

Thêm một tính cách cho cà phê

Bobby Brewers, quán cà phê có cái tên “Tây 100%”, nghe qua không có gì khác so với Gloria Jean’s, Coffee Bean, Illy... nhưng khác biệt ở chỗ Bobby Brewers có hẳn một phòng ci-nê riêng biệt. Ý tưởng này đã góp phần thay đổi cách uống cà phê của người Việt, tạo cho họ một tính cách mới “đến quán cà phê, không nhất thiết chỉ để uống cà phê”.



Bobby Brewers – một tính cách riêng biệt

Việt Nam là một quốc gia nổi tiếng về cà phê nhưng để tạo ra những quán cà phê thật sự ấn tượng thì người phương Tây mới là những chuyên gia. Người phương Tây rất chú trọng bề ngoài, nội thất, trang trí, cách phục vụ... sao cho khách hàng cảm thấy thoải mái, thư giãn nhất. Bobby Brewers cũng làm rất tốt điều này. Cửa hàng đầu tiên của Bobby Brewers tại số 45 Bùi Viện, Q.1, tại khu phố Tây (khai trương năm 2004) ngay lập tức thu hút sự chú ý của những “đồng hương” người nước ngoài. Là một quán cà phê chủ yếu dành cho đối tượng khách nước ngoài nên thực đơn của Bobby Brewers ban đầu đa số là các món Tây. Bobby

Brewers 86 Phạm Ngọc Thạch là cửa hàng đầu tiên sau năm năm hoạt động tại Việt Nam thử nghiệm thực đơn mới với nhiều món ăn Việt, từ cà phê đá, cà phê sữa đến bún bò... Sự đổi mới này cũng đem lại nhiều kết quả khả quan vì khách nước ngoài vẫn gọi món Việt và khách Việt vẫn gọi món Tây thường xuyên. Thực đơn hiện tại của Bobby Brewers có thể gọi là đầy đủ Tây và ta, để có thể phục vụ mọi đối tượng khách hàng.

Lịch sự và tận tình là phong cách luôn được đặt lên hàng đầu tại Bobby Brewers, đây cũng ưu điểm vốn có của phong cách Tây phương. Bobby Brewers hiện có bảy cửa hàng, nhưng chỉ có 45 Bùi Viện và 86 Phạm Ngọc Thạch trang bị phòng chiếu phim. Đặc điểm này của Bobby Brewers đã “lấy lòng” được rất nhiều khách hàng, từ doanh nhân, nhân viên văn phòng đến các bạn trẻ tuổi *teen*. Vì được “thai nghén” từ một cặp vợ chồng Việt Úc nên Bobby Brewers cũng mang tính cách lai giữa Tây và ta. Quán vừa có cà phê kiểu *take away* vừa có một cơ ngơi bàn ghế phục vụ cho các đối tượng khách đúng kiểu Việt, thích cà kê trò chuyện, họp bàn công việc với khách hàng hoặc làm việc cả ngày ở đây. Trong năm năm ngắn ngủi, Bobby Brewers đã *franchise* được bốn cửa hàng, một tốc độ phát triển khá nhanh. Cái tên Bobby Brewers giờ đây đã trở thành một chuỗi cửa hàng kinh doanh thành công tại Việt Nam.

Và một... trái tim

Nhưng nếu chỉ dèm đẹp, vui vui thì có lẽ Bobby Brewers cũng không đặc biệt hơn những quán cà phê khác ở Sài Gòn là bao. Ngoài mục đích kinh doanh, vợ chồng chủ quán Bobby Brewers còn “thời” cho mô hình kinh doanh của mình những tính cách rất đáng quý. Hàng tháng, Bobby Brewers đều trích từ doanh số bán hàng để gây quỹ ủng hộ lương thực và nhu yếu phẩm như: gạo, quần áo... cho các bệnh viện và trẻ em nhiễm chất độc màu da cam. Vào các dịp lễ như Noel, năm mới, Bobby Brewers cũng tổ chức tiệc để các em được cùng vui với khách hàng ngay tại quán. Đây cũng là dịp để quỹ từ thiện này có thêm nhiều mạnh thường quân mới.

Trong bối cảnh xã hội ngày càng phát triển, những mô hình kinh doanh hướng tới từ thiện, nhân đạo như Bobby Brewers đang được hưởng ứng nhiệt liệt nhưng trên thực tế vẫn chưa nhiều. Điều này càng làm Bobby Brewers mang một tính cách độc đáo và hiện đại.

Lịch chiếu phim của Bobby Brewers được in hàng tuần để khách hàng dễ dàng sắp xếp thời gian và đặt chỗ trước. Danh sách phim chiếu ở Bobby Brewers khá đa dạng và phù hợp với thị hiếu xem phim đương đại, phim được chiếu với chất lượng âm thanh và độ phân giải cao (HDMI). Phòng chiếu phim cũng được trang bị chu đáo với màn hình lớn và khoảng 20 ghế, vừa đủ cho rạp chiếu phim *mini*. Khách đến đây cũng có cảm giác thoải mái, thích thú được thưởng thức một bộ phim như đang ở nhà. Bobby Brewers đã khẳng định thêm một tính cách khác, không lẫn lộn trong một thế giới cà phê vô cùng phong phú của TP.HCM, đó là có một trái tim nhân ái.

Tác giả: Anh Huy

Tạp chí Marketing số 65 ngày 25.1.2010

Trang 66, 67.

