

Spelen met cijfers

Juni 2008

Rollema & Partners administratieve dienstverlening
officieel volwassen, 1987 – 2008



*Communiceren
is een kwestie
van discipline*



Ook communiceren met je gasten is een
kwestie van discipline.

Trends en ontwikkelingen

www.rollemapartners.nl

2

4

5

Juni 2008

1

Anders denken, anders doen

Ook communiceren met je gasten is een kwestie van discipline.

Vorige maand hebben wij naar aanleiding van onze medewerking aan Mijn Tent is Top een aantal administratieve tips voor beginners gegeven. Naar aanleiding van die nieuwsbrief en de Food for Thought (nieuwsbrief Van Spronsen & Partners horeca-advies) belde een lezer om een afspraak te maken voor een oriëntatiegesprek. Tijdens het gesprek bleek dat hij niet zo zeer behoefte had aan administratieve ondersteuning, maar aan adviezen op gebied van marketing & communicatie, één van de werkvlakken van horeca-advies. In zijn budget heeft hij echter geen ruimte over voor het uitvoeren van een gedegen onderzoek op dit vlak. Al pratend kwam een aantal ideeën voorbij die wij u niet willen onthouden.

*Verkoopacties
just do it!*

Maak je de keuze om de communicatie met je gasten professioneel aan te pakken dan wordt de identiteit en het imago van je bedrijf onderzocht en vandaar uit wordt bepaald hoe je de gewenste gasten gaat bereiken, en deze aan je bedrijf gaat binden.

Veel kleine en middelgrote bedrijven kunnen en/of willen geen geld besteden aan een uitgebreid onderzoek naar hun "gastemarkt". Dit bleek ook het geval bij bovenstaande eigenaar. Hij had al een aantal zeer leuke acties georganiseerd in de loop van de jaren. En tja, dan zat de zaak vol, ook op de doordeweekse dagen! Maar al snel nadat de actie was afgelopen zakte de belangstelling weer weg. En zo werkt het: ook voor communicatie geldt: discipline. Hoe je het ook onderzocht hebt! Blijf je bedrijf onder de aandacht brengen van je huidige en toekomstige gasten. Slechts een heel klein percentage van de horeca zit elke avond vol zonder noemenswaardige communicatie inspanningen.

Ludieke acties

Heb je een ludieke actie gedaan, en is deze succesvol geweest? Herhaal dat met regelmaat. De Bijenkorf heeft toch ook met regelmaat zijn Drie Dwaze Dagen?



Het leuke aan ludieke acties is dat het vaak regionaal en soms landelijk ook nog zorgt voor gratis publiciteit. De lezer waarmee wij spraken, had met het vieren van zijn vijfjarig bestaan een leuke en succesvolle actie bedacht. Met veel gratis publiciteit in de lokale pers. Hij vertelde dat hij de actie niet wilde herhalen, omdat het pas drie jaar geleden was! Zonde, jaarlijkse herhaling vergroot de herkenning!

Hoe begin je te communiceren met je huidige en toekomstige gasten? Zorg dat je als eigenaar goed in beeld houdt wat het financiële plaatje mag zijn en kijk welke personeelsleden het leuk vinden om mee te denken en bepaal hoe effectief ze meedenken. Ga met elkaar aan tafel zitten en verzin! Stimuleer elkaar in het roepen van de meest onzinnige ideeën, bespreek wat er op tafel komt en kijk wat uitvoerbaar is. Kap niet bij voorbaat alle ideeën af – wie weet kom je door het meest onzinnige idee op een uitvoerbaar origineel idee. Zorg dat je hele team achter het idee gaat staan en voer het met zijn allen uit. Check altijd dat hetgeen je organiseert past bij het bedrijf en hetgeen je wilt uitstralen. Ga ook niet onbepert vergaderen, maar stel grenzen!

En dan nu de ideeën die we u niet wilden onthouden.

Deze eigenaar had moeite om de zakelijke markt te bereiken.

Plaats: gevestigd in het centrum en al 2 andere restaurants op het industrieterrein.

Product: zijn stijl van koken ligt een niveau hoger dan zijn concurrenten op dit vlak. Hij heeft een jonge chef die het leuk vindt zich te ontwikkelen.

Prijs: deze ligt ook iets hoger en met acties waarmee de prijs omlaag gaat, heeft hij geen goede ervaring.

Promotie: al een aantal acties geprobeerd, en ervaren dat de pers ludieke acties extra aandacht geven!

