

Opinnäytetyö (AMK)

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

Aikuiskoulutus

2014

Mira Helén

# RAVINTOLA TORREN FRANCHISING MANUAALI



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Mira Helén

## Ravintola Torren Franchising manuaali

Opinnäytetyöni käsittelee franchising toimintaa. Franchising toimintaa yksityisessä yrityksessä, jossa sellaista ei vielä ole. Tavoitteenani oli tehdä mahdollisimman kattava franchising manuaali ravintola Torren tulevalle franchising yrittäjälle. Manuaalissa käydään läpi liiketoiminta suunnitelma, arvot, miljöö, sisustus, palvelukuvio ja tuotteet. Käymme läpi myös melkein kaikki sopimukset sekä mainokset ja logot.

Olen käyttänyt työssäni vuokaaviota, palvelukuviota esiteltäessä. Vuokaaviota koska silloin ihmisten on helpompi sisäistää palvelukuvion merkitys, sekä asiakkaan ja myyntityön tärkeys.

Opinnäytetyössäni tuodaan esille myös keskeisiä näkökohtia ravintolan perustamisesta sekä toiminnasta ja yrittäjyydestä sekä osoitetaan franchising yrityksen helppous toimia, omana yksikkönään, mutta omana yrityksenä, ”avaimet käteen” periaatteella.

Franchising on Suomessa varsin uusi yrittäjyys muoto ja me yksityisenä ravintoloitsijana voimme tällöin määritellä sapluunat meidän omalle franchising toiminnallemme.

Tuomme myös esille ravintola Torren kestävän kehityksen ajatusta sekä lähi- ja luomuruoka periaatettamme.

ASIASANAT:

Franchising, Yrittäjyys, Tuotteistaminen

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme in Hospitality Management | Adult Education

2014 | 34

Juhana Lounela

Mira Helén

## Franchising manual for Torre

My bachelor's thesis is about franchising in a company that has not planned it before. In this case my partly owned restaurant Torre. Torre is a private owned company so we can make our own guidelines and rules for new Torre. Franchising is quite new form of business in Finland. In this thesis I tell about franchising in general and create a full manual for future Torre entrepreneur.

In this thesis I present important aspects of starting a restaurant, how to make it work. To point out the importance of the service in Torre I have used a special diagram. This diagram shows clearly the idea of Torre customer service and how it should be.

Torre franchising manual has detailed instructions and requirements on business plan, service manual, product range, furnishing and interior of the restaurant and marketing. Manual also includes main principles and ideas about sustainable development and use of organic food as well as using products from local producers.

The idea is that this franchising manual would be big help and make the starting of a new Torre restaurant easy for the new entrepreneur.

### KEYWORDS:

franchising, entrepreneurship, branding

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
<b>2 RAVINTOLA TORRE</b>	<b>7</b>
2.1 Liikeidea lyhyesti	8
2.2 Markkinasegmentit	9
2.2.1 Lounastajat	9
2.2.2 Muut asiakkaat	10
2.3 Kilpailukeinot ja kilpailijat	10
2.3.1 Kilpailukeinot	10
2.3.2 Kilpailijat	11
2.4 Markkinatilanne	12
2.4.1 Markkinoinnin tavoitteet	12
2.4.2 Markkinointi strategiat	13
2.5 Valvonta ja tuotevastuu	13
2.5 Yrityksen arvot	<b>14</b>
<b>3 FRANCHISING, MITÄ SE ON?</b>	<b>17</b>
<b>4 RAVINTOLA TORREN FRANCHISING MANUAALI</b>	<b>23</b>
4.1 Sijainti	23
4.2 Miljö	24
4.3 Palvelu ja henkilökunta	25
4.4 Ruoka	27
4.5 Catering	29
4.6 Kestävä kehitys	29

4.7 Mainonta	29
4.8 Sopimukset	30
4.9 Logo	31

<b>5 YHTEENVETO</b>	<b>32</b>
---------------------	-----------

<b>LÄHTEET</b>	<b>33</b>
----------------	-----------

### **LIITTEET**

- Liite 1. Ravintola Torren mainos
- Liite 2. Ravintola Torren erikoismenu

# 1 Johdanto

Ravintola Torre on yksityinen ravintola Turussa. Ensimmäinen ravintola Torre on perustettu 1990 eli Torre täyttää 25 vuotta ensi vuonna 2015. Ravintola Torre on tunnettu hyvistä pihveistään sekä espanjalaisista mauista ruokalistalla. Torren liikeideaan on aina kuulunut hyvä runsas salaatti-tapas alkupalapöytä, josta löytyy tavallisen salaatin, tomaatin ja kurkun lisäksi perinteisiä espanjalaisia tapaksia.

Ajatus lähteä työstämään franchising manuaalia tulevalle ravintola Torren franchising yrittäjälle, sai alkuunsa asiakkaiden kyselyistä: Miksi ravintola Torrea ei esimerkiksi ole Hämeenlinnassa? Ajatus on kieltämättä hyvin kiehtova, mutta käytännössä ravintola Torren levittämiseen ympäri Suomea olisi hyvinkin sitovaa ja veisi vastuuhenkilön pois ns. pääkallopaikalta. Se voisi aiheuttaa ongelmia vaikka ajatus siitä, että ravintola Torre löytyisi myös vaikkapa Oulusta, olisi erittäin kiinnostava. Franchising toiminta mahdollistaisi tämän.

Manuaali tulee olemaan ravintola Torren franchising yrittäjän tärkein työkalu. Se selventää käytännön toimia ja luo standardin, johon on yllettävä. Manuaalin tarkoitus on auttaa yrittäjää ja antaa vastaus lähes kaikkiin kysymyksiin. Se voi toimia myös henkilökunnan perehdyttämisessä. Manuaali auttaa toimimaan johdonmukaisesti ja järjestelmällisesti kaikissa asioissa. Manuaalin käytettävyyttä voidaan parantaa sisällyttämällä siihen uudistuvia elementtejä kuten markkinointisuunnitelma ja budjetti. Manuaalin tulee elää ravintola kehittymisen myötä, joten sitä tulee päivittää säännöllisesti. (Suomen Franchising-Yhdistys 2004, 37 - 39)

Manuaali tarjoaa tulevalle ravintola Torren franchising yrittäjälle kaiken liiketoimintasuunnitelmasta lähtien aina valmiisiin mainoksiin asti. Sisältäen ruokalistat, viinilistat, hinnoittelun, unohtamatta kestävästä kehityksestä sekä paikallista ja lähiruoka ajattelua.

Asiakaspalvelu on meidän toiminnassamme yksi keskeisistä asioista ja erittäin tärkeä osa myös manuaalia. Asiakaspalveluun liittyy salihenkilökunnan lisäksi myös keittiöhenkilökunta ja näiden toiminta yhdessä. Palvelua olen kuvannut opinnäytetyössäni vuokaaviolla, joka selventää asian mielestäni hyvin. Asiakaspalvelu on lähellä sydäntäni ja tänä päivänä asiakkaat osaavat myös onneksi vaatia sitä.

## **2 RAVINTOLA TORRE**

Marita Lehtinen perusti vuonna 1990 Pihviravintola Torren ja tämän viereen, väliovella erotetun legendaarisen pubin Mr. Brownin. Torre ravintoloiden tarina alkoi siis Yliopistonkadulta Turusta, jossa yhä edelleen on Torre, nykyiseltä nimeältään Pikku-Torre. Vuonna 2002 mukaan Pikku-Torren toimintaan toiseksi omistajaksi tuli Timo Kauppinen, tuoden mukanaan jalkapallo- ja klubi toimintaa. Tämän toiminnan Marita myi 2014 helmikuussa Timo Kauppiselle sekä Youssef ja Khalid Baqoussille, pitkäaikaisille Pikku-Torren työntekijöille.

