุดิบ เป็นสิ่งสำคัญในปัจจุบัน เพราะไม่เพียงแค่การเลือกแหล่งวัตถุดิบที่จำหน่ายสินค้าสด สะอาด และปลอดภัยเท่านั้น คุณยังต้องคำนึงถึงเรื่องของราคา การจัดส่ง และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสะดวกและต้นทุนอีกด้วย.

03.

กำหนดขั้นตอนในการจัดซื้อวัตถุดิบ

- ต้องมีผู้รับผิดชอบในการจัดซื้อวัตถุดิบ และคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ
- มีการจัดซื้ออย่างเป็นระบบ โดยมีขั้นตอนที่ชัดเจน มีเอกสารการสั่งซื้อที่ติดตามได้ถึงที่มาของวัตถุดิบ และสามารถตรวจสอบทางบัญชีได้
- มีผู้ตรวจรับวัตถุดิบให้ได้ตามปริมาณและคุณภาพตามที่กำหนดไว้ในใบสั่งซื้อ และสามารถจัดเก็บได้อย่างเหมาะสม
- มีระบบบริหารจัดการสินค้าในสต๊อกได้ ว่ารับสินค้าเข้าเท่าไหร่ คงเหลือเท่าไหร่ รวมถึงการจัดเก็บสินค้าสามารถยืดอายุสินค้าได้นานเท่าไหร่

04.
ผู้เลือกซื้อวัตถุดิบและรับผิดชอบวัตถุดิบ

ผู้เลือกซื้อวัตถุดิบ รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการวัตถุดิบ ควรมีคุณสมบัติ ดังนี้

- สามารถตรวจสอบมาตรฐานของวัตถุดิบได้.
- สามารถกำหนดคุณภาพของวัตถุดิบอาหาร เช่น หมูสันนอกสด ซึ่งอันดับแรกต้องรู้ส่วนต่างๆ ของเนื้อหมูก่อน และรู้ว่าเนื้อสดเป็นอย่างไร โดยผู้เลือกซื้อต้องมีความรู้พื้นฐานเหล่านี้ก่อน.
- สามารถตรวจรับวัตถุดิบได้ ทั้งการตรวจสอบคุณภาพความเรียบร้อย และความถูกต้องของสินค้านั้นๆ.
- มีทักษะในการดูแลและจัดเก็บวัตถุดิบในการประกอบอาหาร รวมทั้งสามารถกำจัดของเสียได้.
- รู้จักคุณสมบัติของวัตถุดิบในการประกอบอาหาร สามารถแยกประเภทของวัตถุดิบ รวมทั้งของสดของแห้ง และดูแลเรื่องความสะอาดได้เป็นอย่างดี.
- สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อวัตถุดิบได้.

05.
การจัดเก็บวัตถุดิบ

ในการจัดเก็บวัตถุดิบร้านอาหารจะต้องมีพื้นที่ที่เหมาะสมในการจัดเก็บ ซึ่งแต่ละที่จะแตกต่างกันออกไป เพื่อให้เหมาะกับวัตถุดิบแต่ละประเภท เช่น ใบกะเพราห้ามแช่เย็นจัด เพราะจะทำให้เกิดใบช้ำ โดยมีอุณหภูมิที่ 8-10 ℃ ส่วนเนื้อสัตว์ต้องเก็บแช่เย็นได้แค่ 3 วัน เนื่องจากวัตถุดิบอาหารส่วนใหญ่ต้องการจัดเก็บในที่ที่เหมาะสม และอยู่ในอุณหภูมิที่เหมาะสม เพื่อให้วัตถุดิบยังคงสดสะอาด ปราศจากเชื้อโรคและนำมาปรุงอาหารได้อร่อยที่สุด.

แหล่งที่มา : vayoit.com

กลยุทธ์สะกดใจตั้งแต่นั่งในร้านจนก้าวออกจากร้าน

01. การสะกดใจด้วยเมนู

'เมนู' ถือว่าเป็นส่วนสำคัญในการดึงความสนใจของลูกค้า ดังนั้น การออกแบบเมนูให้ดูน่าสนใจจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะหลายครั้งที่ลูกค้าเดินเข้าไปในร้านอาหาร เมื่อเปิดเมนูดูแล้วรู้สึกว่าแต่ละเมนูดูน่ากินไปหมด ในขณะเดียวกัน บางร้านแค่เห็นเมนูก็ไม่รู้สึกอยากกินไปเลย นั่นเป็นเพราะเมนูเหล่านั้น ไม่ได้ใช้เทคนิคการออกแบบเมนูที่ดีนั่นเอง.

ใช้สีให้เป็นประโยชน์

เนื่องจากสีมีอิทธิพลต่ออารมณ์ความรู้สึก ดังนั้น การเลือกใช้สีในเมนูอาหารจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะสีสามารถกระตุ้นความรู้สึกอยากอาหารของมนุษย์ได้ เช่น สีแดง ช่วยกระตุ้นการอยากกินอาหาร และสีจริงของอาหารจะทำให้เกิดการจินตนาการถึงรสชาติ และช่วยดึงดูดให้มีการอยากสั่งเมนูนั้นๆ ■

ให้เมนูเด็ดอยู่บนสุดของเมนู

ส่วนใหญ่แล้วเวลาจะสั่งอาหาร เรามักไม่ค่อยสนใจเมนูแรกๆ แต่จะเลือกดูไปเรื่อยๆ จนหมด แต่สุดท้ายก็วกกลับมาที่หน้าแรกแล้วสั่งเมนูที่อยู่ด้านบนแทน ดังนั้น เจ้าของร้านอาหารจึงควรเลือกเมนูเด็ดที่ต้องการขาย และมีกำไรมากไว้ด้านบนสุดของเมนู เพื่อให้รวดเร็วและง่ายต่อการตัดสินใจ ■

