

ÜZLET + TECHNIKA

A meglepetés: Boom & Brass

A Vörösmarty tér a pesti belváros egyik frekventált helye, ami nemcsak a turistákat, hanem a vendéglátóhelyeket is ide vonzza. A legújabb üzlet a Boom & Brass Étterem és Bár, amelyben az exkluzivitás együtt jár a legmodernebb technikával. A MatriX rendszer szolgálja az árképzést, és ennek alapjaként az árubeszerzést, a raktározást. Ennek legjobb példája a MatriX Handy, mely gyorsaságával elkápráztatja a vendégeket.



A Boom and Brass azt a szűk piaci rést igyekszik elfoglalni, amelyik még hiányzik a Vörösmarty tér kínálatából. De ez csak átvitt értelemben igaz. Mert a Casino részeként működő, de más céggel üzemeltetett étterem imponáló méretekkel rendelkezik. Az adottságok hasznosításának szakmai filozófiáját Albert Tamás üzletvezető így foglalta össze:

– A tulajdonosokkal együtt mániákusan szeretjük az art deco-t, és ehhez a stílushoz az igényességet társítottuk a vendéglátás minden elemében. A belső, általam megálmodott térben visszaidézzük a házban eredetileg működött kávéház hangulatát, az étlapon pedig együtt szerepelnek a hagyományos magyar ételek a nemzetközikkal, és minden a legkorszerűbb kivitelezésben kerül a vendégek elé.

Az étterem hangulatát meghatározza az üveg, a fa és a fém bőkezű használata. A színvilágban a barna dominál, amit jól ellenpontosz a bézs, és a kettő harmóniáját az arany csillogása emeli meg.

A névválasztással a tulajdonosok a két funkciót, az étterem és a bár egységére akartak utalni. A meglepetést idézi a boom, a brass pedig a bronzot jelenti. A hangulati különbséget a színválasztással is jelölték: az étteremben az arany és a sárga-, a vörösréz az uralkodó, a koktélbárban pedig az ezüst. A hangulatteremtés fontos kelléke a világítás is, és a meglepetés egyik eszközeként a mennyezetet tartó oszlopok esténként világítanak.



Albert Tamás

A design jelentőségéről Albert Tamás azt mondja, nem titkolt cél, hogy ez legyen a vendéglátás első eleme. Ma elsősorban a látvány „tereli” a Vörösmarty tér látogatóit, mert minden vendéglátó funkcióra specializálódott már egy-egy üzlet. Amit a Boom & Brass-ból meglátnak az ablakon bekukucskáló járókelők, annak tükröznie kell az étterem és a bár szerves egységét, és azt, amit a 333 négyzetméteren nyújtani tud.

Az árakat a belvárosban szokásos alá kalkulálták 10 százalékkal, és az üzletvezető tájékoztatása szerint nem bevezető jelleggel. Ezt a kényes gazdasági egyensúlyt az árképzéssel valósítják meg, annak érdekében, hogy a jelenlegi árak hosszú távon piacképesek maradjanak:

– A szezonális termékekből nagyobb mennyiséget vásárolunk – mondja Albert Tamás –, és a dömpingárnál valamivel magasabbra szabott értékesítési ár kiegyenlíti a többi időszakban várható ráfizetést, a forgalmasabb

nyári hónapokban elérhető nagyobb nyereség pedig fedezi a téli működés veszteségeit. Ezért nem kell a vendégre áthárítanunk a növekvő alapanyagárakat. Mivel a piac már nem viseli el a drasztikus áremeléseket, ezért csak saját működésének racionalizálásával tud talpon maradni a vendéglátás. Mi is azt keressük, hogyan tudjuk gazdálkodásunkat hatékonyabbá tenni, például az alapanyagok ésszerű felhasználásával, a hulladék minimálisra csökkentésével.

Ez a feladata a Juhász Sándor vezette konyhai brigádnak is. A másik, hogy új felfogásban készítsék el a klasszikus magyar ételeket. Így lett a Somlói galuskából Somlói alagút, csokoládé glaceszal: ugyanaz az íz, meglepetést keltő kivitelezésben.

A megcélzott vendégkör az árszínvonalból következően igen széles. Azért, hogy a hátizsákos turista is megtalálja a maga asztalát a Boom & Brass valamelyik helyiségében, és az is, aki hajlandó kifizetni 20 ezer forintot a



Pócz Réka

Swarowski kristályokkal díszített, exkluzív ásványvízért.