Vuonna 1999 Marita avasi Ravintola Torren, Aurakadun ja Eerikinkadun kulmaan, KOP-Kolmion taloon, toiseen kerrokseen. Toiminta jatkui vuoteen 2007 marraskuun loppuun asti ja loppui kiinteistön myynnin ja omistajanvaihdoksen vuoksi. Vuonna 2001 Torre Ravintoloihin liittyi myös Kahvila Fontana Aurakadun- ja Linnankadun kulmassa. Tämän toiminnan Marita myi 2008 kahvilan silloiselle päällikölle.

Vuodesta 2008 Marita ja minä etsimme tilaa, johon yhdessä perustaisimme uuden Ravintola Torren. Vuonna 2010 Joulukuussa kävimme Spondan omistamassa talossa Linnankadun ja Kristiinankadun kulmassa, Wanhassa Säästöpankin talossa katsomassa tilaa, joka oli jäänyt Handelsbankenilta tyhjäksi. Totesimme tilan loistavaksi uudelle Ravintola Torrelle. Siltä seisomalta lähtivät pyörät pyörimään ja yhdessä Maritan kanssa omistamamme Ravintola Torre avasi ovensa uudelleen, uusissa tiloissa lokakuun lopussa vuonna 2011.

## 2.1 Ravintola Torren liikeidea lyhyesti

Ravintola Torre on lämminhenkinen espanjalaistyyppinen ravintola Turun sydämessä kauppahallia viistosti vastapäätä Aurajoen tuntumassa. Ravintola Torre tunnetaan hyvänä pihviravintolana. Torren tarkoituksena on tuottaa makunautintoja mahdollisimman monelle hyvän ruuan ystävälle. Ruokiin on poimittu makuja Espanjasta, suomalaisen suuhun sopivaksi tehtynä. Ruokalista on laaja ja se sisältää pääasiassa lihaa, mutta myös kalaa, kanaa ja kasviksia – lapsiakaan unohtamatta. Erikoisuuksiakin löytyy Australialaisesta Black Angus Härästä, Espanjalaisesta Iberico possusta espanjalaiseen mustekalaan. Lisäksi Torressa on mahtava salaatti-tapas alkupalapöytä, joka kuuluu pääruokien tilaajille alkupalaksi. Salaatti-tapas pöydän antimet voi myös nauttia alkuruokien kanssa eri hintaan tai vaikkapa pääruokana.

Torren keittiön sydämenä toimii aidoilla puuhiilillä palava puuhiiligrilli. Grilli on ostettu Espanjasta ja myös puuhiilet tulevat sieltä. Torre oli seitsemäs ravintola Suomessa, johon kyseinen puuhiiligrilli hankittiin. Torre oli ensimmäinen puuhiiligrilli ravintola Turussa. Grilli on hyvä ruuan valmistuksessa ja se takaa pihvien mehevyyden ja maun salaisuuden. Grillissä kuumuus nousee 350 – 400 asteeseen. Kun lihan laittaa grilliin, sen syyt sulkeutuvat nopeasti, jolloin lihan mehukkuus säilyy loistavasti. Grillissä voidaan valmistaa paljon muutakin, kuten leipää, kasviksia, kalaa, mereneläviä yms.

Torren hinta-taso on suunnattu jokaiselle kukkarolle: nykyajan sinkuille, perheille, liikenaisille sekä – miehille.

Palvelussa Torre pyrkii aitouteen ja tuttavallisen rentoon asiakaskontaktiin. Torrelaiset haluavat asiakkaiden viihtyvän ja yrittävät toteuttaa asiakkaan toiveet mahdollisimman pitkälle, asiakkaiden ehdoilla. Torressa asiakkaat antavat palautetta, parannusehdotuksia ja ideoita. Palautetta saadaan paikanpäällä palvelutilanteissa ja sähköpostilla kotisivujen kautta. Kaikki palautteet käsitellään mahdollisimman nopeasti. Palautteet otetaan esiin kuukausittaisissa henkilökunta palavereissa. Palavereissa kaikille kerrotaan asiakkailta saadun palautteen aiheuttamista toimenpiteistä ja muutoksista.



Torressa on 170 asiakaspaikkaa, joista 110 jokapäiväisessä käytössä ja 60 paikkaa kabinettiemme puolella.

Torressa on neljä kappaletta, 6 - 40 hengen kabinetteja, ja näissä järjestetään päivittäin yritysten tilaisuuksia, yritysten juhlia, yhdistysten kokouksia ja juhlia sekä yksityisten ihmisten muistotilaisuuksia, häitä sekä muita juhlia. Sesonki aikoina, suuren kysynnän vuoksi kabinettien tilat ovat osana ravintolasalia. Kabineteista ei peritä tilavuokraa jos asiakkaat ruokailevat. Muissa tapauksissa on tilavuokra.

Torre Catering toteuttaa kaikenkokoiset tapahtumat aina perhejuhlista isoihin yritystilaisuuksiin. Torre Catering toteuttaa tyyllillä ja ammattitaidolla kaikenlaiset yritysjuhlit ja – tapahtumat. Torre on edustava Catering yrityksesi kokouksiin ja seminaareihin sekä myös henkilökohtaisiin juhliisi, kuten juhlaillallisen, lakkiaisten ja merkkipäivien järjestäjäksi. Torren Catering-palvelu toteutetaan aina tilaajan yksilöllisten tarpeiden ja toiveiden mukaisesti.

Ravintola Torre on yksityisessä omistuksessa. Ravintolalla on kaksi omistajaa.

## 2.2 Markkinasegmentit

### 2.2.1 Lounastajat

Torressa käy päivittäin lounastajia monista keskustan yrityksistä sekä samassa talossa toimivien yritysten väkeä. Osalla yrityksistä on Torressa lounassopimus, joka laskutetaan kerran kuukaudessa. Suurin osa lounastajista käyttää lounaseteleitä.

Lounasta tarjotaan arkisin ma - pe klo 11.00 - 15.00 välisenä aikana. Vaihtoehtoina on runsas salaattipöytä, keitto, keitto ja salaatti yhdistelmä sekä buffetlounas. Buffet- pöydässä on aina tarjolla vähintään kaksi erilaista lämmintä ruokaa. Lautasannoksia on lounaalla aina muutama päivittäin vaihtuva vaihtoehto. Torressa on tarjolla myös business lounas, joka on kokonaan tarjoiltava ja sisältää

3 ruokalajia. Lounaaseen kuuluu aina leivät ja levitteet, kahvi tai tee ja jälkiruoka sekä ruokajuomana vesi. Lounasaikana Torressa voi tilata myös A la Carte listalta. Lounasaikana otetaan tietysti vastaan myös pöytävarauksia. Kabinettitilat ovat hyvin kysytyjä lounasaikana. Lounasasiakkaat ovat usein kiittäneet Torren nopeaa palvelua ja monipuolisia lounasvaihtoehtoja.

### 2.2.2 Muut asiakkaat

Ravintola Torressa käy myös iltaisin paljon yrityksiä, jotka tarvitsevat illallisen yhteydessä kabinetin. Tämä mahdollistaa esim. kokouksen pitämisen, esityksen tai jonkin palaverin. Myös eri yhdistykset ja klubit pitävät paljon tilaisuuksiaan Torren kabinetin tiloissa. Perheet, kaveriporukat, turistit, pariskunnat, tavalliset ihmiset, joku yksin ja joku suuremmalla porukalla ovat löytäneet Torren hyvin ja Torressa onkin jatkuvasti kasvava tärkeä vakioasiakkaiden joukko.

