

Tiêm ph: M t trào u kinh doanh m i

Tác Giả: Ng i Vi t Đông B c

Chúa Nhật, 29 Tháng 7 Năm 2012 07:28

N u hi n t ng này nhân r ng thì “nhà hàng ph” s là c h i m i cho r t nhi u ng i Vi t Nam.

Ng i Vi t Đông B c - G n đây, trong gi i buôn bán c a ng i Vi t r lên xu h ng mu n m ti m ph trong các khu v c thu n túy ng i M b n x . N u hi n t ng này nhân r ng thì “nhà hàng ph” s là c h i m i cho r t nhi u ng i Vi t Nam.



Ch Hà ng i đã t ng m năm ti m ph thành công Philadelphia.

Ph đã tr thành món ăn thông d ng trong công ngh nhà hàng mà khi khai tr ng không c n ph i qu ng cáo nhi u v th c đ n. M nhà hàng ph tr thành m t c h i đ u t ít v n và đ c xem là ít r i ro h n trong các lo i kinh doanh nhà hàng.

Cũng nh ngh làm móng tay, ngh n u ph bán cho ng i M có bi u hi n tr thành dòng th ng m i chính c a ng i Vi t trong t i Philadelphia và ph c n.

Nhà hàng Ph & Beyond cách thành ph Philadelphia 45 phút. Khu v c này h u nh không có khách hàng Vi t Nam th mà nhà hàng ph này t n t i trong m t khu th ng m i “M tr ng” m t cách đ c h u, h u nh không có s c nh tranh.

Vào gi ăn tr a c a ngày th ng, th c khách c a ti m Ph & Beyond này nh n nh p, đa ph n là ng i M da tr ng, n u có ng i g c Á thì đó là ng i M g c Đ i Hàn.

Tiêm ph: M t trào l u kinh doanh m i

Tác Giả: Ng i Vi t Đông B c

Chúa Nhật, 29 Tháng 7 Năm 2012 07:28

Bí quy t thành công c a c a ti m này là gì? Theo anh Vũ Nguy n, ng i qu n lý nhà hàng cho bi t ti m c a anh đã ra kh i ph m vi th c khách Vi t Nam đ b c vào m t lãnh đ a m i có nhi u c h i và h a h n m t s thành công l n h n. Trong lúc các khu th ng m i Vi t Nam, các ti m ph ch còn cách c nh tranh v i nhau thì vi c m m t ti m ph trong khu th ng m i ng i M là m t đ a bàn ho t đ ng quá lý t ng.

Th t v y, trong m t chuy n đ ng t i Connecticut, m t ti u bang nh bé v ùng Đông B c, ngay gi a m t đ o n đ ng “không đầu vào đầu” đ c tr ng cho phong c nh n c M , m t ti m ph g c đ ng bên c nh các c a ti m ng i M t o nên m t nét văn hóa ph thông m i. Ph Vi t Nam ch a có th ng hi u l n trên th tr ng M mà ch đ ng đ ng s n ph m m th c mang tính văn hóa s c dân. Nh ng tr c khi nó quá n i ti ng đ tr thành nhà hàng liên doanh (franchise) thì ch c ch n c h i làm ăn nh theo ki u hùn h p gia đình s r t phát đ t.

Làm th nào đ m nhà hàng ph

Ch Hà, ng i t ng m năm ti m ph thành công trong thành ph Philadelphia cho bi t đ ng ti m ph nh ch cũng là m t ngh mang tính chuyên môn cao. Th ng là ng i ta h p đ ng đ ch xây đ ng m t ti m ph, khi đ khách và s ng đ c thì ch s tìm cách “build” (đ ng nên) m t ti m khác. Cũng theo ch Hà, trong khu Vi t Nam thì ti m ph càng to càng đ p thì càng có u th v m t qu ng cáo và ti p th khách hàng. Sau khi ti m ph thành công thì ch Hà s bán l i công th c v m t gia v h ng li u mà trong vùng g i là “Qu C u Bà Hà”. Ch Hà nói r ng ti m ph cao c p thì giá c vô cùng nh ng giá khai tr ng thì kho ng 150 ngàn đô t b t đ u, còn n u mua l i các nhà hàng cũ đ tân trang thì giá r h n. Cũng nh th i tr c có ng i đi đ ng ti m nails, bây gi có ng i ch đi đ ng ti m ph. Không ph i là có công th c ph ngon là thành công đ c mà đó là m t văn hóa ph c v r t nghiêm ng t.



Th c khách bên trong ti m “Ph & Beyond” n i ti ng v i n c ph n u b ng th t bò.

Theo ch nhân c a ti m Ph & Beyond thì giá m ti m đ i 100 ngàn đô-la thì có th v n hành

Tiêm ph: M t trào l u kinh doanh m i

Tác Giả: Ng i Vi t Đông B c
Chúa Nhật, 29 Tháng 7 Năm 2012 07:28

t t trong khu M tr ng tr khi nhà hàng mu n n i r ng sang các món ăn khác ngoài ph . Tuy nhiên, s hùn h p thì c n hai ng i có trách nhi m thì r t t t. Ba ng i m ti m ph thì không nên vì tr c sau gì r i cũng có c nh “tam qu c phân tranh” khi có mâu thu n v m t l i ích.

H ng v ph nh th nào?

