

1. Мисия ,цели , пазарни сегменти

Happy Bar & Grill е верига от ежедневни ресторанти в България и Барселона. Първият ресторант от веригата е открит в навечерието на Коледа , 24.12.1994 година в морската ни столица Варна – Хепи моряшки бар . Заведението се радва на изключително голям интерес от страна на варненци и на 06.07.1995 година става факт и втория ресторант Хепи Орбита , с което се поставя началото на бързоразвиващата се верига . Днес Компанията управлява и развива 27 ресторанта в България и 2 в Барселона, Испания . Ресторантите са разположени в големите градове –София , Пловдив , Русе, Варна , Бургас на топ локации и на най-възловите места по националните пътни артерии. Днес веригата Happy Bar & Grill е една от най-обичаните марки в сферата на ресторантьорството в България . Нейната мисия е непрекъснато самоусъвършенстване в удовлетворяването на клиентите или както е написано на техния сайт: „Нашата мисия е да внесем радост и усмивка в забързаното ежедневие на нашите клиенти , като им предложим вкусна и здравословна храна ,приготвена и поднесена с внимание , бърз и качествен сервиз в неангажираща приятна обстановка .” Упешната 18 годишна практика на веригата показва , че грижата за клиента и неговите желания са това , което е водещо в ежедневната работа, насочена към подобряването на храната и разнообразието и , качеството на обслужване и неповторима собствена атмосфера .За да получат клиентите на Happy Bar & Grill винаги повече , веригата създава така наречения Happy оригинал . Той включва:

- Най-вече непрестанен стремеж за поднасяне на най-вкусните , здравословни и питателни храни , приготвени съобразно световните стандарти за качество и безопасност.
- Качествено обслужване от добре обучени служители , работещи по уникални HAPPY стандарти , емблемата , на които са усмивката , гостоприемството и грижата за клиента.
- Неангажиращия интериор , създаващ усещане за уют и настроение с множеството картини от днес и близкото минало.
- Единствени по рода си комуникационни канали – Happy tv , Happy радио и списание Happy News .

Запълвайки пазарната ниша между луксозните ресторанти и стандартните заведения за бързо хранене , Happy Bar & Grill се радват на все по-голяма популярност. Ресторантите от веригата не могат да останат незабелязани и определено знаят как да привлекат вниманието върху себе си . Характерната обстановка и спецификата на интериора ги правят не просто място за хранене , а място на което всички се чувстват удобно. Всички ресторанти от веригата са подчинени на един стил и създават усещане за уют и непринуденост .Заведенията от веригата “Happy Bar & Grill” залагат на собствени продукти , отговарящи на високи качествени стандарти . Веригата предлага разнообразно меню със специално

разработени рецепти за търговската марка „Happy”. Основен акцент е поставен върху пилешките специалитети като по-здравословна и нискокалорична храна . Веригата се налага на пазара и поради доброто си обслужване , подчинено на строги стандарти за време на сервиране .Happy Bar & Grill е марка за хора от всички възрасти , от деца до възрастни , които търсят вкусна и сравително евтина храна , поднесена бързо от любезен и усмихнат персонал в приятна обстановка . Ето защо ресторантите са предпочитани както от по-млади хора за среща с приятели, така и за семейства с деца и по-възрастни хора търсещи по-спокойна обстановка . Със своята бързина в обслужването , ресторантите Happy привличат все повече хора , със забързано ежедневие и малко свободно време .

2.Характеристика на продукта

Запазена марка на Happy Bar & Grill е изписването на името на веригата в два различни шрифта , с бяло на червен цвят . Посланието на телевизионната реклама е “Don’t worry be happy”. Интернет сайта е добре оформен и интересен . Специфичната обстановка в ресторантите , американския тип сепарета , снимките и картините по стените , както и облеклото на сервитьорите , всичко това е част от визитната картичка на Happy Bar & Grill. Друго важно нещо , с което се характеризират ресторантите от веригата е тяхното богато меню, специално разработено за марката Happy.В него има разнообразни салати , основни ястия , скара , пици , десерти, напитки на достъпни цени . Основната услуга , която предлага ресторантьорството и която е главното съдържание на ресторантьорския продукт е хранене. Основната ресторантьорска услуга е свързана с покупка на храни и напитки , но клиентите на Happy Bar & Grill ползват и редица съпътстващи услуги с неосезаем характер . Такива услуги са предварителна резервация на определен брой места за сядане , посрещане на клиентите в ресторантьорския обект , ориентиране и настаняване , поднасяне на меню , предлагане на информация и помощ при избора на храни и напитки , изпращане на клиентите . Персонала на ресторантите от веригата е любезен, достатъчен на брой , оказва необходимото внимание на клиентите. Всеки ресторант има салонен управител , който е длъжен да следи за качеството и времето на обслужване на клиентите .

3.Канали за продажба

Освен бранда Happy , компанията основава и развива редица други марки : Happy sushi , рибни ресторанти Captain Cook(София , Варна) , Национална кухня Old Village (Варна) , японски ресторант SASA.