ใช้ทฤษฎีสามเหลี่ยม

ในการออกแบบเมนูอาหาร การจัดองค์ประกอบก็สำคัญไม่แพ้กัน เพราะปกติแล้วเวลาที่เรามองเมนูอาหาร สายตาของเรามักจะเลือกมองบริเวณกึ่งกลางของเมนูก่อนเป็นจุดแรก แล้วจึงค่อยๆ เลื่อนขึ้นมามองบริเวณขวาบน และซ้ายบนตามลำดับเป็นรูปสามเหลี่ยมกลับหัว ดังนั้น จึงควรจัดวางเมนูที่ต้องการขายหรือเมนูที่โดดเด่นไว้บริเวณสามจุดนี้ ■

เทคนิคการตั้งราคาให้ดึงดูด

คิดว่าหลายคนคงเคยได้เห็นร้านอาหารหลายร้าน ตั้งราคาที่ลงท้ายด้วยเลข 9 โดยเฉพาะเมนูเด็ดหรือเมนูที่ทางร้านต้องการขาย เพราะราคาที่ลงท้ายด้วยเลข 9 นั้น ชวนให้ลูกค้ารู้สึกว่าเมนูอาหารนั้นๆ ไม่แพง ■

ใช้คำอธิบายเพิ่มความน่าสนใจ

ถ้าอยากจะทำเมนูเด็ดให้ดูเด็ดขึ้นไปอีก ก็แค่เขียนคำอธิบายเพิ่มเติม เช่น ‘จัดจ้าน’ ‘ต้องลอง’ ‘เมนูแนะนำ’ หรือคำอื่นๆ ที่ช่วยให้อาหารดูน่าสนใจมากขึ้น ■

ยิ่งเยอะยิ่งเลือกยาก

การมีรายชื่อเมนูอาหารเยอะๆ ก็จะทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกมากขึ้น ซึ่งบางทีก็อาจจะดูเยอะจนเกินไป ทำให้ลูกค้าเลือกไม่ถูก ทางที่ดี คือ พยายามให้มีเมนูอาหารมากที่สุดแค่ 7 เมนูต่ออาหารแต่ละประเภท แค่นั้นก็เพียงพอแล้ว ■

สร้างเรื่องราวให้เมนู

เมนูอาหารธรรมดาจะไม่ธรรมดาอีกต่อไป หากลองใส่เรื่องราวความเป็นมาของเมนูให้ดูมีอะไร เช่น โอมากาเสะ ที่มีเรื่องราวที่มาของอาหารในแต่ละคำ หรือเคล็ดลับเฉพาะเชฟ และวัตถุดิบที่หายาก ซึ่งสิ่งเหล่านี้ จะช่วยให้ราคาขายสูงขึ้น และเป็นที่ต้องการมากขึ้น▪

เลือกวัสดุคุณภาพมาใช้ทำเมนู

การเลือกวัสดุที่นำมาใช้ทำเมนูควรเลือกเป็นกระดาษแข็งคุณภาพสูง เพื่อความทนทาน แข็งแรง หรือเลือกเป็นแผ่นหนัง เพื่อให้เมนูดูดีมีระดับและช่วยเสริมภาพลักษณ์ของร้านอาหารให้มากขึ้น▪

ตกแต่งจานอาหารช่วยได้

ขนาดข้าวผัดธรรมดา ยังใส่แตงกวา หรือมะเขือเทศแว่นเลย แค่ผักสีสวยๆ หรือซอสที่วาดแบบอาร์ตๆ เพียงเท่านี้ ก็ช่วยเพิ่มมูลค่าและความน่ากินได้ ดังนั้น อย่าลืมว่า นอกจากรสชาติจะต้องอร่อยแล้ว การตกแต่งก็ต้องดูดี สวยงาม เพราะนอกจากจะช่วยให้ดูน่ากินแล้ว ยังสามารถเพิ่มราคาให้สูงขึ้นได้ด้วย▪

อธิบายเมนูเพิ่มเติม

การตั้งชื่อเมนูอาหารแปลกๆ ก็เป็นเทคนิคที่ผู้ประกอบการร้านอาหารหลายคนนิยมใช้กัน เพราะการตั้งชื่อแปลกๆ ก็เหมือนเป็นการสร้างความแตกต่าง และยังทำให้ลูกค้าจดจำเมนูนั้นได้เร็วขึ้น เพราะความแปลกของชื่อ แต่ก็ไม่ควรลืมใส่คำอธิบายเพิ่มเติมให้กับเมนูนั้นๆ ด้วย เพื่อที่ลูกค้าจะได้รู้ว่าเมนูชื่อแปลกนี้คืออะไร มีส่วนผสมอะไรบ้าง และช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจสั่งอาหารได้เร็วขึ้น เช่น แกงรัญจวนหมู คือ แกงหมูที่พริกแกงเป็นน้ำพริกกะปิ▪

วางเมนูเด็ดไว้บนพื้นที่โล่ง

การเลือกเมนูเด็ดหรือเมนูที่ต้องการขายมาวางไว้ตรงพื้นที่โล่งๆ ในเมนูอาหาร ก็เป็นอีกเทคนิคที่ช่วยดึงความสนใจจากลูกค้าได้ เพราะการวางเมนูที่ต้องการขายไว้บนพื้นที่โล่งจะช่วยให้ลูกค้าสังเกตเห็นเมนูนั้นได้ง่ายขึ้น▪

แหล่งที่มา : riccoprint.com

02. ตกแต่งอาหารให้น่าประทับใจ

นอกจากหน้าตาอาหารที่สวยและน่ารับประทานแล้ว สิ่งที่ต้องทำอันดับ 1 ของคนยุคดิจิทัล นั่นคือก่อนจะกินอาหารทุกครั้ง ต้องยกมือถือขึ้นมาถ่ายรูปอาหาร ดังนั้น อาหารที่จัดเสิร์ฟออกมา ต้องมีการตกแต่งจานให้เกิดความประทับใจตั้งแต่แรกเห็นเพราะเมื่อถ่ายรูปเสร็จแล้ว ก็จะแชร์ลงในโซเชี่ยลมีเดีย ถือเป็นการช่วยโฆษณาให้ร้านอาหารอีกทาง■