## 2.3 Kilpailukeinot, Kilpailijat

### 2.3.1 Kilpailukeinot

Kilpailukeinoista hinta on ainoa, jolla Torre ei kilpaile lounasasiakkaista muiden ravintoloiden kanssa. Lounaan hintaa ei ole halua, eikä varaa kovin paljon laskea. Lisäksi lounaan hinta liittyy ravintolan imagoon asiakkaiden silmissä. Torre haluaa säilyttää vahvan maineensa kohtuuhintaisena, mutta tasokkaana lounasravintolana, eikä tulla tunnetuksi ”kaupungin halvimmasta lounaasta”.

Kilpailukeinoista palvelu on se, jolla Torre pyrkii erottumaan kilpailijoistaan. Henkilökunnalle on erityisesti painotettu palvelun nopeuden merkitystä etenkin lounasaikana. Useimmilla lounastajilla on aikaa syömiseen vain puoli tuntia, joten nopea palvelu on äärimmäisen tärkeää, ettei asiakkaan lounastunti ve-

nähdä pitkäksi hitaan palvelun vuoksi. Palvelun laatu ja ystävällisyys on tietysti yhtä tärkeää myös lounasaikana, eikä palvelun riipeys saa vaikuttaa näihin asioihin.

Lounasasiakkaille tiedottamisessa on painotettu sitä, että kilpailijoista poiketen Torren lounasaika on tunnin pidempi, eli klo 15.00 asti. Tällä lounas asiakkaiden määrää on saatu lisättyä ja tämä tarjoaa myös mahdollisuuksia asiakkaille, koska myös myöhäisemmät lounastajat ehtivät klo 14.00 jälkeen Torreen lounaalle, kun monien kilpailijoiden lounasaika on jo loppunut.

### 2.3.2 Kilpailijat

Ravintola Torrella kilpailijoita on useita, koska sijainti on niin keskeinen ja lähellä on paljon hyviä ravintoloita. Turkuun on viimeisen kahden vuoden aikana tullut useita yksityisiä ravintoloita, joista lähes jokaisesta saa sekä lounasta, että A´la Carte- annoksia. Olen sitä mieltä, että ravintolat varsinkaan Turun keskustassa eivät kilpaile niinkään ruualla, vaan palvelulla sekä miljööllä.

Yksi pahimmista Torren kilpailijoista on seuraavassa korttelissa oleva ravintola Koulu. Heidän lounaskonseptinsa on samanlainen kuin Torressa ja A la Carte lista on hyvä ja melko laaja. Miljöö on upea, vanha koulu ja heiltä löytyy myös omia erikoisuuksia, esimerkiksi Koulun omat oluet.

Toinen Torren kilpailijoista lounasaikana on kahvila- ravintola Fontana. Fontana sijaitsee korttelin päässä Torresta ja lounaskonsepti on hyvin samanlainen kuin meillä. Miljöö Fontanassa on myös hieno ja lounasta saa heiltä myös klo 15.00 asti.

Kolmas tärkeä kilpailija on Grill it, joka sijaitsee parin korttelin päässä Torresta. Grill it on Turun Osuuskaupan omistama ketjuravintola, joka on myös Sokos Hotellin ravintola. Grill it:ssa on samanlainen puuhiiligrilli kuin Torressa ja päätuotteena pihvit. Asiakaspaikkojen määrä Grill it:ssa on kuitenkin huomattavasti pienempi Torressa. Grill it on myös hintatasoltaan kalliimpi kuin Torre.

## 2.5. Markkinatilanne

Ravintola Torren markkinatilanne on hyvä ja varsinkin lounasmyynti on onnistunut todella hyvin. Tänä vuonna lounaan myynti on noussut noin 30 %. Kokonaisuutena ruuan myynti on 2014 vuonna ollut hyvällä tasolla. Arkisin lounaalla voi olla sellaisia tilanteita, ettei syömään mahdu ja kaikki kabinetit ovat käytössä. Arki-iltaisain Torreen mahtuu syömään usein ilman pöytävarausta, mutta viikonloppuisin tilanne on päinvastainen. Perjantai- ja lauantai-iltaisain on usein niin täyttä, ettei ilman pöytävarausta mahdu syömään.

Juomien myynti, varsinkin väkevän alkoholin ja viinin kulutus on laskenut tämän vuoden aikana noin 22 %. Virvokkeiden ja oluen myynti on taas pysynyt suunnilleen samalla tasolla kuin vuotta aiemminkin

### 2.5.1 Markkinoinnin tavoitteet

Markkinoinnin päätavoitteena on tietysti lisätä myyntiä. Lisäksi markkinoinnilla pyritään houkuttelemaan uusia asiakkaita.

Torre markkinointi on tähän mennessä keskittynyt pääasiassa erilaisten teemojen ympärille. Esimerkiksi helmi-maaliskuulle sijoitetuilla Espanjan viikoilla pyritään kasvattamaan muuten hiljaisemmän ajan myyntiä. Aikaisempina vuosina Espanjan viikot ovat olleet todella suosittu ja tänäkin vuonna Torre saavutti asetetut tavoitteet hienosti.

Tavoitteena oli saada uusia asiakkaita, sellaisia, jotka eivät olleet vielä käyneet uudessa Torressa ja heitä Torre sai paikalle monia. Toisena tavoitteena oli täyttää ravintola myös maanantai- sekä tiistai-iltoina ja tässäkin Torre onnistui hyvin.

## 2.5.2. Markkinointistrategiat

Torressa ei ole varsinaista lukkoon lyötyä paperille kirjattua markkinointistrategiaa. Markkinointiin liittyy mainonnan ohella monta muuta asiaa, esimerkiksi henkilökunnan ja asiakkaiden välinen vuorovaikutus, ruuan laadun tasaisuus, ravintolan siisteys ja kanta-asiakasten huomioiminen.

Markkinoinnissa ravintolassa työskentelevä henkilökunta on avainasemassa. Koko ravintolahenkilökunnan ammattitaito, ystävällisyys, palvelualttius ja joustavuus ovat niitä asioita, jotka tekevät asiakkaan tyytyväiseksi ja saavat hänet palaamaan ravintolaan uudelleen. Tästä on osoituksena ravintolan suuri kanta-asiakkaiden ja vakiolounastajien määrä.

Torren mainonta on keskitetty Turussa ja Turun lähialueilla ilmestyviin ilmaisjakelulehtiin, Turkulainen ja Aamuset. Turun Sanomissa Torre mainostaa, jos ravintolassa tapahtuu jotain erikoista, esim. erikoispyhinä (pääsiäinen, vappu, äitienpäivä, isänpäivä, jouluku). Sosiaalista mediaa käytetään mainonnassa nykyään niin, että facebookissa tapahtuu jotain viikoittain.

Kesäisin näkyvyyttä on pyritty lisäämään mainostaulujen, esitteiden ja mainoskäyntikorttien avulla. Kesämainonta on keskitetty turisteja viliseviin paikkoihin, kuten esim. vierasvenesatama, Turku Touring ja muumimaailma. Näin on pyritty houkuttelemaan turistikin täyttämään kanta-asiakkaiden ja sopimuslounasasiakkaiden kesälomien ajaksi jättämää aukkoa.

## 2.6 Valvonta ja tuotevastuu

Valvonnan tarkoituksena on saattaa todelliset tulokset ja asetetut tavoitetulokset vastaamaan toisiaan. Valvonta ei ole pelkkää tiedon keräämistä ja tulosten arvostelua, vaan sen tehtävänä on tapahtuneiden muutosten johdosta myös toi-

mia suunnitelmien jatkuvana kiihdyttimenä. Tavoitteisiin pääsemisestä vastuu on jokaisella vakituisella työntekijällä.

Keittiöpäällikkö vastaa yhdessä keittiön vuoropäällikön kanssa keittiön toiminnasta ja ruuan laadusta. Ravintolapäällikkö ja salin vuoropäällikkö vastaa salin toiminnasta ja palvelusta. Markkinoinnin osalta asetetuista tavoitteista vastaavat ravintoloitsijat itse.