Верига ресторанти Happy се опитва да разшири дейността си , поставяйки си за цел да станат едни от най-предпочитаните ежедневни ресторанти в Европа , чрез франчайз. Моделът включва предоставяне на марката на други фирми , собственици на ресторанти , които да я ползват

срещу заплащане . Нарру търси обекти за партньори от веригата в Турция, Македония , Сърбия , Румъния , Русия и Украйна . От ръководството на Нарру , казват , че са избрали именно тези страни , защото менталитетът на хората там е много близък до нашия . Освен в страните от източна Европа , Нарру иска да открие обекти в Благоевград и Стара Загора . За да се включат във франчайз програмата на Нарру Bar & Grill потенциалните им партньори трябва да осигурят първоначална такса от 50 хил. евро. Всеки месец собствениците на ресторанти в чужбина трябва да плащат роялти такса от 5 % от brutния приход от продажбата на храни и напитки , а българските партньори да превеждат допълнително средства за национална реклама . Нарру използват различни канали за продажба – както собствени заведения и партньорски обекти , доставки по телефона или на уеб сайт <http://dostavka.happy.bg/>. Давайки си поръчката , клиента избира часа , в който да бъде готова . От ресторанта се ангажират поръчката да бъде готова и опакована в съответния час. При вземане на поръчката от ресторанта , клиентите получават 15 % отстъпка . За София , Бургас , Пловдив , Русе , Варна цената за доставка е 1.79лв. Извън Варна , в курортните комплекси , вилни зони , Златни пясъци , Летище , Бизнес парк, слънчев ден доставката е на цена 3 лева . Нарру създава програма , специално за своите клиенти , които често пътуват и посещават крайпътните ресторанти от веригата . „С Нарру на път ” клиентите могат да ползват до 15 % отстъпка , да поръчат за из път специални менюта на преференциални цени , да поръчват още да са пристигнали в заведението и да получат своята поръчка директно в колата си . При консумация в крайпътни ресторанти , клиентите имат възможност да получат лоялна карта , с която натрупват бонус 10 % от своята текуща консумация . Тази отстъпка може да бъде използвана още на следващото посещение на крайпътен ресторант Нарру . Освен това всеки картопритежател , получава право да поръчва специални комбо менюта , които включват удобни за консумация в превозно средство ястия . В навечерието на Коледа, Нарру празнува своя 18-ти рожден ден и по този случай подарява на всички свои клиенти талон за 18 % отстъпка .

Нарру Bar & Grill разработват специални комуникационни канали – Нарру TV , Нарру радио и Нарру списание.

Списание “Нарру News” е месечно издание с тираж 15000 броя и се чете от над 500 000 клиенти на Нарру Bar & Grill всеки месец. Всеки клиент може да си вземе списанието и вкъщи , тъй като се разпространява безплатно в ресторантите на веригата . “Нарру NEWS “ се издава от началото на 2007 година . То е с обем 30 страници и се разпространява в София , Варна , Пловдив, Русе , Бургас , Шумен , Нова Загора , Сандански и крайпътните заведения . „Нарру NEWS “ съдържа интересна , полезна и актуална информация , развлекателни четива и хумор от света на ресторантите , храните и напитките .

Информационния канал Happy TV е канал , който се излъчва във всички заведения от веригата Happy Bar & Grill. Основната концепция на канала е да забавлява и развлича клиентите , като същевременно предлага ежедневно супер актуални спортни и хайлайф новини , хороскоп и прогноза за времето . По Happy TV може да бъдат гледани на живо всички спортни събития , футболни мачове , тенис турнири , олимпиади и първенства.

Хепи Мюзик е радио канал , излъчван във всички ресторанти от веригата . През музикалния канал се въртят най-горещите хитове от световните класации , както и професионална селекция на евъргрийн и ретро хитове за следобедните часове . Специално за Хепи мюзик американска компания създаде изключителни спотове , в които най-големите звезди поздравяват специално слушателите на Хепи мюзик.

Интернет сайта www.happy.bg е доста интересен и пълен с информация за храните , напитките и услугите , предлагащи се от Happy Bar & Grill , както и информация , относно местоположението на самите ресторанти и телефоните за резервация .

4.Организационна структура

Happy Bar & Grill има регионални мениджъри за региони София , Пловдив , Бургас ,Варна. Търговски мениджъри отговарят съответно за нехранителни продукти ,хранителни продукти , инвентар и онсумативи , директор индустриално хранене , директор оперативен контрол .За останалите дейности се грижат директор счетоводно обслужване , маркетинг отдел , отдел бизнес развитие и франчаиз, административен отдел , юридически отдел , отдел човешки ресурси , търговски отдел и изпълнителен директор.Основните функции на управление на най-високо ниво се осъществяват от Генералния директор на организацията . Той планира , ръководи , организира и контролира дейността на отделните в организационната структура .Всеки ресторант има управител , отговорник търговска зала , пряко подчинени на когото са сервитьори , бармани ,маркировачи. Подчинени на главния готвач са заместник главния готвач, готвачи топла и студена кухня , шпикери и миячки.

5.Подбор и обучение на персонала,мотивация на персонала

Част от персонала на ресторантите е от наличния състав , но има и сезонен персонал , който варира между 30 и 50 души. В целогодишните обекти също се наема сезонен персонал , с него бройката на сезонните служители стига до около 150 души. Много е различно да работиш в компания м която от почти 18 години е на пазара , и за заведение с 5-10 души персонал . Във втория случай хората рядко биха се върнали следващото лято да работят при тях. При ресторантите Happy е съвсем обратното . Освен това има случаи , в които хората започват сезонно , но в последствие остават за постоянно. На служителите се предлага обучение ,