03. อิ่มเอมกับการนั่งทาน

ปัจจุบันร้านอาหารได้กลายเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของคนยุคนี้ไปแล้ว ซึ่งลูกค้าต้องการชื่นชมบรรยากาศร้าน และการตกแต่งจาน ก่อนจะได้ลิ้มรสชาติของอาหารเสียอีก เพราะฉะนั้นการตกแต่งร้านจึงเป็นวิธีการสร้างบุคลิกให้ร้านอาหารของคุณแตกต่าง และสร้างการจดจำได้ดีกว่าร้านอื่น แม้อาหารจะเหมือนกันก็ตาม แต่ร้านที่ตกแต่งสวยงามบรรยากาศดี ก็ถือเป็นการมอบความคุ้มค่าเพิ่มให้กับลูกค้า และการตกแต่งร้านที่ดีไม่ได้หมายความว่า ร้านสวยน่านั่งเท่านั้น แต่เป็นการให้บรรยากาศร้านเล่าเรื่องราวดีๆ ที่ทางร้านมอบให้ หรือให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ใหม่ผ่านการนำเสนอจากทางร้าน■

04. บริการด้วยความจริงใจ

สิ่งที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่คาดหวังเป็นอันดับต้นๆ เมื่อเข้าไปใช้บริการร้านอาหาร คือ การให้บริการ พวกเขาไม่สนว่า ร้านจะตกแต่งสวยงามหรูหราแค่ไหน หรืออาหารจะอร่อยเพียงใด แต่ถ้าบริการแย่ ทุกอย่างก็จบ เพราะนอกจากจะไม่ประทับใจในมื้ออาหารนั้นๆ แล้วพวกเขาอาจจะไม่อยากกลับมาใช้บริการอีกเลย ดังนั้น เราลองมาดูเทคนิคเล็กๆ น้อยๆ กันดีกว่าว่า การบริการในร้านอาหารที่ดี ควรเป็นอย่างไร■

ลูกค้าถูกเสมอ

นี่คือกฎข้อสำคัญในการทำธุรกิจทุกประเภท แม้ว่าลูกค้าจะผิดจริงๆ ก็ตาม คุณไม่ควรพูดอะไรที่ไม่ดีออกไป เพราะนั่นอาจส่งผลเสียต่อร้านโดยตรง■

บริการที่ดี ต้องดีแบบครบวงจร

ตั้งแต่พนักงานต้อนรับ ที่เป็นเหมือนหน้าตาของร้านอาหาร รวมไปถึงพนักงานเสิร์ฟ และพนักงานในครัว ซึ่งทุกคนในร้านอาหารต้องเต็มใจบริการ มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี และทำหน้าที่ของตัวเองให้ดีที่สุด เพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า■

ใส่ใจรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ของลูกค้าประจำ

ร้านอาหารหลายร้านคงมีลูกค้าประจำที่มาร้านบ่อยๆ อันดับแรก ต้องสอนให้พนักงานจำชื่อลูกค้าที่มาประจำให้ได้ พร้อมกับส่งรอยยิ้ม เพื่อแสดงให้เขาเห็นว่า คุณจำเขาได้และใส่ใจในตัวลูกค้า■

สอบถามความพึงพอใจจากลูกค้าเสมอ

ทุกครั้งที่ลูกค้าเรียกเก็บเงิน ควรสอบถามความพึงพอใจจากพวกเขา เช่น รสชาติอาหารเป็นอย่างไรบ้าง หรือการบริการเป็นอย่างไร และอยากให้ปรับปรุงอะไรเพิ่มเติมหรือเปล่า?■

รู้วิธีจัดการกับลูกค้าที่ 'มีปัญหา'

ต้องมีการฝึกอบรมพนักงานทุกคนให้สามารถรับมือกับปัญหาที่ไม่คาดคิดได้ เพื่อไม่สร้างความลำบากใจให้กับลูกค้าคนอื่นๆ■

ใช้สื่อโซเชี่ยลมีเดียให้เป็นประโยชน์

หากร้านอาหารของคุณมีเพจใน Facebook หรือ Instagram ก็ลองใช้ช่องทางนี้สร้างสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น เมื่อลูกค้าลงรูปภาพที่เกี่ยวกับร้านอาหารของคุณ ก็ควรเข้าไปขอบคุณ หรือกดไลค์และแชร์ลงเพจ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ■

แหล่งที่มา : amarinacademy.com

05.

บริการด้วยราคามิตรภาพ

ข้อ 1-4 ที่ทำมาทั้งหมดนั้น จะมาตกม้าตายด้วยอาหารราคาแพงไม่ได้ ดังนั้นราคาที่ลูกค้าจ่ายต้องเป็นราคาคุ้มค่า ไม่แพงจนเกิดคำพูดที่ว่า 'มาร้านนี้ครั้งเดียวเท่านั้น' ซึ่งราคาก็เป็นตัววัดสุดท้ายว่าลูกค้าจะมากินที่ร้านอีกหรือไม่ เพราะราคาก็ต้องมิตรภาพเหมือนนางงามนะจ๊ะ ■

แนวทางการพัฒนาสูตรอาหาร เมื่อยอดขายเริ่มคงที่-ลดลง

หลังจากเปิดร้านไปแล้ว เจ้าของร้านก็ต้องมาพิจารณาดูต่อว่ายอดขายเป็นอย่างไรบ้าง 'คงที่-ลดลง' เพื่อจะได้หาแนวทางการปรับปรุง หรือเรียกว่าการพัฒนาเมนูอาหารนั่นเอง ซึ่งการพัฒนาเมนูอาหารนั้น จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ▪

01.