## 2.4 Yrityksen arvot

Yritysten arvolistat jäävät liian helposti kotisivun koristeiksi, pölyntyviksi ja haalistuviksi seinätauluiksi, rutiininomaiseksi osaksi yritysesittelyä tai juhlapuheiden kauniiksi sanoiksi. Arvot luovat yrityskulttuurin perustan. Arvoja ei keksitä, ne löydetään. Kun arvot on tunnistettu ja niiden merkitykset sisäistetty kaikilla organisaatiotasolla, ne alkavat ohjata arjen toimintaa. Arvot ohjaavat yrityksen toimintaa, haluttiinpa sitä tai ei. Siksi ei ole yhdentekevää, mitkä nämä arvot ovat. Arvojen kautta henkilöstö oivaltaa, millaisessa bisneksessä he ovat mukana ja mikä on kunkin oma rooli siinä. Arvot auttavat myös toiminnan suuntaamisessa ja kehittämisessä. Myös suhteessa asiakkaisiin on suuria eroja. Jos halutaan ylittää asiakkaan odotukset, on se varsin vaativaa. Sen sijaan asiakkaan tarpeen tyydyttäminen on monta kertaa jo riittävä arkiarvo. Jos jokainen toimisi vain omien arvojensa mukaan, asiakkaat saavat ties mitä palvelua. Jokaisen on tunnettava, mikä yritykselle on tärkeitä. Siinä auttavat yhteiset arvot. (Talouselämä & Fakta 2012, M. Puohiniemi)

### 2.5.1 Ravintola Torren arvot

1. Hyvä asiakaspalvelu on ehdottomasti tärkein Torren arvoista. Asiakaspalvelu on asiakasta huomioon ottavaa, rennon kodikasta palvelua. Kaikki ajatus ja tekeminen lähtevät palvelusta ja nimenomaan asiakkaan palvelusta ja asiakkaan tyytyväisyydestä. Henkilökunta pyrkii toteuttamaan asiakkaan toiveet mahdollisimman pitkälle. Torressa ei hyväksytä huonoa palvelua. Henkilökunta tietää tämän asian ja heille on painotettu hyvän asiakaspalvelun tärkeyttä. Torressa myös keittiön henkilökunta on koulutettu hyvään asiakaspalveluun. Torressa myös kokki voi viedä asiakkaalle ruuan pöytään, joten myös hänen on osattava olla kohtelias sekä osattava kysyä riittääkö juoma ja toivottaa hyvää ruokahalua, samalla tavalla kuin salihenkilökunnankin. Asiakkaan kunnioittaminen ja arvostaminen on Torressa todella tärkeää.
2. Torressa tärkeää on myös tyytyväinen henkilökunta. Henkilökunnan hyvinvointi on etusijalla. Torressa henkilökunta, sali- että keittiöhenkilökunta luo ravintolan tunnelman. Henkilökunnan kunnioittaminen ja arvostaminen on Torressa erittäin tärkeää. Avoimesta ja rehellisestä vuorovaikutuksesta henkilökunnan kanssa seuraa, että myös asiakaspalvelu on hyvää. Tyytyväinen työntekijä tekee työnsä huomattavasti paremmin kuin tyytymätön työntekijä.

Torressa huolehditaan henkilökunnasta myös vapaa-ajalla. Torre on ottanut ylimääräisen vakuutuksen henkilökunnalle. Jos työntekijöille vapaa-aikana tapahtuu jotain, he pääsevät vakuutuksen turvin suoraan siihen hoitoon, jota tarvitaan, ilman jonottelua ja odottelua. Torren työterveysasemamme on Eloni (paikallinen, yksityinen lääkäriasema), jossa henkilökunta ohjataan aina heti parhaaseen mahdolliseen hoitoon.

Torressa henkilökuntaa myös koulutetaan säännöllisin väliajoin. Monet työntekijät ovat halunneet opiskella alaa lisää ja se on heille suotu, eli Torre on joustava koulun ja työn yhdistämisessä. Henkilökunnalle jaetaan myös liikuntaseteleitä

tai kulttuuriseteleitä ja joskus he saavat elokuvalippuja. Henkilökunnalle tarjotaan silloin tällöin myös esimerkiksi hierontaa ja jalkahoitoja. Torre on ostanut jokaiselle työntekijälle uudet kunnolliset työkenkät.

Vaihtuvuus Torren henkilökunnassa on vähäistä, verrattuna moniin samankokoisiin ravintoloihin.

3. Hyvä ruoka on yksi Torren arvoista. Torressa tehdään hyvää ruokaa, hyvistä raaka-aineista. Torressa tehdään lähes kaikki ruoka itse ja he pyrkivät käyttämään valmiita ja puolivalmiita ruokia mahdollisimman vähän. Torressa tiedetään mistä ruoka tulee ja he osaavat kertoa siitä myös asiakkaille. Torressa käytetään lähiruokaa niin paljon kuin mahdollista. Ruokalista mahdollistaa eri vuodenaikojen tuotteiden käytön sujuvasti.
4. Yksi Torren arvoista on sijainti, miljöö sekä sisustus. Sijainti on keskeinen, kauppahallin kupeessa, lähellä Aurajoen rantaa. Sisustus on värikäs ja tuo mieleen aidon espanjalaisen ravintolan. Kiinteistö on vanha arvo kiinteistö ja se tekee jo oman arvonsa Torren miljööseen. Kiinteistön historia on kiinnostava itsessään ja olemme kunnioittaneet rakennusken vanhaa historiaa ja sitä on ravintolassamme yhä selkeästi näkyvissä.
5. Kestävä kehitys on Torren yksi arvoista. Torre pyrkii käyttämään listalla paikallisia sekä luomu-tuotteita. Torressa käytetään ympäristöystävällisiä pesuaineita, Torressa on automaattiset hanat ja automaattiset valot. Kierrätys ja lajittelu kuuluvat jokapäiväiseen toimintaan. Tärkeää on myös yhteistyökumppanien kunnioittaminen ja arvostaminen sekä avoin ja rehellinen yhteistyö tukkujen ja eri ruuantoimittajien kanssa.



### 3 Franchising, mitä se on?

Franchising tarkoittaa franchise-antajan määrittelemän mallin mukaista liiketoimintaa ja termi sisältää siten sanan liiketoiminta. Näin ollen tulisi puhua franchisingista tai franchisetoiminnasta. Perussana on franchise ja yhdyssanaa muodostettaessa osat kirjoitetaan pääosin suoraan yhteen ilman yhdysmerkkiä esimerkiksi franchiseyrittäjä ja franchisesopimus. Poikkeuksia ovat sanat franchise-antaja sekä franchise-ottaja, jotka kirjoitetaan yhteen väliviivan kanssa. Vierasperäisen ja suomenkielisen sanan yhteen kirjoittaminen ilman väliviivaa kertoo, että vierasperäinen sana on vakiintunut suomenkieleen. Yhdyssanaa taivutettaessa taivutetaan sanan jälkimäistä, suomenkielistä alkuperää olevaa osaa. Termiä franchising taivutetaan puolestaan suomenkielen oikeinkirjoitussääntöjen mukaisesti käyttämällä kirjoitusasun mukaista a-vokaalia esimerkiksi franchisingia, franchisingista.

Seuraavassa on esitelty keskeisimmät franchisingiin liittyvät termit. Kuvaukset perustuvat pääosin lähteisiin: Tuunanen 2003 ja Tuunanen 2005.

**Franchising** on kahden oikeudellisesti ja taloudellisesti itsenäisen yrityksen, franchise-antajan ja franchise-ottajan pitkäaikaista sopimusperustaista yhteistyötä, jossa franchise-antaja siirtää taloudellista vastiketta vastaan franchise-ottajalle oikeuden käyttää ennalta määriteltyjen ohjeiden mukaisesti sovitun ajan tietyllä alueella tai tietyssä paikassa hallitsemaansa liiketoimintakonseptia.