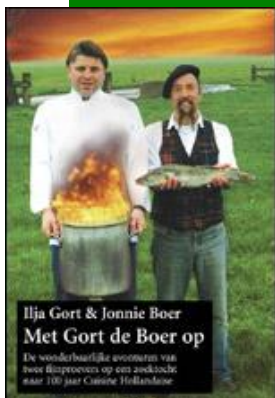
Al pratend kwamen we op het idee om een bekendere kok (die bijvoorbeeld net een kookboek heeft geschreven) te vragen of het restaurant een paar weken een speciaal menu in zijn stijl mocht serveren. Hij gaat proberen een win-win situatie te creëren. De "zakelijke gasten" die hij tracht te bereiken, biedt hij een tafel aan tijdens deze lunch en hij zorgt dat de chef hierbij aanwezig is. Het kookboek van de chef is te koop, persoonlijk gesigneerd! Gevolgen: zijn eigen chef krijgt een stukje ervaring erbij, zeker als de chef de eerste dag nog helpt in de keuken ook. En je promoot het kookboek van je inspirator voor deze maand, pers erbij, helemaal top!



Je kunt natuurlijk ook een lunch organiseren voor alle directie secretaresses op het industrieterrein! Secretary Sandwich Friday!

Veel chef-koks die reeds een aantal Michelinsterren verdiend hebben, koken regelmatig bij collega's om op bovenstaande wijze samen een restaurant of een goed doel te promoten. Zo heeft elke zichzelf respecterende luchtvaartmaatschappij maaltijden van topkoks in de Business class. En Albert Heijn doet precies hetzelfde.

Topkoks bij AH



Een ander voorbeeld gaf de eigenaar zelf. Hij serveert een seniorenmenu, nadat hij had ervaren dat halve porties in deze omgeving minder werkt. Voorgesteld werd om een speciale avond te kiezen waarop er meerdere menukeuzes zijn voor senioren. Eventueel een seniorenmenu te combineren met een kleinkinderen menu! Maar dan moet je dat (de seniorenmarkt) in de omgeving wel vertellen! En dat was nog nooit gebeurd! Waaruit weer blijkt dat ook in communicatie discipline erg belangrijk is. Gewoon een lijstje: Wat gaan we doen; Wie doet wat; Voor wie doen we het, en hoe gaan we het communiceren naar deze doelgroep?

Senior Scrambled Eggs & Cheddar Breakfast Two scrambled eggs with Cheddar cheese Served with two bacon strips, two sausage links and two buttermilk pancakes.

Senior French Toast Slam® One thick slice of our Fabulous French Toast with one egg*, two bacon strips or two sausage links.

Senior Belgian Waffle Slam® A golden waffle served with one egg*, two bacon strips or two sausage links.

Heeft het bedrijf een terras? Organiseer dan eens een diner of lunch samen met een aantal lokale leveranciers, standjes op het terras waar hapjes gehaald kunnen worden, het restaurant zorgt voor de drankjes en mensen worden aangetrokken door de braderie-achtige sfeer. Vaak zullen de leveranciers hun producten vrij goedkoop willen laten proeven dus voor uw gasten extra interessant. Een diner waarin alle producten zijn verwerkt een paar avonden van tevoren, lokale pers uitnodigen en de opkomst kan u wel eens verbazen.

Zo liggen er veel ideeën voor het oprapen. Wij leveren met discipline u de cijfers en constateren dat discipline in elk onderdeel van bedrijfsvoeren erg belangrijk is! Wilt u meer inspiratie? Kijk ook eens op de website van horeca-advies en lees de Food for Thought.

Trends en ontwikkelingen

Gegrild vlees personaliseren

Met een heet ijzermerker kun je opzien baren bij de BBQ deze zomer. Dit stukje vlees is gegrild door ... De mogelijkheden: 55 letters en 8 spaties. Je kunt maximaal 2 regels branden in het vlees.

Bron: www.trendhunter.com



Opvouwbare hotelkamers uit het Franse "pop-up" circuit.

