

Меню со спецэффектами

Рынок ресторанов быстрого обслуживания активно развивается в последние годы, требуя все новых и новых технологических решений. О новинках в сфере автоматизации предприятий общественного питания «FoodService» поговорил с основателем компании UCS Григорием Гуревичем.

текст: Юлия Матвеева / Москва

– Григорий, за последний год ваша компания автоматизировала 4500 ресторанов. Какие сегменты российского ресторанного рынка, на ваш взгляд, развиваются сейчас наиболее активно?

– Конечно, фастфуд остается на коне. Появилось большое количество суши-магазинов, это очень востребованный формат. Заметно меньше стали открываться клубы, бары и пивные концепции. Мы активно работаем со всеми сегментами ресторанного бизнеса, но максимальное развитие видим в сегменте фаст-фуда.

– Расскажите, какие новые решения появились у вас для фастфудов?

– Сейчас в качестве замены лайтбоксам мы предлагаем динамические меню-борды. Это мониторы, на которых отображаются меню и спецпредложения. Цены на большие дисплеи снизились, поэтому спрос на меню-борды вырос. Эта технология позволяет оперативно реагировать на все внутренние изменения в ресторане: корректировать цены, вводить дополнительную информацию. Меню-борд синхронизирован с R-Keereg, и все изменения, которые вносятся в R-Keereg, отображаются на меню-борде, даже если информация меняется несколько раз в течение дня.

Год назад, когда мы только начали выпуск этой технологии, мы предполагали, что будем делать индивидуальный дизайн для каждого клиента. Оказалось, что мелкие игроки и те, кто находится на начальном этапе бизнеса, не могут



Григорий Гуревич родился в 1966 г. В 1992 г. окончил Московский институт стали и сплавов по специальности «прикладная математика». С 1992 г. по настоящее время – генеральный директор компании UCS. Придуманную им систему R-Keereg сегодня используют 34 тыс. ресторанов в 44 странах мира: России, Казахстане, Германии, Вьетнаме, Мьянме и многих других.

позволить себе кастомизацию. Тогда мы разработали несколько вариантов стандартного дизайнерского оформления меню-бордов по условным тематикам: «суши», «кофейня», «бургерная». Изображения блюд и напитков ресторан загружает свои, а вид оформления меню,

цвет подложек и сценарии – разные наборы эффектов, используемые для подачи информации, выбирает из предложенных вариантов. После того, как сотрудники ресторана ввели список блюд с ценами и фотографии, блюда, отмеченные как желательные к продажам, могут быть анимированы. Для каждой темы оформления существует свой набор эффектов, например, «дым», когда блюдо дымится, «холод» – блюдо или напиток становится замороженным, увеличение – при показе блюда увеличивается и покачивается.

Преимущества технологии динамических меню-бордов не только в том, что она показывает анимированное меню и позволяет быстро менять информацию, но и в том, что это дополнительный инструмент маркетинга: меню-борд привлекает внимание к позициям, желательным для продажи, а также позволяет чередовать показ меню с показом рекламных роликов.

– В прошлом году вы вывели на рынок технологию электронной очереди. Насколько оказалась востребована эта разработка?

– Нашу технологию электронной очереди сейчас используют в ресторанах сетей Burger King и «Вокер» – для этих компаний мы разработывали индивидуальный дизайн гостевого экрана электронной очереди. Но так как эта технология не продается отдельно, а предлагается в качестве расширения системы управления R-Keereg для фастфудов, мы не можем четко отслеживать, сколько наших клиентов ее ис-

пользуют. Но, судя по тому, что многие рестораны «Макдоналдс» перешли на электронную очередь, думаю, сейчас многие предприятия быстрого обслуживания должны обратить внимание на эту технологию.

Преимущество использования электронной очереди в том, что она помогает не потерять клиента. Особенно это актуально для фуд-кортов, где у человека есть выбор и ему вряд ли захочется стоять в очереди. Особенность в том, что касса всегда остается свободной: гость заходит, видит, что очереди нет, и с большей охотой идет делать заказ.

– В «Макдоналдсах» сегодня есть терминалы самообслуживания. Есть ли у вас подобные разработки?

– Программное обеспечение у нас уже есть. Среди наших проектов есть виркиноотеатр, где эта технология используется прямо на подлокотниках кресел – в них встроены маленькие мониторы, которые позволяют сделать заказ прямо во время сеанса, однако этот терминал не предполагает оплаты. Кроме того в кинотеатрах, как сетевых, так и одиночных, у нас есть киоски, предполагающие покупку и билетов, и еды.

Что касается терминала самообслуживания в ресторане, здесь важно не только программное обеспечение, но и оборудование. Изначально мы планировали работать с настольными терминалами, наподобие тех, что используют для телефонных платяжей. Но в переговорах с клиентами выяснили, что им интересно компактное оборудование, которое не занимает дополнительного места, так



Небольшим компаниям подойдет стандартно оформленный меню-борд

как на фуд-корте это будет стоить дополнительной арендной платы. Поэтому мы сейчас работаем над компактными терминалами, которые могут крепиться к стене или кассовой стойке.

– А есть ли разработки, которые позволяют гостям оплачивать заказ со своих смартфонов, например, через PayPal?

– Сейчас мы как раз ведем переговоры по внедрению подобной технологии по меньшей мере с двумя компаниями. Только у нас это будет не PayPal. Проблема в том, что пока подобные технологии в России широко не распространены и технология оказывается дорогой в пересчете на одну транзакцию.

– Что нового за этот год вы предложили для ресторанов полного обслуживания?

– Мы разработали программное решение, которое позволяет использовать вместо принтеров сервис-печати так называемый софт-принтер. Это прямая замена обычного термопринтера с бумагой – возможность передавать информацию о принятом заказе на дисплей

любого устройства, пейджера или iPod, которое используется на кухне, в баре и официантом. Это простая система, которую очень легко внедрить в обычном ресторане. С ее помощью можно подтверждать готовность заказа, делать сброс заказа и так далее. Софт-принтер стоит несколько дороже, чем обычный принтер. Однако это решение выигрывает за счет экономии термобумаги и затрат на обслуживание сервис-принтеров. С точки зрения того, как отдаются заказы, мы считаем, это более эффективно, чем распечатанные уведомления. Соответственно, мы будем сейчас активно продвигать эту технологию.

Нам также удалось решить технологическую проблему, связанную с тем, что iPod не имеет вибровозвонка, а звуковые уведомления не очень удобны при работе в зале. Сейчас мы предлагаем программное решение с использованием hands free для iPod, благодаря которому уведомление приходит официанту в виде голосового сообщения. Можно будет даже не смотреть на монитор. Есть стандартная Bluetooth-гарнитура, по-своему желанию заказчик может купить любую другую, например, скрытую, которая прячется в ухо. В целом, передавать можно любые текстовые сообщения, но, как правило, используют стандартные: «Заказ № готов».

– Какие еще есть технологии, ориентированные не только на фастфуд?

– У нас есть система по управлению наличными в ресторане Cash Management System. Она позволяет отслеживать движение наличных: выручка, снятие кассы, инкассация. Для отдельных ресторанов это не представляет сложности, а вот для сетевых, независимо от того, фастфуд это или casual dining, довольно важно понимать, где и в какой момент оказываются деньги.