Franchisingista puhutaan usein arkisesti ja harhaanjohtavasti toimialana. Franchising on yrittäjyyden ja liiketoiminnan muoto ja sitä hyödynnetään hyvin monilla toimialoilla. On syytä lisäksi huomata, että franchisingilla ei ole mitään tekemistä niin kutsutun verkostomarkkinoinnin tai monitasomarkkinoinnin kanssa tai pyramidiorganisaatioiden kanssa. Näin ollen niin sanottua people franchisingia ei ole olemassa.

Franchising jaetaan tyypillisesti kahteen pääasialliseen muotoon, tuotejakelu- ja

tavaramerkkifranchisingiin (product distribution and tradename franchising) sekä liiketoimintamallifranchisingiin (business format franchising).

Tuotejakelu- ja tavaramerkkifranchising on toimittaja-myyjä suhde, jossa franchise-ottaja toimii päämiehensä brändin alla ja tämän tuotteiden ja palveluiden jakelijana. Esimerkkejä tuotejakelu- ja tavaramerkki franchisingista ovat lukuisat yrittäjävetoiset jakelutiet kuten merkkiautoedustukset, polttoaineen jakeluketjut ja virvoitusjuomapullottajat. Tuotejakelu- ja tavaramerkki franchising ei ole eurooppalaisen käsityksen ja normiston mukaan franchisingia vaan franchisingilla tarkoitetaan ainoastaan liiketoimintamallifranchisingia.

Liiketoimintamallifranchisingia kuvaavat seuraavat olennaiset piirteet:

- Jakelutiessä eli ”ketjussa” on franchise-ottajan tai –ottajien omistamia ja johtamia toimipaikkoja. Toisin sanoen kaikki ketjun toimipisteet eivät ole franchise-antajan omistuksessa ja johdossa.
  
- Osapuolten eli franchise-antajan ja –ottajan välillä on kirjallinen (vakimuotoinen) franchisesopimus, joka voi sisältää alueellisen yksintoimintaoikeuden.
- Franchise-ottajat maksavat liittymismaksun ja/tai jatkuvaluontoista palvelumaksua eli rojaltia franchise-antajalle.
- Franchise-antaja tarjoaa alku- ja jatkokoulutusta franchise-ottajille.
- Franchise-ottajat toimivat saman liikemerkin alla ja toimipisteet ovat ulkoisesti yhtenäisiä.
- Franchise-antaja tarjoaa teknistä ja/tai kaupallista tukea eli jatkuvia tukipalveluita franchise-ottajilleen.
- Franchise-antajalla on käsikirja tai muu dokumentti, jolla ohjeistetaan franchise-ottajien paikallista liiketoimintaa.
- Franchise-antaja ei omista (merkittävää) osuutta franchise-ottajien yrityksistä.
- Franchise-antaja kontrolloi, valvoo ja ohjaa jatkuvasti franchise-ottajien liiketoimintaa.
- Franchise-ottaja ei saa siirtää franchisesopimuksen oikeuksia kolmannelle osapuolelle ilman franchise-antajan lupaa.

**Franchise.** Oikeutta, joka luovutetaan yritykseltä toiselle, kutsutaan termillä franchise.

Oikeus luovutetaan ja se määritellään franchisesopimuksessa. Franchising syntyy määritelmällisesti franchisesopimuksen kautta, jossa oikeuden hallinnasta ja käytöstä on sopimussuhteen osapuolten välillä sovittu. Sana franchise viittaa englanninkielessä oikeuteen, mutta myös sopimukseen sekä itse franchisingjärjestelyyn.

**Franchise-antaja** (franchisor). Yritystä, joka luovuttaa oikeuden liiketoimintakonseptin hyödyntämiseen toiselle yritykselle, kutsutaan franchise-antajaksi.

Määritelmä kiinnittää huomion oikeuden omistamiseen ja hallintaan. Usein franchise-antaja on myös kehittänyt, käynnistänyt ja harjoittanut oikeuden kohteena olevaa liiketoimintaa.

**Franchise-ottaja** (franchisee). Yritystä, joka vastaanottaa oikeuden, kutsutaan franchise-ottajaksi. Franchise-ottaja on juridisesti ja taloudellisesti franchise-antajasta riippumaton yksikkö.

Usein franchise-ottajayrityksen takana on luonnollinen henkilö, yrityksen kasvullinen perustaja ja omistaja-johtaja, franchiseyrittäjä. Hän on useimmiten mukana yrityksensä päivittäisessä toiminnassa ja on lisäksi franchisesopimuksen yrityksensä edustajana allekirjoittanut taho. Vaikka suuri osa franchise-ottajista on pieniä yrityksiä, on hyvä huomata ja tehdä ero franchise-ottajan ja franchiseyrittäjän välille. Franchise-ottaja on pääsääntöisesti aina juridinen henkilö eli yritys (ei koske toiminimiä) ja voi täten olla jopa suurempi kuin franchise-antaja sekä toimia myös muilla aloilla kuin kyseinen franchiseketju.

**Monitoimipaikkayrittäjä** (multi-unit franchisee) viittaa puolestaan franchise-ottajaan, joka omistaa ja johtaa nimissään useamman yksikön liiketoimintaa. Tällöin niistä kustakin on sovittu erillisellä sopimuksella.

**Yrittäjävetoinen yksikkö** (franchised unit). Franchise-ottajan omistamia ja johtamia yksiköitä tai toimipisteitä kutsutaan yrittäjävetoisiksi.

Sana yksikkö viittaa yleisimmin liikkeeseen, myymälään tai toimipisteeseen. Huomioitavaa on, että jossain tapauksissa yksikkö voi olla liikkuva tai toimia franchise-ottajan kodista käsin.

**Franchisejärjestelmä** (franchise system). Franchise-antajan omistamien ja yrittäjävetoisten yksiköiden muodostamaan kokonaisuuteen viitataan termillä franchisejärjestelmä.

Usein järjestelmä sisältää siis myös franchise-antajan omistamia yksiköitä ja vain harvoin kaikki yksiköt ovat yrittäjävetoisia. Kun osa yksiköistä on franchise-antajan omistamia, viitataan organisaatorakenteeseen myös termillä kaksois- tai rinnakkaisjakelu (dual/plural distribution). Franchisejärjestelmän rinnalla käytetään usein arkisempia ilmaisuja ketju (chain) tai verkosto (network) tai (yrittäjävetoinen) jakelutie.

Seuraavassa lyhyesti keskeisimmät termit, joita suositellaan käytettäväksi:

**Franchise.** Oikeutta, joka luovutetaan yritykseltä toiselle, kutsutaan termillä franchise. Oikeus luovutetaan ja se määritellään franchisesopimuksessa. Franchising syntyy määritelmällisesti franchisesopimuksen kautta, jossa oikeuden hallinnasta ja käytöstä on sopimussuhteen osapuolten välillä sovittu. Sana franchise viittaa siis oikeuteen, mutta myös sopimukseen sekä itse franchisingjärjestelyyn.

**Franchising** on kahden oikeudellisesti ja taloudellisesti itsenäisen yrityksen, franchise-antajan ja franchise-ottajan pitkäaikaista sopimusperustaista yhteistyötä, jossa franchise-antaja siirtää taloudellista vastiketta vastaan franchise-ottajalle oikeuden käyttää ennalta määriteltyjen ohjeiden mukaisesti sovitun

ajan tietyllä alueella tai tietyssä paikassa hallitsemaansa liiketoimintakonseptia.

**Franchise-antaja** (franchisor). Yritystä, joka luovuttaa oikeuden liiketoimintakonseptin hyödyntämiseen toiselle yritykselle, kutsutaan franchise-antajaksi. Määritelmä kiinnittää huomion oikeuden omistamiseen ja hallintaan. Usein franchise-antaja on myös kehittänyt, käynnistänyt ja harjoittanut oikeuden kohteena olevaa liiketoimintaa.