Albilmo bouwt 25 hotelkamers in een dag op elke willekeurige plek. 12 M2 voorzien van bed, verlichting, wc en douche. Bron: www.albilmo.fr



Bangalore Express

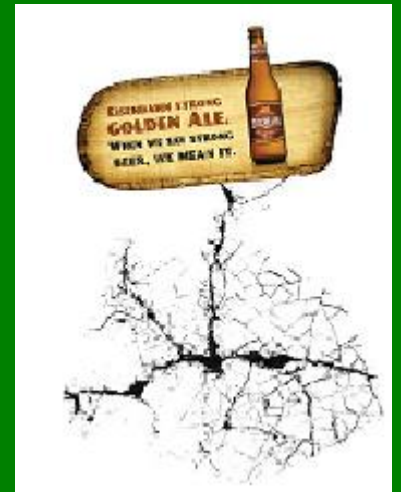
Indiaas restaurant in Londen. Het interieur is apart – groene en bruine tinten, in een hoge ruimte. Deze ruimte heeft aparte tafels op een hoger niveau te bereiken via een trapje.

Bron: www.thecoolhunter.net



Golden Ale – sterk bier

Reclame voor Golden Ale. Spreekt voor zich, een super sterk biertje! Bron: *marketing alternatief*.



Regardz ISO 9001-2000 gecertificeerd

16 juni 2008 - Recent is voor heel Regardz de ISO 9001-2000 certificering vernieuwd. Daarmee blijft het de eerste horecaketten in Nederland die zijn kwaliteitsmanagement zo inricht.

De certificering en de daarbij behorende procedures zijn op het hoofdkantoor van Regardz vastgelegd. Alle individuele locaties worden vervolgens steekproefsgewijs getoetst op het actief werken aan de kwaliteitsverbetering, door middel van zeven vastgelegde stappen. Hierdoor wordt een goed werkbaar systeem gecreëerd en zijn logge handboeken overbodig.

Samenvatting van het bericht op www.horecaentree.nl

Op onze sites vindt u dagelijks vers financieel- en horecanieuws. Veel gegevens komen rechtstreeks van de nieuwsbrieven en persberichten van de diverse ministeries. Op deze pagina vindt u een aantal recent, via onze site, gepubliceerde artikelen.

www.rollemapartners.nl

Wijziging percentage heffings- en invorderingsrente

11-06-08 - Het percentage voor de heffings- en invorderingsrente voor het betalen van belasting of belastingschuld, is gewijzigd. Het nieuwe percentage (5,15%) geldt met ingang van 1 juli 2008.

Bron: Belastingdienst 11-06-08

Verzuimboete voorkomen

Mei 2008 – Betaalt u loonbelasting te laat, dan kan u dit op een verzuimboete en een naheffingsaanslag komen te staan.

Maar soms bent u gewoonweg vergeten de loonbelasting op te geven aan de fiscus of heeft u niet alles betaald. Als u in dat geval vrijwillig voor een correctie zorgt, mag de inspecteur u geen verzuimboete opleggen. De voorwaarde is wel dat het belastingbedrag dat u alsnog moet betalen, minder is dan € 5.000,= of tussen de € 5.000,= en € 12.500,= ligt en minder is dan 20% van de totale verschuldigde belasting over het tijdvak waarop de vrijwillige verbetering betrekking heeft.



Let er wel op dat de correctieberichten per 1 januari 2010 gaan verdwijnen. U zult correcties op (loon)betalingen achteraf dan moeten gaan verwerken in de loonaangifte van de huidige maand. In de praktijk doen veel werkgevers dit echter al.

Bron: Rendement mei 2008

www.salaris-spronsen.nl

Intrekken verklaring met terugwerkende kracht

9-6-2008 Als er in uw bedrijf werknemers zijn die een 'verklaring geen privé-gebruik auto' hebben ontvangen van de Belastingdienst, wil dat zeggen dat zij de auto van de zaak voor minder dan 500 kilometer per jaar voor privé-doeleinden gebruiken. Als werkgever hoeft u dan geen rekening te houden met de bijtelling.

Maar wat moet u doen als een werknemer de auto toch vaker privé gaat gebruiken? Veel werkgevers blijken de bijtelling pas in de administratie te verwerken vanaf het moment dat de verklaring is komen te vervallen. U moet dus rekening houden met een bijtelling vanaf het begin van het kalenderjaar waarin de werknemer heeft aangegeven de auto vaker te gaan gebruiken.

U moet de bijtelling verlonen met ingang van de periode waarvoor de fiscus aangeeft dat de verklaring niet meer geldt. De werknemer krijgt dan een naheffingsaanslag opgelegd over de maanden vóór de intrekking van de verklaring.

Bron: Rendement

Rollema & Partners, administratieve dienstverlening

Kantoorgebouw Statenhof
Reaal 5M, 2353 TK LEIDERDORP
Postbus 289, 2350 AG LEIDERDORP
Telefoon: (071) 541 88 66
Fax: (071) 541 88 69