Improve product

คือ การพัฒนาอาหารเดิมที่มีจำหน่ายอยู่แล้วให้ดีขึ้น ทั้งเรื่องรสชาติ ต้นทุนต่ำลง หรือใช้วัตถุดิบทดแทน แต่ยังคงชื่อเมนูเดิม เช่น กระเพราหมูสูตรใหม่จัดจ้านในย่านนี้ ซึ่งปรับใหม่โดยการใช้พริกขี้หนูสวนเท่านั้น และใช้ใบกระเพราแดงที่จะหอมกว่าปกติ ทำให้เมนูเดิมมีการพัฒนาที่ดีขึ้น■

02.

New product

เป้าหมายในการทำเมนูใหม่นั้น ทำเพื่อดึงดูดลูกค้าเก่าให้กลับมาใช้บริการ หรือเพิ่มความถี่ในการใช้บริการ เนื่องจากหากเปิดร้านอาหารไปสักระยะเวลาหนึ่งแล้ว มีแต่เมนูเดิมๆ อาจจะทำให้กลุ่มลูกค้าขาประจำเบื่อก็เป็นได้ และทำให้พวกเขาอยากไปทดลองทานอาหารที่ร้านอื่นแทน■

เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าสนใจ และดึงดูดให้กลุ่มลูกค้าเข้ามาใช้บริการร้านของคุณให้มากขึ้น มาดูกันว่าปัจจัยที่คุณต้องคำนึงถึง

มีอะไรบ้าง?

- ดูความต้องการของลูกค้าเป็นอันดับแรก อาจจะใช้แบบสอบถามช่วย แต่การใช้แบบสอบถามต้องเป็นแบบปลายปิด คือ มีคำตอบให้เลือกแค่ 2 ทาง เพื่อกรอกข้อมูลให้เจาะจง หลังจากนั้น ค่อยถามความคิดเห็นว่ามีความต้องการอย่างไรเพิ่มเติม.

- เลือกสร้างเมนูใหม่จากข้อมูลที่มี เช่น อาหารในหมวดไหนของร้านอาหารยังทำยอดขายได้น้อยอยู่.

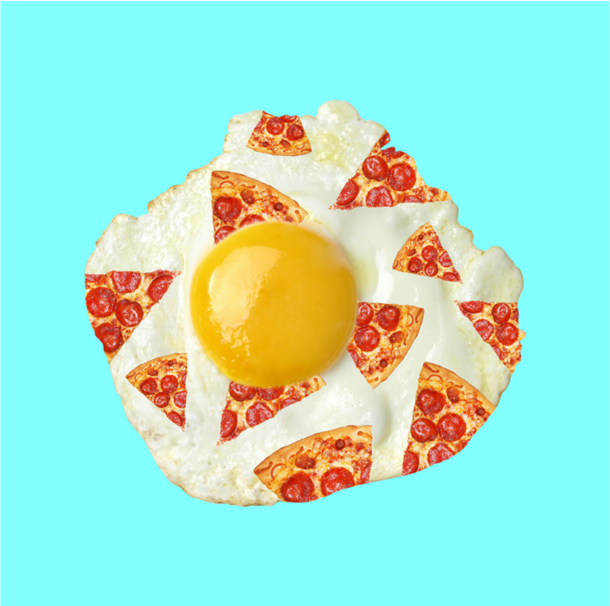
- ดูการศักยภาพการจัดการในครัวว่า ครัวของคุณสามารถเพิ่มเมนูใหม่ได้หรือไม่ และมีพนักงาน หรือมีอุปกรณ์เพียงพอหรือเปล่า?.

- สร้างเมนูใหม่จากวัตถุดิบตามฤดูกาล เช่น ข้าวแช่ มีขายเฉพาะเดือนเมษา หรือ ข้าวเหนียวทุเรียนก้านยาว ขายเฉพาะ 2 เดือนเท่านั้น■

- สร้างเมนูตามกระแสบ้าง เช่น ตอนนี้เมนูอาหารเกาหลีกำลังมา อาจจะเพิ่มเมนูเกาหลีตามกระแส ขายเพียง 1 เดือน หรือขายตามกระแสเฉพาะช่วงนั้นๆ■

แหล่งที่มา : www.siammakro.co.th

แนวทางการออกแบบเมนูอาหารในยุคดิจิทัล



ในยุคนี้ต้องยอมรับว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทกับทุกๆ วงการ ไม่เว้นแม้แต่วงการอาหาร ซึ่งปัจจุบันการเลือกรับประทานอาหารของผู้บริโภคไม่ได้หยุดเพียงแค่ กลิ่นที่ชวนลิ้มรส รสชาติอร่อย หน้าตาอาหารสวยงาม หรือแม้แต่การบริการที่ดีเท่านั้น แต่สิ่งที่จะดึงดูดผู้บริโภคในยุคนี้ได้ นั่นก็คือ ประสบการณ์อันน่าตื่นเต้นและแปลกใหม่ในการรับประทานอาหารนั่นเอง■

เพื่อให้เกิดการจดจำ สร้างความประทับใจ และเป็นที่พูดถึงมากที่สุด คือ 'Digital Delicious' ที่นำอาหารและดิจิทัลอาร์ตมารวมไว้ด้วยกัน กับรูปแบบการนำเสนอที่น่าตระการตา โดยบริษัท Doozy Digilab ผู้นำด้านการสร้างสรรค์ประสบการณ์ดิจิทัลรูปแบบใหม่ ที่ได้นำอาหารและดิจิทัลอาร์ตมารวมไว้ด้วยกัน มาในรูปแบบของอาหารประเภท Fine Dining ซึ่งนับว่าเป็นเทรนด์ใหม่ที่น่าสนใจ ซึ่งใช้เทคนิคแบบ 4D Mapping, Multi touch screen, Interactive Multi Media ทำให้ได้ทั้งภาพ แสง สี เสียง กลิ่น รส และสัมผัส มาแบบครบถ้วน ถือเป็นการเปิดประสบการณ์แบบ Interactive Dining Experiences เต็มรูปแบบครั้งแรกในเมืองไทย■

