

4 891346 060065

資本

一書三冊

\$20

CAPITAL WEEKLY

壹週

ISSUE 488
2015年03月19日
www.capital-weekly.com

聯想 變身 長和

食正互聯網+



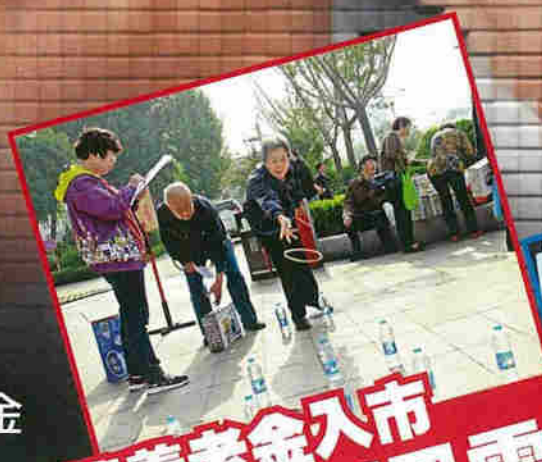
隨書
附送



柳傳志
聯想集團創辦人

李嘉誠
長和系主席

- 》歐央行狂印銀紙
複製美國大牛市
- 》中央清理地方債
以新債舊好處多
- 》另類軍事競賽
中國武器出口掘金



MONEY

3萬億養老金入市 A股再現風雲

WEALTH
MANAGEMENT

資金湧入 日股買得



◀Chope現任行政總裁Ariff Ziaudeen本身是智能手機的擁躉，因此想到用手機程式來向餐廳訂位的主意。

Chope 飲食最前線



▶Chope近日收購了新加坡的電子候位系統 Ticktok。

自從中國國務院總理李克強於中國「兩會」上，提出「互聯網+」戰略後。「互聯網+」概念便成為當紅炸子雞，其實近幾年互聯網跟各行業，及生活中各層面的結合已經發揮得淋漓盡致，的士APP、智能家居，網上醫療，反而飲食方面，比較少人提到。而來自新加坡的Chope，正好成為一個新典範，全新的流動手機訂位方式和電子候位服務，令飲食業有一個翻天覆地的變化。



各

行各業發展科技，成為近年市場大趨勢。雨後春筍的科網公司亦製做了不少整合潮。例如Chope最近便收購了新加坡的候位系統Tickok，在收購之後，Chope的業務可以分成兩個主體，第一是餐飲的訂位系統，包括提供給餐廳應用的訂位軟件，有效地管理訂位流程，以及建立客戶資料庫。

另一部分便是Tickok的電子候位監察服務。食客只需到餐廳外的Tickok平板電腦輸入個人資料，便可透過電子系統排隊，不需再站在餐廳前等候，反之可離開行街、購物，當輪到他們時，系統會以短信和錄音電話通知。食客更可隨時使用智能手機查看排隊情況。這一次收購後，Chope能為餐廳提供訂座管理、營銷宣傳及座位管理的一站式方案，更為亞洲區食肆及食客帶來前所未有的便利。

成為飲食業科技先行者，這跟Chope現任行政總裁Ariff Ziaudeen的兩大興趣——享受美食和用智能手機，有很大關係，他談到：「我本身是智能手機的擁躉，二〇一一年某天，我突然想到，如果可以用手機程式向餐廳訂位，那會方便得多。於是我向一些常去的餐廳提議。餐廳老闆都很認同，但他們反映市場上沒

有相關系統，反問我幾時開始製作，結果我真的決定去做。」

「最初我找來十九間相熟的餐廳試用，之後有一百間加盟，現在已經有六百個餐廳客戶。發展得如此順利，最大原因是在一個適當的時間推出。試想一下，過去如果我們去旅行，一般會找旅遊代理，但是現在，大家都在網上訂酒店、機票，甚至連買戲票也是。反觀餐廳訂位的情況，卻十年如一日：打電話去餐廳，等數十下鈴聲，對方回應，拿出厚厚的簿，查看今晚究竟有沒有空位，再把你的名字、電話等寫下來。這個實在是太古老了，亦不合理。」

大數據應用

Ariff認為，Chope系統最大的價值是管理餐廳訂位情況，讓員工工作得更為輕鬆。而且，對餐廳來說，恰是餐廳中最有價值的資產，在系統幫忙下，侍應能準確地預計時間、位置，不造成浪費。另外，系統更可以建立資料庫，以凝聚舊顧客，Ariff解說：「例如系統會定期向顧客寄出問候電郵，寄出優惠、新餐牌等。這些方法一般可以吸引到超過百分之十五的舊客回來。而對顧客來說，當他們下載