Ph là m t món ăn th c s có giá tr trình di n v m t ngh thu t. tr n thì trình bày nh đĩa xà lách, d i thì là súp nóng r t khó có món ăn bình dân nào có đ hình nh nh th . Ch c n nhìn vào m t thi t k , t thân món ph đã có s c thu hút. Theo ch Hà, món ph t thân nó đã ngon nh ng nhi u ng i còn tham lam mu n t o kh u v b ng cách cho quá nhi u gia v r ti n nh b t ng t ho c đ ng hóa h c (sweetener) cho nên ăn tô ph xong b ng l i nê lên, t o c m giác khó ch u cho th c khách. Ch cũng kh ng đ nh r ng b t ng t đóng vai trò đi u v không th thi u trong ph hi n nay nh ng ph i dùng đ n lo i nào và li u l ng bao nhiêu đ ăn xong không b sôi b ng đó chính là bí quy t c a “Qu C u Bà Hà”.

N m trong khu th ng m i Vi t Nam sinh sau đ mu n so v i các trung tâm th ng m i khác, ti m ph Hà c a ch có u th v m t đ a bàn. “Ti m ph này bây gi s ng t t. Có ng i đ ngh tô qua bang Ohio đ m ti m nh ng không bi t có nên r i Philadelphia hay không?”

G n đây, ch Hà còn thí nghi m các lo i h ng li u m i nh ph gà t i c a bang Pennsylvania n u b ng đ c s n Nhân Sâm Hoa K t o nên s c thu hút v m t h ng li u cao c p. Đây cũng là b c th nghi m m i đ t o s đa đ ng cho mùi v ph mang tính cao l ng m v dùng hoàn toàn nh ng s n ph m c a Hoa K .

T i Philadelphia cũng có ti m ph bò mu n n u b ng h ng li u cao c p là bò Kobe nh ng ph i đ ng vì không có nguyên li u và giá thành ch a thích h p.

Trong lúc đó, ti m Ph & Beyond dùng th t bò h m làm ch t ng t cho n c ph . Theo ch nhân c a ti m này thì ch t ng t c a bò n m trong th t ch không ph i trong x ng nh nhi u ng i ng nh n. “Trong th t bò m i có v ng t t nhiên c a ch t đ ng ch trong x ng làm gì có”, ch nhân c a Ph & Beyond ti t l . Ch t béo trong x ng bò t o nên kh u v hòa quy n gi a ng t và béo r t đ c s c. Tô ph c a ti m Ph & Beyond toàn n u b ng v t li u cao c p nh c s n (c đ u) thay th cho c c i cho nên bán đ t h n các tô ph trong khu Vi t Nam. Nhi u ng i Vi t Nam cũng lái xe t xa đ ăn đ xem th t ph c a ti m này có khác gì các tô

Tiêu đề: Mốt trào lưu kinh doanh mới

Tác Giả: Ngái Viät Đông Bác
Chúa Nhật, 29 Tháng 7 Năm 2012 07:28

phở bán ở trong khu thị trấn ng mới ở Việt Nam.

Nhiều người sành ăn phở cho biết rằng mốt tô phở quá rẻ thì không thể ngon được vì không như các món ăn khác, người ta phải có thời gian ngâm vào nồi gia tăng hương vị. Phở càng rẻ thì người ta càng ít.

Nói tới công nghệ phở trong cộng đồng người Việt Nam trong vùng, người ta không thể không nhắc đến Phở Hòa và Phở 75, được xem như là tên tuổi mang tính chất liên doanh (franchise). Tuy nhiên sự ràng buộc lợi ích như thế nào với các chủ đầu tư thì không ai biết. Các franchise cũng chủ yếu kiểm soát việc chất lượng làm phở có ngày ngon ngày dở vì thị trường phở thuộc vào yếu tố thời tiết mùa đông hay mùa hè. Ngoài ra, các franchise này chủ yếu chú trọng vào thị trường khách Việt Nam, hầu như chủ đầu tư có kế hoạch đầu tư vào thị trường khách hàng nước ngoài.



Món phở nước bán hàng loạt và nhân sâm Hoa Kỳ (bổ não) sẽ là mốt thời trang phở mới của thị trường. Món ăn đã được chủ đầu tư và thị trường đã đánh giá cao về dinh dưỡng và hương vị.

Cũng theo các chủ đầu tư phở này, nhiều người ở Việt Nam biết chủ đầu tư mới đầu tư trên thị trường phở văn hóa thì không bao lâu thì mốt của Việt Nam sẽ mọc lên như khu vực thị trường nails. Tuy nhiên lý do thị trường sẽ khó khăn hơn như khi quy trình chủ đầu tư và quy trình thị trường được hoàn thiện thì đây sẽ là một điểm của kinh doanh mới trong cộng đồng người Việt Nam.

Đồng Đức - Kỹ thuật thực hiện

Ghi nhận và cảm ơn:

Tiêm ph: M t trào l u kinh doanh m i

Tác Giả: Ng i Vi t Đông B c

Chúa Nhật, 29 Tháng 7 Năm 2012 07:28

-Tiêm ph c a ch Hà đang qu n lý hi n nay mang tên Ph Hà Sài Gòn n m trong khu ch B n Thành đ a ch : 320 W. Oregon Ave., Philadelphia, PA 19148 (phone: 215-389-1002).

-Tiêm “Ph & Beyond” do anh Vũ Nguy n qu n lý đ a ch 47 Easton Road, Willow Grove, PA 19090 (phone: 215-659-3464).

Chúng tôi ch n đ c hai tiêm ph này đ làm tài li u cho bài phóng s th ng m i này. Xin cảm n ch nhân c a Ph Hà Sài Gòn và Ph & Beyond đã đón tiếp và cung c p thông tin trong ngh cũng nh bí quy t ngh n u ph nh m đ a đ n đ n đ c gi báo Ng i Vi t Đông B c m t góc văn hóa đ i s ng.