แหล่งที่มา : www.digitaldelicious.net

เคล็ดลับการออกแบบเมนูสูตรเด็ดของร้าน

จริงๆ สูตรเด็ดกับเมนู Signature ก็ดูจะเหมือนเป็นเรื่องเดียวกันแต่ Signature คือ สิ่งที่คนนึกภาพแล้วจะร้องอ๋อ! ส่วนสูตรเด็ดของร้าน คือ ต้องมาชิม แล้วจะรู้ว่าแตกต่างจากร้านทั่วๆ ไปอย่างไร ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละร้านว่าจะเลือกใช้เมนูไหนเป็นจุดขายของร้าน▪

01.

Story Telling (บอกเล่าชีวประวัติความเป็นมา)

พูดถึงร้านอาหารก็ต้องนึกถึงเมนูในร้านอาหาร ซึ่งใครจะรู้ว่าประวัติที่มาของอาหารนั้น มีอิทธิพลต่อลูกค้าไม่แพ้รสชาติและราคาเลย เพราะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าอาหารที่ตนรับประทานเข้าไปนั้น มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น และหากมีเรื่องราวลึกซึ้งกินใจมากเท่าไร ก็ยิ่งเข้าถึงได้มากเท่านั้น โดยปัจจัยในการเลือกออกแบบเมนูหรือสูตรอาหารนั้น ขึ้นอยู่กับว่าร้านอาหารแต่ละร้านต้องการบอกเล่าเรื่องราวของตัวเองว่าอย่างไร? ให้กับกลุ่มลูกค้า ซึ่งมีร้านอาหารจำนวนไม่น้อยให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่องราว หรือ Story Telling และประสบความสำเร็จมาแล้วมากมาย เช่น ร้านโอ้กระจู๋ ที่มีคอนเซ็ปต์ปลูกผักเพราะรักแม่ ซึ่งเมื่อเข้าไปในร้านของเขา ลูกค้าก็จะเห็นเรื่องราวที่มาที่ไปของร้าน รวมทั้งที่มาของวัตถุดิบของแต่ละเมนู ซึ่งการใช้เรื่องราวเหล่านี้ ทำให้เมนูเกิดความน่าสนใจ และมีการทดลองสั่งมากินเพิ่มขึ้น▪

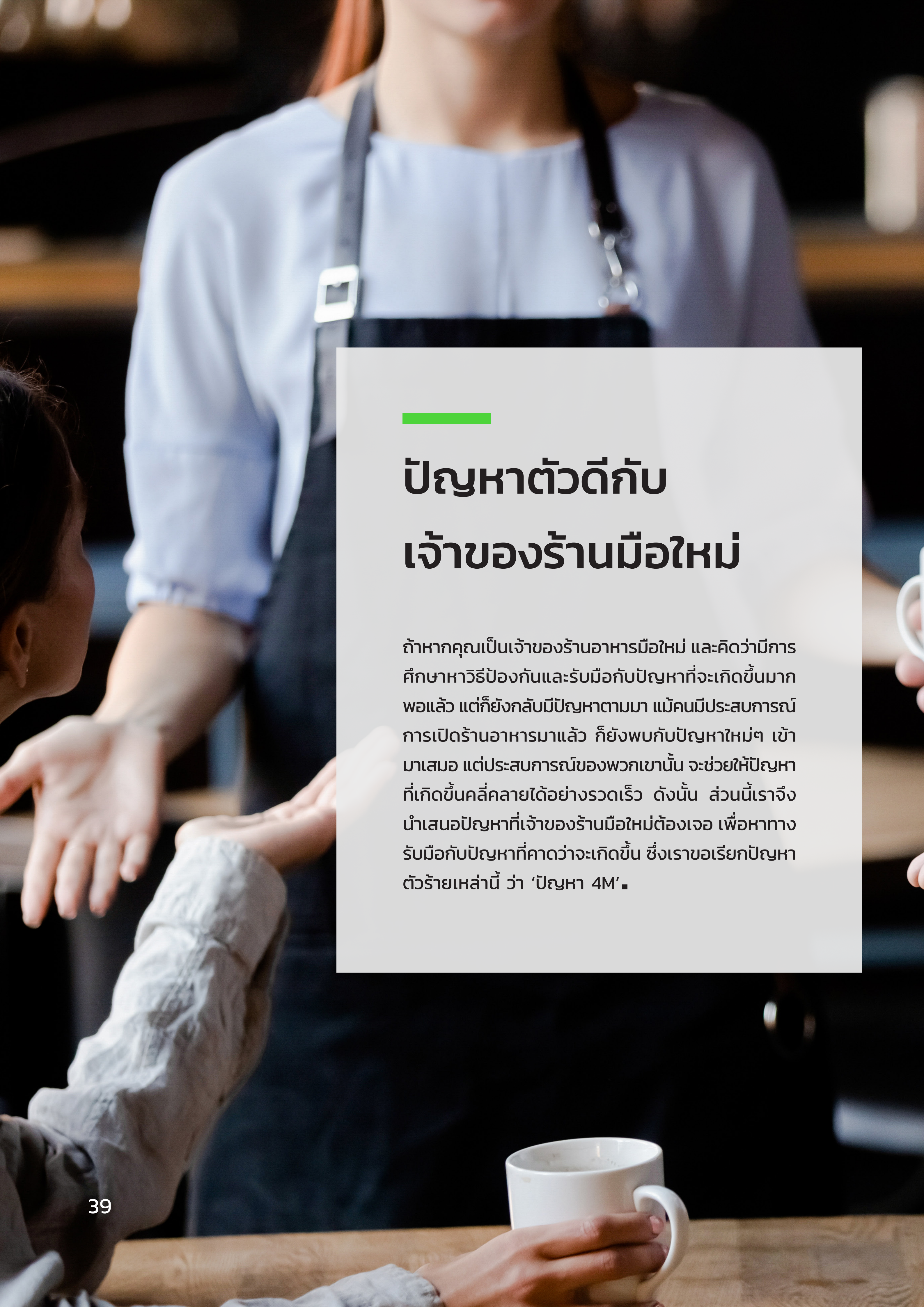
โดยหลักการในการสร้าง Story Telling แบ่งตามนี้

