

# Chuyện về chuỗi thành công

*Kinh doanh theo chuỗi đã không còn là một hình thức mới lạ ở Việt Nam. Người tiêu dùng cũng bắt đầu xem trọng thương hiệu và có xu hướng ủng hộ những tên tuổi có nhiều cửa hàng phủ khắp mọi nơi. Có chuỗi xuất hiện rầm rộ ngay từ đầu với hàng loạt cửa hàng, có chuỗi ra đời chậm mà chắc và dần chinh phục người mua qua mỗi lần khai trương cửa hàng mới. Nhìn chung, trong tình hình giá mặt bằng quá đắt đỏ như hiện nay, việc quyết định kinh doanh theo chuỗi là một dấu hiệu cho thấy doanh nghiệp Việt Nam dám đầu tư theo hướng phát triển chung của thế giới: xây dựng thương hiệu mạnh để lan ra khắp nơi và tồn tại dài lâu.*

## Chuỗi nhà hàng Wrap&Roll

Ngành hàng F&B (Food and Beverage) có thể được xem là ngành có hình thức kinh doanh chuỗi nhiều nhất ở Việt Nam. Một trong những chuỗi kinh doanh thành công hất xuất phát từ ý tưởng kết hợp những món ăn dân tộc với nhu cầu thưởng thức hiện đại năng động đã cho ra chuỗi nhà hàng Wrap&Roll (gỏi và cuốn). Ra mắt vào tháng 2.2006 tại đường Hai Bà Trưng sau hai năm nghiên cứu và phát triển, với mục đích xây dựng kinh doanh theo chuỗi ngay từ đầu, Wrap&Roll đến nay đã được chín điểm với hai hình thức kinh doanh là nhà hàng và *food court*. Nhà hàng mới nhất được đặt tại trung tâm thành phố trên đường Nguyễn Huệ. Theo tốc độ phát triển này thì trung bình cứ một năm, Wrap&Roll sẽ có hai địa điểm mới. Theo chia sẻ của chị Diệu Hương, Giám đốc điều hành chuỗi Wrap&Roll. Trước Giáng Sinh sẽ mở địa điểm thứ 10. Khi được hỏi về ý định nhượng quyền thương mại, chị Diệu Hương cho biết định hướng của Wrap&Roll sẽ ưu tiên nhượng quyền ở nước ngoài. Đối với thị trường nội địa, Wrap&Roll chọn mô hình tự quản lý để chủ động đảm bảo chất lượng đồng nhất toàn hệ thống và xây dựng thương hiệu. Nhắm đến đối tượng có thu nhập từ khá đến cao, những nhà hàng Wrap&Roll thường được mở tại những địa điểm đắt giá ở Q.1 hay Q.7. Ngoài ra, Wrap&Roll còn có mặt ở những trung tâm thương mại lớn như Parkson, Diamond, C.T Plaza hay Lotte Mart để phục vụ cho nhu cầu ăn uống của dân “cô cò” tại đó. Wrap&Roll hiện đang xây dựng kế hoạch phát triển chuỗi tại Hà Nội. Hiện tại, với giá thuê mặt bằng đất đỏ tại trung tâm TP.HCM thì chi phí thuê địa điểm của Wrap&Roll chiếm khoảng 25% doanh thu của chuỗi nhà hàng. Việc lựa chọn và đầu tư địa điểm của những chuỗi thức ăn như



Ra mắt vào tháng 2.2006, sau gần bốn năm xây dựng kinh doanh theo chuỗi, Wrap&Roll đến nay đã được chín địa điểm. Theo tốc độ phát triển này thì trung bình cứ một năm, Wrap&Roll sẽ có hai địa điểm mới. Trước giáng sinh này địa điểm thứ 10 sẽ ra đời. Wrap&Roll định hướng ưu tiên nhượng quyền cho thị trường nước ngoài.

Wrap&Roll được đặc biệt coi trọng. Ngoài ra, yếu tố quan trọng khác là phần nguyên vật liệu chế biến và chất lượng món ăn. Các món liên quan đến “gói và cuốn” ở Việt Nam đã rất quen thuộc với người tiêu dùng, vì vậy việc chế biến sao cho tươi ngon và trình bày thế nào cho thật hấp dẫn, tạo sự khác biệt và có được “đẳng cấp” sang trọng là điều Wrap&Roll luôn hướng tới.

*Tác giả: Nhóm phóng viên*

*Tạp chí Marketing Việt Nam số 63 ngày 15.12.2009*

*Trang 39.*