

h 12910

ر م ر ا و د

123456

محلیک رستوران موفق

۶۵ رمز کیفیت برای کسب درآمد بیشتر در رستوران

یافتن بهترین موقعیت‌های مکانی که تضمینی برای داشتن
حداکثر سود ممکنه می‌باشد و بهترین روش انجام معامله

متر مین

کوروش محمودی ده بیگلو

کلارا مهرانیان



سرشناسه	ارداسر، لورا، ۱۹۶۳ - م.
عنوان و نام پدیدآور	Arduser, Lora
مشخصات نشر	محل یک رستوران موفق: ۳۶۵ رمز موفقیت برای کسب درآمد بیشتر
مشخصات ظاهری	در رستوران ... / لورا ارداسر؛ مترجمین کورش محمودی دده‌بیگلو، کلارا مهرانیان
شابک	تهران: نشر افروز، ۱۳۹۵
وضعیت فهرست نویسی	۱۳۸ ص
یادداشت	978-600-9653-91-1
موضوع	فیفا
شماره انبار	عنوان اصلی: Restaurant site location: finding, negotiating & securing the best food service site for maximum profit c, 2003
شماره افزوده	رستوران‌ها - تعیین محل
رده بندی کنگره	محمودی، کورش، ۱۳۴۸ - مترجم
رده بندی دیوید	مهرانیان، کلارا، ۱۳۵۹ - مترجم
شماره کتابشناسی ملی	TX۹۱۱/۳/۷۱۴ ۱۳۹۵
	۶۴۷/۹۵۰۶۸۱
	۴۰۵۸۲۰۶



عنوان: محل یک رستوران موفق

ناشر: نشر افروز

مؤلف: Lora Arduser

مترجمین: کورش محمودی دده بیگلو، کلارا مهرانیان

اجرا و صفحه آرایی: بنیامین عمار

چاپ و صحافی: دفتر فنی شهرام

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۵

شمارگاه: ۱۰۰ نسخه

قطع کتاب: رقعی

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

تمام حقوق نشر و پخش این اثر برای انتشارات افروز محفوظ است.

ISBN 978-600-9653-91-1

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۶۵۳-۹۱-۱

مراکز پخش

فروشگاه مرکزی انتشارات شهرآب	تهران، خیابان انقلاب، رویروی دانشگاه تهران، مجتمع فرهنگی فروزنده، پلاک ۲۳۳
فروشگاه شماره ۲ انتشارات شهرآب	تهران، خیابان انقلاب، ضلع جنوب شرقی میدان، بازار بزرگ کتاب، طبقه پایین همکف، پلاک ۱۵
فروشگاه آینده سازان	تهران، خیابان انقلاب، رویروی دانشگاه تهران، مجتمع فرهنگی فروزنده، پلاک ۳۰۵

مرکز پخش و دفتر مرکزی: تهران، خیابان انقلاب، خیابان منیری جاوید (اردیبهشت)، کوچه بهشت آیین، پلاک ۳۶ کد پستی ۱۳۱۴۹۶۳۳۳۱ تلفن: ۶۶۴۹۹۹۹۰ نمابر: ۶۶۴۸۳۱۵۱

فهرست مطالب

۷	مقدمه
۹	فصل اول: خودتان و بازار فروشتان را بشناسید
۹	ویژگی‌های شخصی شما
۱۰	برنامه‌گذاری شخصی شما
۱۱	طرز فکر و عقاید شخصی شما
۱۳	نحوه تعیین استراتژی بازاریابی - نگاهی به رقبای خود داشته باشید
۱۴	شماره
۱۵	نگهداری و حفظ شبکه‌های غذایی
۱۷	ویژگی‌های مشترک شما
۱۹	فصل دوم: تحقیق و بررسی بازار کار
۱۹	بررسی موقعیت مکانی
۲۰	بررسی جزئیات بازار کار
۲۱	جمعیت مردم و آمارگیری از آنها
۲۳	مسابقات و رقابت‌ها
۲۴	بررسی شرایط صنعتی
۲۵	برآورد کلی از ویژگی‌ها و مشخصات محل کار
۲۵	چه کسانی می‌توانند در تحقیقات به شما کمک کنند؟
۲۸	سایر امکانات بررسی اینترنتی
۳۰	سرمایه‌گذاری‌ها و تحقیقات
۳۱	واسطه‌های مالی حقیقی
۳۱	یک مشاور انتخاب کنید
۳۵	فصل سوم: نحوه‌ی هدایت تحقیقات در یک محیط جغرافیایی بزرگ
۳۵	موقعیت مکانی بزرگی برای خود بیابید
۳۶	تنظیم پایگاه داده‌ها
۳۸	بررسی نمونه‌ها با استفاده از اطلاعات پایگاه داده
۴۰	آمارگیری تجاری و آمارگیری از مناطق مشکونی
۴۳	فصل چهارم: نحوه‌ی هدایت تحقیقات در محیط‌های تجاری بزرگ
۴۳	در مورد همسایگانی که انتخاب کرده‌اید تحقیق کنید

