



Informationen zum
Franchise-Konzept



Geschäftsführer Roji
Hoang Minh Tuan Nguyen

FOUNDER

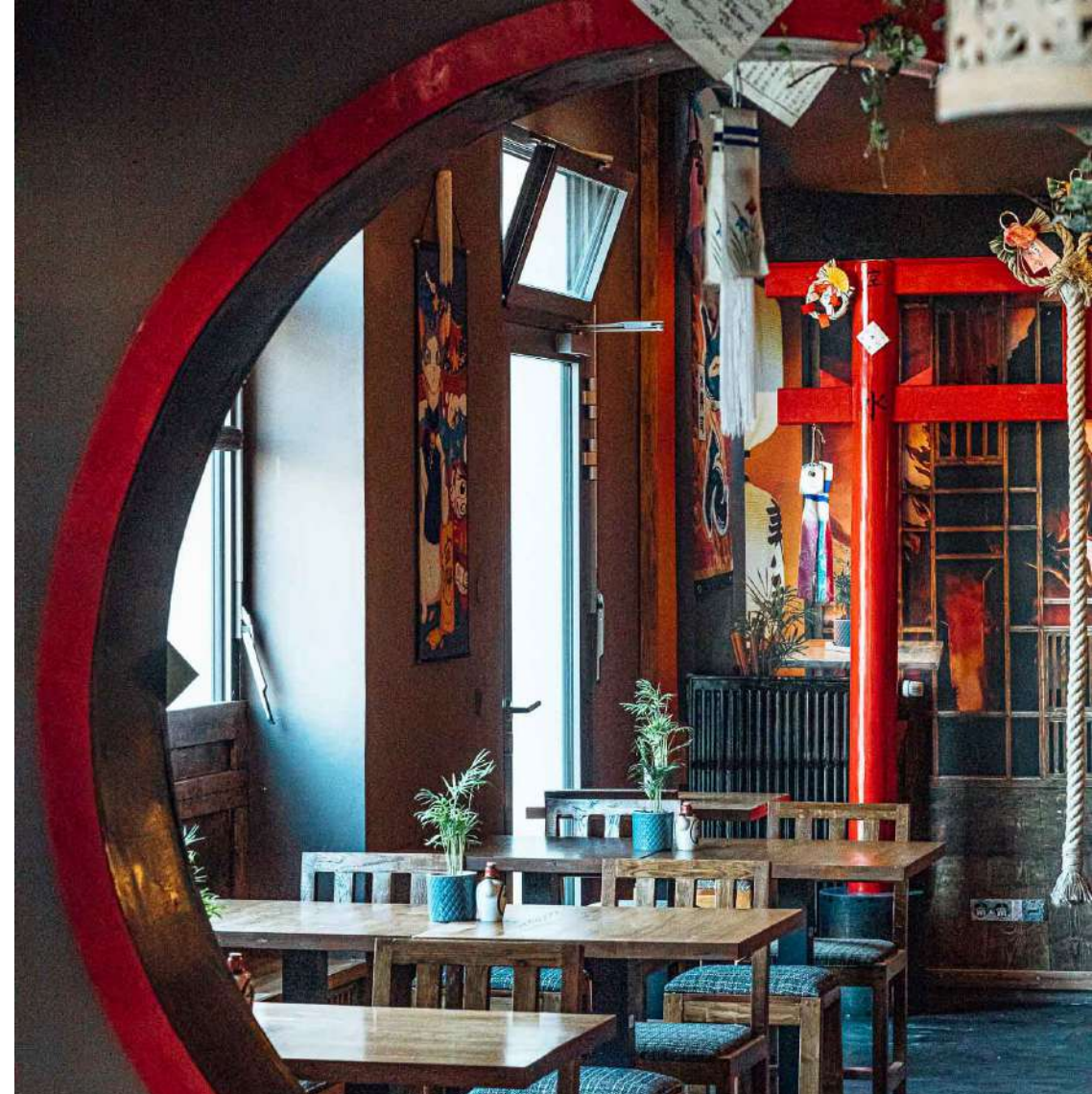
„Mit der Marke Roji wird ein Erlebnis im japanisch zeremoniellen und urban Stil geschöpft. Das Essen wird zu einem erlebnisreichen Genuss“

Minh kennzeichnet sich durch seine Liebe fürs Detail, sein Gespür für die Umsetzung in Perfektion und seiner erfinderischen Kreativität. Er wuchs in einer Gastronomiefamilie auf und war schon in seinen jungen Jahren mit Unternehmertum und den Abläufen im Restaurantbetrieben gut vertraut. Um seinen Ideen freien Raum zu schaffen, kreierte er die Marke Roji, welche nach kurzer Zeit zum riesigen Erfolg wurde. Roji fand schon in mehreren Verlagen wie der Berliner Morgenpost, der ahgz und dem Sushi Magazin „SUSHIROLLE“ Erwähnung.

UNSERE PHILOSOPHIE

Roji ins Deutsche übersetzt bedeutet „Taubedeckter Boden“ und ist als „der Weg zu [...]“ interpretieren. Roji beschreibt zweierlei Parallelen: „Taste of Japan“ und „Godai No Sekai“. Das Sinnbild „Taste of Japan“ umfasst den Anfang eines bodenständigen und bescheidenen Lebens und bildet das Gegenstück zum Ausdruck „Godai No Sekai“, welche eine Vollkommenheit der Welt als Ziel und die Vereinigung der fünf Elemente darstellt. Das Roji vollführt aus metaphorischer Sicht den Beginn einer Reise zum Lebenserfolg und wird über das Torii-Tor miteinander verbunden.