**Franchise-ottaja** (franchisee). Yritystä, joka vastaanottaa oikeuden, kutsutaan franchise-ottajaksi. Franchise-ottaja on juridisesti ja taloudellisesti franchise-antajasta riippumaton yksikkö. Usein franchise-ottajayrityksen takana on luonnollinen henkilö, yrityksen kasvollinen perustaja ja omistaja-johtaja, franchiseyrittäjä. Hän on useimmiten mukana yrityksensä päivittäisessä toiminnassa ja on lisäksi franchisesopimuksen yrityksensä edustajana allekirjoittanut tahon.

**Franchisejärjestelmä** (franchise system). Franchise-antajan omistamien ja yrittäjävetoisten yksiköiden muodostamaan kokonaisuuteen viitataan termillä franchisejärjestelmä. Franchisejärjestelmän rinnalla käytetään usein arkisempia ilmaisuja ketju (chain) tai verkosto (network). (Tuunanen 2003, 30-35, Tuunanen 2005, 37)

## Franchising Suomessa

Franchising tuli Suomeen jo 1970 luvulla.

Suomessa on noin 250 -300 franchisingketjua, joista

- > 35 % kuluttajapalveluissa (b-to-c)
- > 13 % yrityspalveluissa (b-to-b)
- > 36 % vähittäiskaupassa
- > 16 % ravintola-, kahvila- ja fast food sektorilla

Ketjuista 75 % on kotimaista ja 25 % ulkomaista alkuperää.

Franchising sektorilla on:

- 5000 yrittäjää ja 7000 liikepaikkaa
- Liikevaihto yhteensä 5000 m €
- 40 000 - 60 000 työntekijää

Suomessa ei ole erillistä franchising lainsäädäntöä, vaan EU:n säädökset pätevät myös täällä.

Franchising sektorin kasvuodotukset vuodelle 2013

- Liikepaikoissa 14 % kasvu
- Liikevaihdossa 5 % kasvu
- Vähintään 800 uutta franchise-yrittäjää
- Vähintään 3000 uutta työpaikkaa

(Franchising Suomessa, 4)

## 4 RAVINTOLA TORREN FRANCHISING MANUAALI

Franchising on kahden itsenäisen yrityksen, franchising-antajan (Ravintola Torre) ja franchising-ottajan (alkava yrittäjä) välistä, sopimukseen pohjautuvaa pitkäaikaista yhteistyötä, jossa Ravintola Torre luovuttaa alkavalle yrittäjälle oikeuden käyttää tietyllä alueella sovittua maksua vastaan kehittämäänsä tavaramerkkiä, liikemerkkiä, valmistusmenetelmää, ja koko yrityksen toimintamallia jatkuvalla tuella suunnittelemansa ja valvomansa toimintaohjeen mukaisesti.

### 4.1 Sijainti

Ravintola Torren sijainti on tärkeä. Torre on aina ollut kaupungin keskustassa, näkyvällä paikalla. Ensimmäisenä perustettu Torre sijaitsee ydinkorttelien vieressä ns. keskustan pääkadun varrella. Uuteen paikkaan siirryttyään Torre sijaitsi Turussa kauppatorin laidalla, hyvin näkyvällä ja keskeisellä paikalla. Nykyinen Torre sijaitsee vanhassa arvotalossa kauppahallin vieressä, lähellä Aurajokea, joelle menevän kadun varrella, kahden kadun kulmassa, näkyvällä paikalla.

Toiseen kaupunkiin perustettavan ravintola Torren tulee sijaita keskeisellä paikalla nimenomaan kaupungin keskustassa. Arvokas vanha talo voisi tuoda tietysti omanlaisensa lisäarvon, mutta se ei ole välttämätöntä.

Ravintolan sijainnilla on väliä

Ravintolan sijainti on yhä merkittävämpi tekijä asiakkaan valitessa ruokailupaikkaa. Nykyään puolet suomalaisista valitsee ruokailupaikan sijainnin perusteella, kun luku kaksi vuotta sitten oli kolmannes. Sijainnin merkitys on kasvanut voimakkaasti parin viime vuoden aikana. Paikan ilmoitti yhdeksi tärkeimmistä valintakriteereistä 49 prosenttia tutkimukseen osallistuneista. Kaksi vuotta aiemmin

sijainti ohjasi joka kolmannen ravintolavalintaa. Yhtä ratkaiseva tekijä on ruoan laatu. (Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRan teettämä tutkimus, 16.12.2010, 16.12.2014)

#### 4.2 Miljö & Sisustus



Miljö varsinkin tässä vanhassa talossa on upea. Korkeat huoneet, avara yhtenäinen tila, sekä yksittäiset pienet yksityiskohdat tekevät tilasta mielenkiintoisen. Uudelle franchising Torrelle olisi suotavaa etsiä samantyylistä tilaa.

Torren värit ovat musta ja oranssi. Näitä värejä Torre käyttää mainoksissa ja ruoka- sekä juomalistoissa, käyntikorteissa, mainos ständeissa ja markiiseissa. Catering pakettiautokin on musta-oranssi. Myös tarjoilijoiden työasut ovat musta oranssit.



Torren sisustuksessa on aina käytetty tummaa jykevää puuta ja loosit ovat aina olleet osa Torrea. Pienet asiat, kuten takorauta koristeet siellä täällä kuuluvat myös Torren henkeen. Sekä tummasta puusta tehdyt avohyllyt viinipulloille, jotka ovat hyvin esillä asiakkaiden nähtävillä. Lämminhenkinen sisustus syntyy väreistä kankaissa sekä seinissä ja valoista joita Torressa käytetään. Upeat käsityönä taotut espanjalaistyylliset kattokruunut sekä seinä lampetit on osa Torren sisustusta. Baaritiskin päällä, kabineteissa sekä pöytien päällä olevat nollanollan (turkulainen yritys) tekemät puuvanerilamput luovat loistavan pehmeän valon.

Torren kabinetit on sisustettu samalla lämpimällä tyyllillä hieman karsitummalla linjalla. Kabineteissa on oltava videotykki ja kangas, televisio, äänentoisto sekä fläppitaulut kokousasiakkaita varten.

Baaritiski on sijoitettu niin, että siitä näkee lähes joka puolelle ravintolaa. Ja mikä tärkeintä, aina kun asiakas kävelee sisälle, häntä pystytään muiden töiden ohessa tervehtimään ja toivottamaan tervetulleeksi.

#### 4.2 Palvelu ja henkilökunta

Ravintola-alalla on tietenkin tärkeää, että vuorovaikutus asiakkaiden kanssa toimii hyvin. Vuorovaikutus asiakkaan kanssa alkaa heti ensimmäisestä yhteydenotosta tai kohtaamisesta henkilökunnan kanssa. Asiakkaana voi olla yksilö tai kyseessä voi olla esim. ryhmä tai yritys, joka järjestää illallisen. Eri tilanteet vaativat erilaista vuorovaikutusta henkilökunnan ja asiakkaan välillä. Ravintolan ovesta sisään astuvalle asiakkaalle on tärkeää, että hänet huomioidaan heti ja ohjataan pöytään tai pyydetään ystävällisesti odottamaan hetki. Asiakkaan huomioiminen heti, kun hän astuu ovesta sisään, on ensiarvoisen tärkeää ja siinä osaava ja koulutettu henkilökunta on avainasemassa. Esim. kiireessä tarjoilijan katse asiakkaaseen ja pieni nyökkäys riittää hyvän vuorovaikutuksen aloittamiseen henkilökunnan ja asiakkaan välillä, vaikka tarjoilija ei heti ehtiskään palvelemaan asiakasta.

