



PHỞ HÒA HỆ THỐNG ẨM THỰC VIỆT NAM LỚN NHẤT THẾ GIỚI

Nguồn gốc thương hiệu: Mỹ

Số chi nhánh: 79

Thị trường hoạt động: Mỹ, Philippines, Hàn Quốc, Canada, Indonesia, Malaysia, Singapore

Thị trường dự kiến: Trung Đông, Châu Âu, Nhật Bản, Trung Quốc, Mexico

Chúng tôi là tập đoàn phát triển và sở hữu thương hiệu Phở Hòa có trụ sở tại Mỹ. Phở Hòa thành lập cửa hàng đầu tiên vào năm 1983 tại San Jose, California, Mỹ. Hiện nay, hoạt động kinh doanh của chúng tôi trải dài trên khắp Bắc Mỹ, Canada và châu Á - Thái Bình Dương. Phở Hòa hiện được xếp hạng là 1 trong 400 hệ thống ẩm thực lớn nhất tại Mỹ và là hệ thống kinh doanh ẩm thực Việt Nam duy nhất làm được điều này.

Trong những thập kỷ gần đây, ẩm thực Việt Nam đã trở thành một trong những nền ẩm thực châu Á được yêu thích do giá trị dinh dưỡng cao, ít chất béo và ít calorie. Ẩm thực Việt Nam đã qua mặt ẩm thực Trung Hoa về mức độ phổ biến khi nhiều thực khách tìm kiếm những món ăn ít chất béo và tươi mới hơn. Độ phủ sóng của các phương tiện truyền thông cũng góp phần làm tăng nhận thức của mọi người về lợi ích từ những món ăn Việt Nam hơn những món ăn từ các quốc gia châu Á khác. Từ khi thành lập vào năm 1983, Phở Hòa đã giới thiệu thành công món mì nước đặc trưng của Việt Nam đến các thực khách Mỹ. Là người tiên phong mang ẩm thực Việt Nam đến Mỹ, khách hàng trung thành với thương hiệu chúng tôi ngày càng được mở rộng, từ khách hàng châu Á đến khách hàng từ các châu lục khác như người da trắng, người Mỹ gốc Phi, người gốc Tây Ban Nha. Phở Việt Nam hiện cũng góp mặt trong thực đơn tại nhiều nhà hàng châu Á như Trung Quốc, Hàn Quốc và Nhật Bản.



- Điều làm nên danh tiếng của Phở Hòa chính là nước súp đặc trưng của thương hiệu. Thực đơn đa dạng và mang nhiều hương vị nhưng không quá cầu kỳ giúp bạn dễ dàng học hỏi và vận hành mà không mất quá nhiều thời gian. Cũng vì lý do này, Phở Hòa đã thành công tại nhiều nơi ngoài nước Mỹ, rất phổ biến ở Canada, và đã có mặt tại Hàn Quốc và Philippines.
- Khi đầu tư vào thương hiệu Phở Hòa, bạn có thể kỳ vọng vào hiệu quả kinh doanh của thương hiệu. Với sản phẩm đã được chứng minh theo thời gian, yếu tố cơ bản tiếp theo dẫn lối thành công chính là chi phí đầu tư thấp, quy trình nhượng quyền dễ dàng, và chi phí quản lý thấp. Trong khâu vận hành, các khóa đào tạo ngắn hạn giúp quy trình tuyển dụng dễ dàng hơn. Việc thiết kế bếp đơn giản nên chi phí đầu tư thấp và thời gian chuẩn bị ngắn.
- Mang lại giá trị cho khách hàng là cốt lõi giá trị thương hiệu của chúng tôi. Trong bối cảnh cạnh tranh kinh tế trên khắp thế giới, số tiền khách hàng dành cho ẩm thực bị chi phối bởi giá cả, giá trị và chất lượng. Thực đơn tại Phở Hòa được tạo nên từ 3 yếu tố trên. Chuẩn bị đơn giản, tận dụng nguồn nguyên liệu tươi ngon có sẵn tại địa phương tạo nên giá trị và chất lượng. Với 1 bữa ăn dưới 5 USD, thực khách có thể thưởng thức những món ăn được chuẩn bị chu đáo, tốt cho sức khỏe vào bất kỳ lúc nào trong ngày. Phở Việt Nam có thể được thưởng thức vào buổi sáng, ăn nhẹ giữa buổi, ăn trưa, ăn tối và thậm chí ăn khuya. Điều này tạo ra tiềm năng kinh doanh đáng kể cho Phở Hòa.



Hỗ trợ

- Thiết kế bếp và hỗ trợ danh sách trang thiết bị

Đào tạo:

- Đào tạo cơ bản bao gồm 40 giờ đào tạo tại lớp và 104 giờ thực hành. Khóa đào tạo cơ bản kéo dài 3 tuần, 6 ngày 1 tuần, bao gồm đào tạo về hành chính, bếp và điều hành nhà hàng.
- Hỗ trợ đào tạo 7 ngày trước khi khai trương.

Lợi thế kinh doanh:

- Vốn đầu tư nhượng quyền thấp
- Chi phí điều hành thấp
- Quy trình nhượng quyền và chuẩn bị nhanh
- Quy trình sản xuất đơn giản
- Yêu cầu trang thiết bị nhà bếp đơn giản

Hồ sơ đối tác

- Cá nhân/công ty có đam mê về lĩnh vực ẩm thực toàn cầu.
- Không yêu cầu kinh nghiệm về ẩm thực nhưng nếu có sẽ được ưu tiên
- Có quan hệ để chọn lựa địa điểm thích hợp.
- Có lịch sử kinh doanh hiện tại tốt.