- ตอบคำถามให้ได้ว่าจะทำอย่างไร เพื่อสร้างความแตกต่าง เพื่อให้ลูกค้าจดจำร้านอาหารของคุณ▪
- สร้างเรื่องราว หรือสโลแกน เช่น โอ้กะจู๋ ปลูกผักเพราะรักแม่▪
- กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และให้เหมาะสมกับร้านอาหารของคุณ▪
- สร้างคอนเทนต์ให้เป็นที่จดจำ มีการบอกต่อ และชวนติดตาม▪

02.

Award
(รสชาติดีการันตี ระดับโลก)

สำหรับธุรกิจร้านอาหารนั้น สิ่งที่ตอบโจทย์ลูกค้าที่มารับประทานอาหารที่ร้านมากที่สุด น่าจะเป็นเรื่องของรสชาติอาหารว่าถูกปากหรือไม่และยังรวมถึงความสดใหม่ของวัตถุดิบด้วย ซึ่งมีร้านอาหารหลายร้านที่ไม่ได้เน้นการตกแต่งร้านอาหารเลย แถมยังไม่ได้เน้นถึงหน้าตาอาหารเป็นสำคัญด้วยซ้ำ แต่ก็ยังคงมีลูกค้ามาต่อคิวอย่างเนืองแน่นทุกวัน ซึ่งร้านอาหารเหล่านี้ มีการบอกแบบปากต่อปากโดยสื่อต่างๆ รวมทั้งมีการยอมรับ และเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง โดยที่เจ้าของร้านยังยึดคอนเซ็ปต์การขายอาหารตามเดิม โดยไม่สนใจทำการตลาด หรือไม่สนใจเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เข้ามาอำนวยความสะดวก เพราะว่าพวกเขานั้น มั่นใจในรสชาติอาหารของตัวเองมาก ซึ่งตรงนี้ถือว่าเป็นจุดแข็งของร้าน เนื่องจากเป็นการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าที่มาใช้บริการและคนที่ทำอาหารก็จะเป็นคนเดียวกับคนที่สร้างชื่อเสียงให้ร้านมาตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงปัจจุบัน ตัวอย่างร้านอาหาร ที่ถูกยอมรับในเชิงรสชาติดี มีรางวัลการันตีอย่างร้านเจ๊ไฝ และร้านหน่องริมคลอง ซึ่งร้านอาหารเหล่านี้ ไม่มีที่จอดรถ ไม่ได้มีการตกแต่งสวยหรู แต่กลับมีคนเข้าร้านอย่างไม่ขาดสาย▪



ปัญหาตัวดีกับ เจ้าของร้านมือใหม่

ถ้าหากคุณเป็นเจ้าของร้านอาหารมือใหม่ และคิดว่ามีการศึกษาหาวิธีป้องกันและรับมือกับปัญหาที่จะเกิดขึ้นมากพอแล้ว แต่ก็ยังกลับมีปัญหาตามมา แม้คนมีประสบการณ์การเปิดร้านอาหารมาแล้ว ก็ยังพบกับปัญหาใหม่ๆ เข้ามาเสมอ แต่ประสบการณ์ของพวกเขานั้น จะช่วยให้ปัญหาที่เกิดขึ้นคลี่คลายได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น ส่วนนี้เราจึงนำเสนอปัญหาที่เจ้าของร้านมือใหม่ต้องเจอ เพื่อหาทางรับมือกับปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ซึ่งเราขอเรียกปัญหาตัวร้ายเหล่านี้ ว่า ‘ปัญหา 4M’.

01.

Man (เชฟ/พนักงานในร้าน)

ดังแล้วแยกวง

เมื่อ 'พ่อครัวและทีมกุ๊ก' ลาออกไปเปิดกิจการเป็นของตัวเอง แล้วมีการแอบเอาสูตรอาหารของร้านคุณไปใช้อีก ซึ่งวิธีการแก้ไข คือ ควรมีการทำสัญญาที่ชัดเจน เพื่อป้องกันไม่ให้สูตรอาหารของร้านถูกนำไปใช้ที่อื่น■

ขาด ลา มา สาย ทำงานผิดพลาด

ลูกค้าตำหนิ ทะเลาะกันเอง หรือลาออกเป็นว่าเล่น เรื่องพวกนี้คนเป็นเจ้าของร้านก็ต้องทำใจยอมรับเอาไว้เลย เพราะแทบทุกร้านต้องเจอเหตุการณ์แบบนี้ ซึ่งพอจะมีทางแก้อยู่บ้าง คือ ต้องสร้างระบบการทำงานให้ชัดเจน อาจจะมีระบบลงเวลาเข้า-ออก ระเบียบการลา หรือมีการจัดฝึกอบรมการทำงาน เพื่อป้องกันการทำงานไม่ให้เกิดความผิดพลาด รวมทั้งมีสวัสดิการที่ดี มีค่าตอบแทนที่เหมาะสม เพื่อดึงดูดให้พวกเขาอยากอยู่กับเรานานๆ■

02.