Az eddigi tapasztalatok alapján a vendégek jónak találják az ár-értékarányt, és a legtöbben nem az olcsóbb ételek-italok közül választanak. Feltűnő Albert Tamás szerint, hogy a külföldiek csak elvétve rendelnek csirkét – kivéve a paprikást –. Hogy a magyarok választásában pontosan mekkora arányt képviselnek a csirkeételek, az majd szeptembertől derül ki pontosan. A Boom & Brass hazai célközönsége akkor lesz elérhető, ezért ősszel kezdik a reklámkampányt. Amelynek fő üzenete az lesz, hogy a Boom & Brass árai mindenki számára elérhetők. De a média-megjelenéseknél nagyobb jelentőséget szánunk a szájhagyományoknak. Amelynek hatását nem sürgetik, mert a tulajdonosok nem a gyors, hanem a hosszú távú, tíz évre tervezett megtérülés reményében investáltak több százmillió forintot az üzletbe. A sikeres üzleti vállalkozás pedig a későbbiekben jelentősen növeli





az egyébként is értékes ingatlan árát. Az étteremben közel száz, a teraszon kétszáz, a bárban pedig harminc férőhelyet alakítottak ki. A magas színvonalú kiszolgálást az is lehetővé teszi, hogy nagy terű, és a legmodernebb technikával felszerelt, jól szervezett konyha áll a háttérben, amelynek irányítása a másik üzletvezető, Pócz Réka feladata.

– Az elszámoláshoz és a raktározáshoz a Mátrix rendszert választottuk, mert ez lehetőséget ad a termelési és az értékesítési folyamatok nyomon követésére. Az egy gombnyomásra készíthető statisztikai adatokból tudjuk feltárni azokat a mozgósítható tartalékokat, amelyekkel ésszerűsíteni lehet a gazdálkodást, és optimalizálni az üzemeltetés költségeit. Ez pedig azt jelenti, hogy nem a dolgozók fizetésével kell takarékoskodni.

– *Mi volt a legfontosabb cél?*

– A vendég elégedettségének elnyerése, és ennek eszközét a Mátrix-ban találtuk meg. Azért, mert áttekinthetővé teszi a gazdálkodást, és ez árpolitikánk lényeges eleme. Az volt a célunk, hogy meglepjük a vendéget a halatlanul gyors kiszolgálással, javítva a felszolgálat minőségén is. További célunk volt, hogy a rendelések gyorsabban jussanak a konyhára. Ott Handy-vel dolgoznak a kollégák, akiknek nem kell az érintő képernyő előtt a sorukra várni. A rendelés feladásának pillanatában a pultos már elkezdheti kikészíteni az italokat, amelyeket az italos felszolgáló visz a

vendég asztalához. Ezzel a gyors kiszolgálással máris kivívtuk a vendégek csodálatát, miközben jelentősen növekedett az asztalok forgási sebessége is. Ez pedig azt jelenti, hogy adott létszámmal több vendéget tudunk kiszolgálni. A rendszer mindenki számára megelégedéssel működik. Akik már profi módon kezelik a Handyt, azok szinte vakon használják, és nem szakítják meg a szemkontaktust a vendéggel.

A Mátrix rendszer megtanulására felkészítő tréninget szerveztek a személyzetnek a Hotel Informatika szakemberei. A felszolgálók mind gyakorlott, fiatal emberek, akik ismerik, értik, és tudják kezelni a rendszert, amivel dolgoznak. A Handy használata nem okoz gondot azoknak sem, akik korábban más elszámolási rendszert alkalmazó üzletekben dolgoztak. Szituációs helyzeteket is gyakoroltak, hogy rutinná váljon a Mátrix rendszer használata.

– A technika és a személyzet összehangolása része a modern felfogású üzletvezetésnek – folytatja Pócz Réka –, ami nem szokványos a magyar vendéglátásban, de külföldön már így működnek a miénkhez hasonló színvonalú üzletek.

A Hotel Informatika szakemberei alkalmassá tették a rendszert a helyi specialitásokra. A rendszer lehetőségeit kihasználva hamarosan belső receptkönyv készül a koktélokról, hogy a személyzet új tagjai ebből sajátítsák el a házbán forgalmazott italokról a tudnivalókat.



hotelinformatika

Mobil: 06 30 9219 910

Web: www.ettermirendszer.hu