Chope的應用程式後，亦會得到全新的體驗。程式是二十四小時運作，而且費用全免，不需要預先付款。改變主意亦很方便，只要取消之前的訂位便可以重新再訂。」

「我們的收入部分是來自訂位服務，是向餐廳收取的，但只有成功訂位才會收費，所以對餐廳不會造成額外負擔。另一項收費，則是向餐廳提供軟件。在成立之初，最大的挑戰是改變餐廳老闆的想法，因為很多老闆都以為經營餐廳最重要是提供美食，他們熱愛烹飪，卻不一定是經營專家，所以有時真的很難改變他們。不過，每一個市場都有一些具有遠見的人，會看到新鮮事物的潛質。當然，亦有些人十年如一日，每天用着相同方法來煮麵、做點心。但要記着，世界是不斷轉變的，當他們的顧客都變成智能手機用戶，訂位形式的改革亦是不能逆轉。」

提到挑戰，銷售是一個挑戰，教導餐廳員工學習和運用系統亦是另一個挑戰。Ariff談到：「我們會花很多時間來培訓餐廳員工，餐廳裏的人，通常不會把科技放在第一位，所以我們有一隊專人來幫助。有時我們會留在餐廳一個星期讓他們適應，雖然真正要出手的時間



▲Chope曾舉行2014 Chopetolic Award新位王大賽，以跟用戶加強聯繫。



不多，但有我們在，他們會很有安全感，覺得隨時有支援。」

派對城市

紮根新加坡後，Chope於一年半前來到香港發展。他回想當時情況：「剛剛來到香港，我們只有很少人脈網絡，不過亦很快見到這個市場的潛力，香港和新加坡很相似，同樣有密集的人口，市民同樣喜歡出外用膳。香港更是一個派對城市，每逢星期五晚，人們外出除了用膳，還會繼續派對和去飲一杯，非常有活力和商機處處。」

「我們在這裏游說了不同的餐廳，讓他們享有試用期，果然如Pizza Express這類非常忙碌的餐廳，十分滿意服務，部分更推介給同業，結果愈來愈多餐廳加入。他們最大的投訴可能是用了系統後，因為太多訂位，讓員工忙不過來。另外，香港另一個特點是繁忙時間，不少餐廳門外都有長長的隊伍，當中還有不少是家庭客，所以候位系統很適合這個市場，讓一家大小，不用逼在餐廳門前，而可以輕鬆逛街後，再回來用餐。」來到香港之後，其實Chope未想過要馬上進軍中國市場，然而，原來很多香港的餐廳集團，在中國都有分店，於是，Chope總是被要求去到中國建立電子系統。

Artif談到：「開始時只是附屬生意，很快就有自己的辦公室。結果現在我們在新加坡、上海、香港、北京都有辦公室。老實說，雖然都是亞洲區，但每一處的文化很不同，所以要學習和適應當中差異，例如香港和北京都是用



▲由Chope所舉行的萬聖節活動。



▲位於金鐘的地中海餐廳AMMO便是Chope的其中一個客戶。

中文，但用詞上有很大分別，香港會用『登入』，中國會用『登陸』。這些細節都是不容忽視的。」

接下來的發展，Chope除了在版圖上擴大，更重視為系統增值。Artif Ziauddeen談到：「我們一向有在Time out, Sassy, YAHOO的平台上賣廣告，下一步我們希望跟他們進一步合作，這些平台一般都會有飲食推介，而我們則想在這些推介文章中加入訂位功能，讓當讀者看完推介後，馬上可以訂位。」

「除此之外，更會在應用程式中加強餐廳推介，有調查指，七成五人出外用膳的選擇都是來自朋友的意見，我們想做的，是讓他們決定得更容易。市場已有不少餐廳指南，問題是餐廳選擇太多。我們希望每天列出有優惠，有免費甜品、餐飲、大受好評的餐廳，讓顧客選取。再發展下去，更希望可以用手機點菜、付款，在未來，我相信不少餐廳的效率可以進一步提升，甚至只需要現有人手的一半。」

隨着公司不斷擴展，Artif感受到管理哲學的重要性。他指出：「這幾年最大的經驗，是找好人才幫手很重要，我寧願要五個極好的人才，都不要五十個資質一般的人。而要讓員工激發潛力，最重要是讓大家看到同一個視野，所以我們每年都會有大型員工聚會，讓來自不同地方的員工互相認識，分享自己的工作，從而幫助了解平時的流程。我們亦有很多不同的溝通的平台，像Whatsapp, Wechat, GChat, Skype等，所以即使不是香港，亦很清楚香港發生的事情。」