Method (วิธีการ/ระบบที่ใช้)

ระบบบริหารจัดการที่ดี

ถือเป็นตัวช่วยสำคัญที่ทำให้คุณไม่ต้องเหนื่อยเข้าร้านทุกวันสังเกตง่ายๆ คือ ร้านอาหารไหนที่ไม่วางระบบการทำงาน เจ้าของร้านก็ต้องวิ่งวุ่นเข้าร้านทุกวัน เพื่อคอยควบคุมการทำงานของพนักงาน ซึ่งหากไม่มีระบบนี้ พนักงานอาจทำงานข้ามขั้นตอน หรือทำงานผิดพลาดจนเกิดความเสียหายได้ แต่หากมีระบบที่เป็นมาตรฐาน ก็จะทำให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น■

เงินรั่วไหล

เรื่องเงินถือเป็นเรื่องที่คุณจะไว้ใจใครไม่ได้เลย ยิ่งธุรกิจร้านอาหารแล้ว ยิ่งมีช่องทางให้เงินรั่วไหลได้ทุกจุด ตั้งแต่ระบบทำงานหลังบ้าน ดังนั้น ทางแก้ที่ดีที่สุด คือ การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย อย่างระบบ POS ที่สามารถเก็บข้อมูลการขาย รวมทั้งระบบบัญชีออนไลน์ ที่แสดงยอดขายวันต่อวันได้อย่างชัดเจน ก็จะช่วยอุดรอยรั่วต่างๆ ได้อย่างดีเยี่ยม■

รสชาติเพี้ยน

ส่วนใหญ่เกิดจากพ่อครัวไม่มีสูตรมาตรฐานในการปรุงอาหาร เพื่อไม่ให้รสชาติผิดเพี้ยน หรือทำตามความเคยชิน เพราะฉะนั้น คุณจึงต้องมีสูตรอาหารที่ชัดเจน เพื่อให้รสชาติอาหารนั้นเป็นไปตามมาตรฐานของร้าน■

เอาใจลูกค้าไม่ถูก

เรื่องการบริการ เจ้าของร้านอาหารก็ไม่ควรมองข้ามด้วยเช่นกัน เพราะถ้าบริการไม่ดีนอกจากจะเสียลูกค้าแล้ว ดีไม่ดีอาจจะเสียลูกน้องด้วย ดังนั้น ต้องมีการอบรมพนักงานให้เข้าใจเกี่ยวกับการบริการอย่างชัดเจน■

โปรโมชั่น หรือการทำการตลาด

การไม่มีโปรโมชั่นพิเศษ หรือทำการตลาดดีๆ รวมถึงทำการตลาดออนไลน์ ก็จะทำให้ร้านอาหารที่เปิดใหม่ ยอดขายจะค่อยๆ ตกลง เนื่องจากมีคู่แข่งจำนวนมากที่พร้อมแย่งลูกค้าตลอดเวลา ประกอบกับปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ เช่น พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป และเศรษฐกิจไม่ดีทำให้ใช้จ่ายน้อยลง■

03.

Material (วัตถุดิบ/คน/น้ำ/ไฟ)

ต้นทุน ของราคาอาหารต่อจานเพิ่มจากเดิม 30-35% ซึ่งต้นทุนในที่นี้ หมายถึงต้นทุนค่าอาหาร ต้นทุนค่าแรง ค่าน้ำ ค่าไฟ ซึ่งร้านอาหารส่วนใหญ่มักประสบปัญหาต้นทุนพุ่งจนควบคุมไม่ได้ ตั้งแต่การจ้างพนักงานที่มากเกินไป หรือต้องจ่ายค่าโอทีโดยไม่จำเป็น รวมไปถึงการจัดการวัตถุดิบไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้มีวัตถุดิบเหลือทิ้งหรือมีไม่เพียงพอต่อการปรุง จนพนักงานต้องไปซื้อปลีก ซึ่งราคาสูงกว่า▪

04.

Machine (เครื่องจักร/อุปกรณ์)

หากทำอาหารอยู่ดีๆ แล้วแก๊สหมด หรือหม้อหุงข้าวเกิดพังขึ้นมา คุณจะแก้ปัญหาอย่างไร? ซึ่งเรื่องพวกนี้ คุณต้องมีแผนสำรองไว้เสมอ ว่าจะรับมือกับอุปกรณ์ที่พังกะทันหันได้อย่างไรบ้าง▪

แหล่งที่มา : amarinacademy.com

จะยิง ADS อย่างไร ถ้าลูกค้าไม่ออนไลน์

เนื่องจากผู้คนส่วนใหญ่ต่างมีคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตใช้กันทุกบ้าน โซเชี่ยลมีเดียจึงเข้ามามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในทุกๆ วัน แต่ถ้าหากผู้บริโภคที่ไม่ใช้โซเชี่ยลมีเดีย คุณจะเข้าถึงผู้บริโภคเหล่านี้ ได้อย่างไร? โดยช่วงยุคต้นของการทำการตลาดนั้น นักการตลาดส่วนใหญ่จะแยกระหว่างการทำการตลาดบนดิจิทัล กับการทำการตลาดในสื่อแบบดั้งเดิมออกจากกัน และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางผู้บริโภคเกิดขึ้น ปัจจุบันนักการตลาดส่วนใหญ่ ก็จะหันมาเทงบประมาณลงในสื่อดิจิทัลอย่างมาก ขณะเดียวกัน ในต่างประเทศ การตลาดที่ได้ผลมากที่สุด ไม่ใช่การเทเงินลงไปในสื่อใดสื่อหนึ่งจนหมด แต่เป็นการพยายามใช้สื่อให้สามารถช่วยส่งเสริมกันได้ หรือเชื่อมโยงกันระหว่างสื่อ ให้เข้าไปแทรกตัวอยู่ในชีวิตประจำวันผู้บริโภคได้ขึ้นมา ซึ่งทำให้การเชื่อมระหว่างสื่อดั้งเดิมกับสื่อดิจิทัลเข้าด้วยกัน จึงมีความจำเป็นที่นักการตลาดจะต้องเรียนรู้ และสามารถเอาไปปรับใช้ในการทำงานได้▪

01.

