

Jiwa Biru Consultora - La estructura del negocio

Jiwa Biru Consultora

La estructura del negocio

Todo negocio de hostelería se sostiene sobre tres áreas. Cualquier problema que exista vive en una de ellas, o en varias a la vez.

POSICIONAMIENTO

Cómo percibe el cliente el negocio.

Un cliente que entra por primera vez debe entender, sin explicaciones, qué tipo de establecimiento tiene delante, qué puede esperar y qué no. La carta, el precio, el servicio y el ambiente deben transmitir la misma idea de negocio.

Cuando la percepción no coincide con la experiencia, existe un problema de posicionamiento.

MODELO DE NEGOCIO

Las decisiones que hacen posible ese posicionamiento.

El modelo está formado por decisiones: la carta, los horarios, el precio, el servicio, la organización del equipo, el número de referencias. No se analizan por separado. Se analiza si responden a la misma lógica.

OPERATIVA

La ejecución diaria del modelo.

Debe permitir que el negocio funcione con normalidad sin depender continuamente de personas concretas.

CÓMO TRABAJAMOS

Auditoría — revisión de un área concreta: rentabilidad, oferta, seguridad alimentaria o atención al cliente.

Diagnóstico Estructural — lectura completa de las tres áreas y de cómo se sostienen entre sí.

Intervención — si el negocio lo necesita, se ejecuta el cambio. No siempre hace falta.

PREGUNTAS QUE SOLEMOS EXPLORAR JUNTOS

No hace falta responderlas por escrito. Son el punto de partida de la conversación, no un cuestionario.

Posicionamiento ¿Qué debería entender un cliente sobre este negocio sin que nadie tenga que explicárselo?

Modelo de negocio ¿El modelo actual responde a una decisión consciente, o es el resultado de decisiones acumuladas con el tiempo?

Operativa ¿El negocio funciona igual de bien cuando tú no estás?

Dirección ¿Qué información os gustaría tener para dirigir con más criterio y menos interrupciones?