Pöytävarausta esim. ryhmälle tai yrityksen lounas palaveria järjestävä soittaja kohdataan usein 1. kerran puhelimesta. Tällöin osaava ja ystävällinen henkilökunta on hyvin tärkeä. Asiakkaalle on jo puhelimesta osattava kertoa sujuvasti eri vaihtoehdoista, hinnoista ja suosituksista elävästi ja houkuttelevasti ja usein nopeasti. Asiakkailla on oltava mahdollisuus antaa palautetta. Nettisivujen kautta se on mahdollista ja on todella tärkeää, että palautteeseen vastataan nopeasti, mielellään jo heti seuraavana päivänä. Tässä tarvitaan myös hyviä vuorovaikutustaitoja, vaikka asiakasta ei kohdata kasvokkain tai puhelimesta. Tärkeää on osata ottaa vastaan asiakkaan paikan päällä antama palaute ja osattava suhtautua siihen oikein ja korjattava tilanne heti tai kiitettävä, riippuen palautteen laadusta.

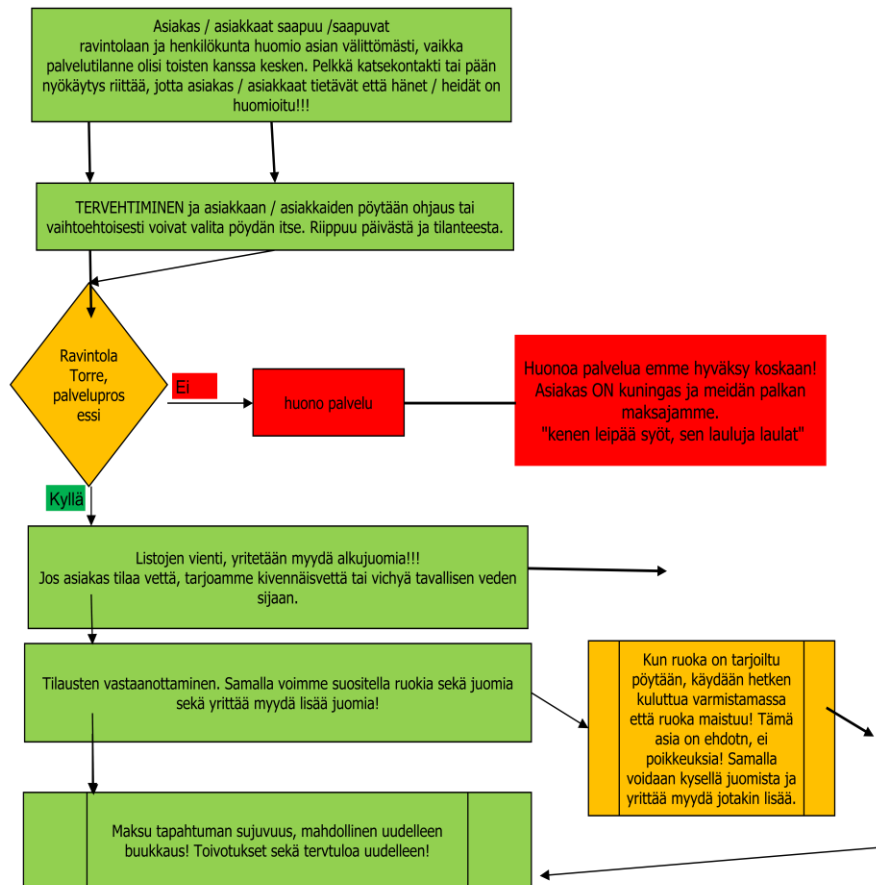
Hyvät viestintä ja vuorovaikutustaidot palvelualalla ovat äärimmäisen tärkeitä. Ravintola-alalla ne ovat toiminnan ehto. Ne luovat pohjan päivittäiselle toiminnalle.

Hyvät vuorovaikutustaidot alkavat työkavereiden kanssa toimimisesta ja hyvän työilmapiirin luomisesta. Hyvä työilmapiiri työpaikalla ja henkilökunnan viihtyvyys taas motivoivat henkilökunnan palvelemaan asiakkaat hyvin, jolloin yritys menestyy.

Asiakkaiden odotukset ja vaatimustaso palvelua kohtaan nousevat jatkuvasti ja alan työssä ”huonoja päiviä” ei asiakaspalvelussa toimivilla enää ole varaa olla. Tänä päivänä palvelu on se asia, jolla kilpaillaan.

Seuraava vuokaavio on työväline Torressa työskenteleville.

## Ravintola Torren palvelukuvio



Torressa palvelu on aitoa ja tuttavallisen rentoa, samalla kuitenkin kohteliasta sekä asiallista. Torressa toivotaan asiakkaiden viihtyvän ja pyrkimys on toteuttaa asiakkaiden toiveet.

Torren henkilökunnalle on järjestetty hyvät työterveyspalvelut ja vakuutukset, sekä hyvät perehdytykset ja koulutukset. Henkilökunnalla on oltava EA-koulutus sekä sammutuskoulutus, hygieniapassi ja salin henkilökunnalla alkoholipassi ja mielellään myös alan koulutus joko tarjoilija tai kokki.

### 4.4 Ruoka

Ravintola Torren ruoka on prosessoimatonta, laadukasta, kotimaista lähi- ja luomuruokaa, muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta. Torressa tehdään pääsääntöisesti kaikki itse, kastikkeista lounasruokiin ja salaatteihin.

Torren ruokiin on poimittu makuja Espanjasta, suomalaiseen suuhun sopivaksi tehtynä. Ruokalista on laaja. Se sisältää pääasiassa lihaa. Erikoisuuksia on Australiasta tullut Black Angus härkä, josta Torre käyttää montaa eri osaa sekä Espanjasta tullut Iberico possu, josta Torrelle tulee myös muutamia eri tuotteita.

Torren liikeideaan kuuluu salaatti-tapas alkupalapöytä. Se sisältää espanjalaisia erikoisuuksia kuten myös perus salaattiainekset.

Torren keittiön sydän on espanjalainen puuhiiligrilli. Grilli palaa puhtaalla puuhiilillä. Grillin lämpötila nousee 350-400 asteeseen, mikä takaa pihveissä mehukkuuden säilymisen. Kun liha paistetaan korkeassa lämpötilassa, sen syyt sulkeutuvat hyvin nopeasti ja silloin lihan mehukkuus säilyy. Grilli vaatii kylläkin rasvaisen lihan käytön ja siksi Torre on päätenyt käyttämään Australialaista vapaasti laiduntavan Black Angus härän lihaa. Grillissä voidaan valmistaa myös erilaisia meren eläviä, kalaa, kasviksia ja vaikkapa leipää.

Torre käyttää paljon kotimaisia ja lähiseudun yrityksiä. Tuore kala tulee suoraan kalastajilta Nauvosta tai Paraisilta. Kasvikset ja vihannekset tulevat Torrean paikalliselta luomutilalta. Leipä ja leivonnaiset sekä kakut yms. niinkään paikallisesta leipomosta, josta Torre saa myös luomuleipää. Osa lihoista Torre ottaa lähiseudun pienestä yrityksestä, joka valmistaa myös Torrelle omaa chorizomakkaraansa.

Keittiöpäällikkö suunnittelee uuden ruokalistan kaksi kertaa vuodessa, sesonkien mukaan, keväällä ja syksyllä. Samalla hän päivittää valmiit menuvaihtoehdot. Ruokalistojen päivityksen ohessa annokset kuvataan ja annoskortit tehdään, jotta jokainen saa samanlaisen annoksen vaikka viikon päästä seuraavasta kerrasta. Tämä on tärkeä asia, jotta asiakkaan odotus täyttyisi.

Omavalvonta käydään läpi jokaisen työntekijän kanssa ja jokaisen on noudatettava annettuja ohjeita, asiakkaan ja oman turvallisuuden takia.