۴۴	توسعه و افزایش مشاهدات و پرسشنامه‌ها
۴۶	بررسی شرایط بازار
۴۷	بررسی نظرات مشتری‌ها
۵۰	بررسی فعالیت‌های رقبا
۵۰	از چند نفر باید نظرسنجی کنیم؟
۵۳	تنظیم جداوا پایگاه داده‌ی آماری
۵۴	تنظیم پایگاه داده‌ی نظرسنجی از مشتری‌ها
۵۵	تنظیم پایگاه داده‌ی رقبا
۵۶	محدود کردن سایکس
۵۷	زمینه‌ی کاری
۶۱	فصل پنجم: پیش‌بینی فروش
۶۱	مقایسه کردن و مورد بخش قرار دادن
۶۲	رتبه بندی
۶۳	مرحله‌ی بعدی - پیش‌بینی فروش
۶۵	تصمیم‌گیری برای تقسیم بازار
۶۷	روش آمارگیری برای پیش‌بینی فروش و ایجاد یک پایگاه داده‌ی آنالوگ (قابل قیاس)
	نرم افزارهای آمارگیری که به صورت مجموعه‌ای از سی‌دی یا آنلاین هستند با آنها کارها
۶۹	به صورت شخصی انجام می‌شود
۷۱	فصل ششم: ویژگی‌های محیط کسب و کار
۷۱	موقعیت مکانی و محل کاسبی
۷۲	هزینه‌های نیروی کار و استفاده از امکانات موجود
۷۳	هزینه‌های نقل و انتقالات و سرویس‌ها
۷۱	ویژگی‌های محیط‌های کاسبی
۷۹	فصل هفتم: در جستجوی مکان مخصوص به خودتان باشید
۷۹	مکان اجاره‌ای یا شخصی
۸۱	حق امتیاز
۸۴	رستوران‌های موجود
۸۵	ساختمان‌های جدید یا ساختمان‌های فعلی
۸۶	تجهیزات و ملزومات محل کار
۸۷	موقعیت مکانی پیاده روهای باریک
۸۹	موقعیت مکانی مراکز خرید

۹۰	تجهیزات مورد نیاز
۹۱	نمونه‌هایی از نیازهای محیطی
۹۲	مشخصات محلی
۹۵	بازدید از محل
۹۹	میزان ترافیک
۱۰۱	رقبا
	فصل هشتم: مراحل بدست آوردن و انجام مذاکره برای دستیابی به یک مکان مناسب
۱۰۵	مطالعه و بررسی امکان اجرایی شدن کار
۱۰۶	گرفتن رزروهای تجاری
۱۱۲	برنامه ریزی برای مهم‌ترین قسمت‌های برنامه تجاری
۱۱۳	برنامه ریزی برای مهم‌ترین قسمت‌های برنامه تجاری
۱۱۹	برنامه‌ی تجاری را با نمایندگان طراحی نمائید
۱۲۰	منابع برنامه‌های تجاری
۱۲۳	فصل نهم: شروع کسب و کار و درآمد زایی
۱۲۳	منابع تأمین وجه
۱۲۵	برنامه‌های دولتی و منابع انجمن‌های تجاری کوچک
۱۲۷	فصل دهم: وام‌ها
۱۲۷	یافتن یک بانک و بانکدار
۱۲۸	سک بانکدار چه توقعاتی از شما دارد؟
۱۲۸	وثیقه
۱۳۰	گفتگو برای گرفتن وام
۱۳۱	ارزیابی و تعیین قیمت
۱۳۲	معامله
۱۳۳	چه اتفاقی می‌افتد اگر معامله با شکست مواجه شود؟
۱۳۵	فصل یازدهم: بعد از انجام معامله
۱۳۵	گرفتن پروانه و جواز کسب و کار
۱۳۶	قبل از افتتاح

مقدمه

به طور حتم، همه این گفته را شنیده اند: سه نکته مهم برای پیدا کردن یک ملک واقعاً خوب چیست؟

موقعیت مکانی، موقعیت مکانی، موقعیت مکانی. ممکن است این حرف خیلی کلیشه‌ای شده باشد ولی به طور حتم درست است!

انتخاب مکان مسکن به سرعت و از روی بی توجهی انجام گیرد. البته کار خیلی دشوار هم نیست، ولی یافتن و تأمین کردن یک موقعیت مکانی خوب پروسه‌ای است که نیاز به دید، زمانه گذاری زمانی و انجام تحقیقات و بررسی‌های دقیق دارد. به یاد داشته باشید، انتخاب یک محل نامناسب اتفاقی نیست که به راحتی قابل رفع و رجوع باشد - شما می‌توانید برنامه‌های بازاریابی یا طرز تهیه‌ی سس مخصوصتان را عوض کنید، ولی تغییر مکان - قوله‌ی دیگری است!

اگرچه پروسه‌ی مکان یابی بسیار متغیر است و بستگی به این دارد که شما بخواهید عملکرد خودتان را با اضافه کردن تجهیزات جدید به رقعته مکانی فعلی، توسعه دهید یا این که برای اولین بار در جستجوی یک متن مناسب برای شروع کارتان باشید، در هر صورت اصول کلی مکان یابی یکسان است.

خبر خوب این است که شما در حال حاضر اولین قدم خود را جهت انجام تحقیقاتتان برداشته اید! این کتاب راهنما به شما کمک می‌کند تا اطلاعات مورد نیاز برای یافتن مکان مناسب را در اختیار داشته باشید و شما را در پروسه‌ی "یافتن، مذاکره کردن و تأمین بهترین موقعیت مکانی برای رستوران تا کسب حداکثر سود ممکنه" هدایت می‌نماید.

کوروش محمودی

Email: Mahmoodi_Korush@yahoo.com

۰۹۱۲-۳۲۶۱۸۱۶