Billboard + Geo-location

เป็นการทำการตลาดแบบหนึ่งที่ง่ายที่สุดที่สามารถเชื่อมโลกดั้งเดิมให้เข้ากับยุคดิจิทัลให้เข้ากันได้ นั่นคือ การใช้สื่อที่ทุกคนมองข้ามอย่าง ป้ายบิลบอร์ด (Billboard) หรือ OOH (Out of Home) ที่วางตามถนนหรือป้ายตามที่ต่างๆ นั้น มาทำให้เป็นประโยชน์ ด้วยเทคโนโลยีในปัจจุบันที่สามารถสร้างกลุ่มเป้าหมายในระดับพื้นที่ได้ ทำให้การเชื่อมโยงระหว่างป้ายโฆษณาตามที่ต่างๆ กับพื้นที่เป้าหมายนั้น สามารถทำการตลาดได้สะดวกยิ่งขึ้น เช่น ป้ายบิลบอร์ดตามแนวรถไฟฟ้า ซึ่งแต่ละสถานีก็กำหนดเนื้อหาโฆษณาที่แตกต่างกันออกไป▪

02.

Magazine + Digital Content

ปัจจุบันความนิยมในกลุ่มนิตยสารก็ลดลงแทบจะไม่เหลือเลย เพราะสื่อออนไลน์นั้น ขึ้นมาแทนสื่อสิ่งพิมพ์พวกนี้ แต่ความเป็นจริงแล้ว ในต่างประเทศนั้น สื่อสิ่งพิมพ์หลายๆ แห่ง ก็ยังอยู่ได้ด้วยระบบสมาชิกและเนื้อหาที่หาอ่านที่ไหนไม่ได้ ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์พวกนี้ กลายเป็นสื่อที่สำคัญอย่างมากในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีเงินและมีความเป็นเฉพาะเจาะจงอย่างมาก เช่น สมาชิกกลุ่มหนังสือทำอาหาร หรือสมาชิกเหล่าแม่บ้านที่นิยมการอ่านจากนิตยสารมากกว่า▪

03.

Newspaper + Online Ads

เช่นเดียวกับสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลายคนบอกว่าตายแล้ว การใช้หนังสือพิมพ์นั้น กลับกลายเป็นที่ลดลงอย่างมาก สำหรับนักการตลาดในปัจจุบันที่ใครๆ ก็หันไปหาอ่านข่าวในช่องทางออนไลน์กันหมด แต่ในความเป็นจริงนั้น ยังมีหนังสือพิมพ์อีกหลากหลายรูปแบบที่สามารถเอามาเชื่อมกับสื่อดิจิทัลได้เช่นกัน อย่างกลุ่มนักธุรกิจสูงอายุ ยังนิยมการอ่านข้อมูลข่าวสารจากหนังสือพิมพ์อยู่ ดังนั้นสินค้าที่เหมาะกับคนกลุ่มนี้ ก็ยังสามารถใช้สื่อเหล่านี้บอกข้อมูลได้■

04.

TV + Video Ads

รายการโทรทัศน์ก็ยังได้รับความนิยมอยู่ แต่ปัจจุบันผู้บริโภคได้ใช้เครื่องมือดิจิทัลพร้อมกับการดูโทรทัศน์มากขึ้น ขณะเดียวกัน การโฆษณาผ่านรายการโทรทัศน์ ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากกว่า ดังนั้น การเลือกใช้โทรทัศน์ในการสื่อสารก็ยังคงใช้ได้อยู่ แต่เนื้อหาต้องชัดเจน ดึงดูดใจ และเป็นที่น่าจดจำมากขึ้น▪

05.

Radio + Streaming Ads

รายการวิทยุที่ผู้คนนั้นหันไปฟัง Streaming Service เพิ่มขึ้น ก็สามารถเชื่อมการทำโฆษณาทั้งในรายการวิทยุ และ Streaming Service ทำให้สื่อโฆษณาของคุณนั้นสามารถแทรกตัวเข้าไปอยู่ในระหว่างการเดินทางในรถ จนถึงในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้ที่ชอบฟังรายการคลื่นวิทยุนั้นๆ ได้อีกด้วย▪

แหล่งที่มา : www.marketingoops.com

เกี่ยวกับผู้เขียน

"คุณอาสยา พิทักษ์ศิริพรรณ (เชฟหมู) เชฟรุ่นใหม่ที่มีประสบการณ์มากมายทั้งด้านอาหารและเบเกอรี่จาก Diplome De Cuisine Le Cordon Bleu และอดีตเชฟจากโรงแรม Four Seasons, Anatara Siam, Dean & Deluca และ Gourmet Primo ก่อนจะผันตัวไปเป็น อาจารย์สอนทำอาหารและเบเกอรี่โรงเรียน The V School รวมถึงการ ศึกษาเพิ่มเติมทางด้านอาหารจาก Kai Ping Culinary School โรงเรียนแห่งเดียวใน ไต้หวัน ที่ได้รับการันตีจาก World Association of Chefs' Societies (WACS) และ CerialTech School of Backing Technology ปัจจุบันเชฟหมูเป็นที่ปรึกษาด้านเมนูอาหารของร้าน My Backyard Farm & Bistro (Sansiri Backyard).

"คุณนารีรัตน์ มีทา (บอม) มีประสบการณ์การทำงานด้านวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (กลุ่มอาหาร) มากว่า 12 ปี ด้วยผลงานอันโดดเด่นของคุณบอม ทำให้เธอได้ใบประกาศนียบัตรด้านเทคนิคการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ จากสถาบันอาหาร รวมทั้งจาก Moody International, Goumet Primo และสำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยา ปัจจุบัน คุณบอมดำรงตำแหน่ง Assistant Research and Development Manager จาก Goumet Primo.