#### 4.5 Catering

Torrella on edustava ja kattava catering- palvelu yritysten kokouksiin ja seminaareihin ja juhliin. Torre Catering pystyy toteuttamaan kaikenkokoiset tapahtumat aina perhejuhlilta isoihin yritystilaisuuksiin.

Torre Catering-palvelu toteutetaan aina tilaajan yksilöllisten tarpeiden ja toiveiden mukaisesti. Torresta asiakas saa tarvittaessa apua menun ja tilaisuuden suunnittelussa ja tarvittaessa astiastoa, kalusteita ja myös juhlatila pystytään järjestämään.

#### 4.6 Kestävä kehitys

Ravintola Torre haluaa tukea kestäväää kehitystä omilla toiminnoillaan.

Torre valitsee paikallisia toimittajia, mikä vaikuttaa kuljetusten välimatkojen pituuteen. Luomua – ei käytettyä myrkkyjä, mahdollisuuksien mukaan. Torre käyttää ympäristöystävällisiä pesuaineita. Torressa on automaattiset hanat ja automaattiset valot. Kierrätys ja lajittelu kuuluvat Torren jokapäiväiseen toimintaan.

#### 4.7 Mainonta

Ravintola Torrella on omat nettisivut, josta löytyy tärkeimmät tiedot ravintolasta. Nettisivut on rakennettu niin, että henkilökunta voi niitä muokata tarpeen tullen.

Torre käyttää lounaslistojen lähettämiseen mailchimp palvelua, jonne Torrelle on rakennettu omannäköinen pohja, jota henkilökunta voi myös muokata tarpeen tullen.

Facebook. Torrella on omat facebookisivut, jonne Torre tekee harkiten postauksia sekä muutamia maksettuja mainoksia.

Ravintola Torre mainostaa välillä myös paikallisissa lehdissä kuten: Turun Sanomat, Aamuset ja Turkulainen.

Ravintola Torren mainonnan ja ruokalistojen sekä muut layoutit tekee paikallinen yritys nimeltä T:mi Nuu Nuu Desing.

#### 4.8 Sopimukset

Ravintola Torre tekee sopimukset toimittajien kanssa aina kahdeksi vuodeksi kerrallaan. Poikkeukset Torre käsittelee erikseen. Toimittajia on oltava useampia, koska jos toinen toimittaja ei pysty jostain syystä toimittamaan tilattua tavaraa.

Tukkuna on Metro tukku, koska he pystyvät kautta laskuttamaan, mikä kerryttää Torren vuosiosastoja. Ja tämä taas vaikuttaa Torren ostohintoihin Metrossa sekä vuosihyvitteisiin. Metron tilaukset tehdään kahdesti viikossa, sähköisesti. He toimittavat kuorman kaksi kertaa viikossa, tiistaina ja perjantaina. Toimitus aika on tarkkaan määriteltä ja se toimitetaan aamulla klo 8 – 9 välisenä aikana.

Lähikauppa on hätä asioita varten. Ruoka-annoksissa ei sovelleta, vaan ne tehdään aina annoskorttien mukaisesti. Tämän takia lähikaupasta voi hakea esim. kermaa, voita tai maitoa. Sopimus kauppaan on pysyvä.

Pienempiä toimittajia on useampia.

Pankkina Torrella on Osuuspankki ja vartiointia hoitaa G4S.

Tilitoimistona Torre käyttää Uotila & Laineen tilitoimistoa.

## 9 Ravintola Torren Logo

# TORRE

Torren logo on kuva. Sitä voidaan muokata tarpeen tullen. Torren logo on musta tai oranssi. Pääsääntöisesti se on aina musta. Jos pohja on musta, logoa voidaan tällöin käyttää oranssina.



## 5 YHTEENVETO

Yrittäjänä franchising toiminta on kiinnostanut alusta alkaen. Ravintola yrityksen perustaminen on kallista ja ravintolan perustamiseen tarvitaan monta eri tahoa ja erilaisia lupia viranomaisilta, että alkavan yrittäjän on helpompi lähteä yrittäjäksi franchisingin avulla, koska saa valmiin manuaalin, joka sisältää kaiken tiedon siitä mistä aloittaa ja milloin ravintola on valmis avattavaksi.

Franchise-yrittäjyys on ratkaisu, kun käytettävissä ei ole omaa liikeideaa tai kokemusta ja resursseja kehittää mahdollista liikeideaa käytännössä toimivaksi toimintamalliksi.

Alustavan idean kehittelyyn liittyy myös merkittäviä riskejä, joita yrittäjäksi aikova ei ole halukas ottamaan. Franchising on eräänlainen mahdollisuus vuokrata kehitetty ja käytännössä testattu liikeidea oman yrityksen käyttöön.(Mattila, ym. 1998, 67)

Franchising-yritykset perustuvat käsikirjaan, joka parhaimmillaan ohjeistaa yrityksen liiketoimintamallin pienintä piirtoa myöten. Franchising-käsikirjan avulla yrittäjä voi levittää ja monistaa jopa kokonaisen liiketoimintakonseptin yhä uusien ihmisten voimin.

Tuotteistaminen ei ole rakettitiedettä. Tuotteistajan pitäisi pusertaa raa'an palvelun seuraksi välineitä, joista suurin osa on erilaisia dokumentteja. Tätä ankeaa tosiasiaa moni tuotteistaja kiertelee ja kaartelee. Harva meistä rakastaa dokumentointia. Jokaisen tuotteistajan (franchising-antaja) kannattaa kuitenkin painaa mieleensä, että tuotteistaminen on pahasti kesken, jos palvelusta on olemassa vain dokumentoimaton ajatus. (Parantainen 2014,17 - 18)

Yrittäjänä minäkin olen tavallaan aloittanut franchising- toimintamallin mukaisesti, koska toiminta oli ollut olemassa jo vuosia ja konsepti ja tuotteistus valmiiksi tehtyjä ja hyväksi todettuja.



## LÄHTEET

Davenport, T. H., Harris, J. G., 2007. Analysoi ja voita, Helsinki: Talentum

<http://www.yrittajat.fi/fi-FI/uutisarkisto/a/uutisarkisto/ravintolan-sijainti-on-valia> , Viitattu 7.12.2014.

Laakso,H. 1998. FRANCHISING yrityksen toimintamallina, Helsinki: Oy Edita Ab

Lashley, C., Morrison, A., 2000. FRANCHISING HOSPITALITY SERVICES, Norfolk, Great Britain: Biddles Ltd

Malmi, Peltola, Toivonen, 2006. Balanced Scorecard, Helsinki: Talentum

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRan teettämä tutkimus, 16.12.2010, 16.12.2014. <https://www.mara.fi/> , Viitattu 7.12.2014

Mattila, Wathén, Tommila, Rinkinen, 1998. Franchising-Käsikirja, Helsinki: Kauppakaari Oy

Parantainen, J., 2007. Tuotteistaminen 10, Viro: Talentum Media Oy

Puohiniemi M., Talouselämä & Fakta 2012, Viitattu 7.12.2014

Suomen Franchising-Yhdistys 2004, 37 – 39

Suomen Franchising Yhdistys ry:n tietopaketti: Franchising Suomessa, 4. 16.12.2010. [www.franchising.fi](http://www.franchising.fi) , Viitattu 16.12.2014.

Tuunanen, M., 2003. Franchisingtilastot 2003, Lohja: Suomen Franchising – Yhdistys ry, 30-35.

Tuunanen, M. 2005. Essays on Franchising in Finland: Empirical Findings on Franchisors and Franchisees, and Their Relationships. Jyväskylä Studies in Business and Economics, 37. Academic Dissertation. Jyväskylä: Jyväskylä University (Printing House.)

## LIITTEET

Liite 1. Ravintola Torren lehtimainos

Liite 2. Ravintola Torren erikoismenu