In gastronomischer Hinsicht verfolgt Roji die Vision dem Kunden durch Authentizität, Kreativität und Finesse ein lebendiges aber auch melodisches Gefühl zu vermitteln. Das Speisen wird hier nicht nur zu bloßer Nahrungsaufnahme, sondern zu einem anhaltenden Erlebnis, geprägt von Freude, Harmonie, Wohlbefinden und optischer Ästhetik, wodurch Kunden in eine Oase der Ruhe und der inneren Balance versetzt werden.



„TASTE OF JAPAN“ & „GODAI NO SEKAI“
– das Herzstück Rojis



AMBIENTE UND INTERIOR DESIGN

„Eine Ausgewogenheit aus Bodenständigkeit und Edelmut“

Das Roji Konzept umfasst die Vision, die japanische Kulinarik, das Gefühl des kunstvollen Essens und das Erlebnis der japanischen Tradition den Kunden näher zu bringen.

Das Interior Design ist eine ausgewogene Kombination aus sowohl bodenständigen und edlen Stil. Mit japanischen und authentischen Komponenten wird eine aus der Zeit der Kyoto Dynastie die japanische Tradition verwirklicht. Das japanische Flair wird durch gesetzte Farbakzente, wie Rot und Schwarz, sowie der Einsatz von Holzoptik, Papiertrennwänden und Beleuchtungen eine zureichende japanische Atmosphäre hergestellt. Andererseits wird auf Wiedererkennungsmerkmalen großen Wert gelegt, sodass der Kyoto Stil mit Kunstwerken und Mobiliar dekorativ ergänzt wird. Zudem wird der traditionelle Kyoto Stil mit modernen Merkmalen im japanisch-urbanem Stil gekreuzt, um dem heutigen Trend des Urban-Lifestyles gerecht zu werden.

Das Ambiente von Roji setzt sich aus zwei Hauptstilen zusammen: „Taste of Japan“ und „Godai No sekai“, welches das Alpha und das Omega – das Herzstück Rojis darstellen.

KYOTO - & JAPANESE URBAN-STYLE



Der Kyoto Stil wird von der damaligen Hauptstadt Japans Kyoto abgeleitet und ist eines der bedeutendsten Städte der japanischen Geschichte und Kultur. Mit ihren zahlreichen Bauwerken, wie Tempeln, Schreine, Palästen und Parkanlagen gelten diese Sehenswürdigkeiten in Kyoto aus historischen Gründen als materielles Weltkulturerbe Japans. So ist die Vision Rojis die über die Jahrtausende hinweg geprägten japanischen Traditionen und ihrem starken zeremoniellen Charakter in

das Ambiente mit einfließen zu lassen, um neben dem köstlichen Essen auch mit japanischer Authentizität zu überzeugen.

Die dekorative Gestaltung setzt sich beispielsweise aus japanischen Blütenkirschbäumen, Ahornblättern, diversen Laternenstile, Sake Fässern, Windspielglocken, Ema, traditionellen japanischen Schirmen und Miniaturpagoden zusammen. Durch die roten und schwarzen Farbakzente an Säulen, japanischen Treppengeländer, Brücken und klassischen Ziegeldächer in der Innenarchitektur wird die Kyoto Dynastie wieder ins Leben gerufen.

Auch der japanische Urban Stil fließt punktuell durch moderne Street-Art Kunstwerke und kreativen Designs, wie das Gästebuch in Form von Ema und der von

der Decke hängenden japanischen „Irori“ Kanne in das traditionelle Ambiente mit ein. Diese Kreuzung resultiert in eine vereinte authentische Gesamtheit und lässt den Kunden die Kulinarik Japans verspüren und erzeugt bei diesem die Erkenntnis von innerer Ruhe und Balance.





TASTE OF JAPAN

„Japanische Bodenständigkeit und Gemüt“

„Taste of Japan“ misst sich mit der Altstadt Edo, dem heutigen Tokio und vereint unkomplizierte und dekorative Stile zu einem außergewöhnlichen authentischen Gefühlserlebnis. In Hinblick auf die metaphorische Vision steht „Taste of Japan“ für den Beginn einer Reise und einem bescheidenen Leben.

Die Innenarchitektur des „Taste of Japan“ verfolgt einen gemütlichen und bodenständigen Grundsatz, wobei der Aspekt der Bodenständigkeit durch eine bedachte Einfachheit und einer ausgewogenen japanischen Kyoto-Dekoration, wie beispielsweise durch integrierten Tee Zeremonien – der von der Decke hängenden „Irori“ Teekanne –, garantiert wird. Das japanische Gemüt wird durch ein Flair des bekannten japanischen Teegartens verwirklicht. Hier versetzt sich der Kunde in eine harmonische Abgeschlossenheit und lässt sich von der bezaubernden Oase der Ruhe und inneren Balance treiben.



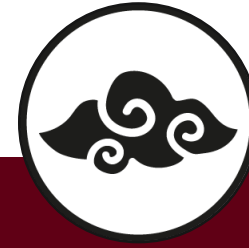
FEUER



WASSER



ERDE



LUFT



LEERE

GODAI NO SEKAI

„Vollendete Perfektion in japanischem Edelmüt“

„Godai No Sekai“ steht für die vollendete Welt, die zu den fünf treuen Elementen führt und stellt die Vollkommenheit und Balance des Lebens dar. Im metaphorischen Sinne zeigt das „Godai No Sekai“ zum Ziel einer Reise, dem Lebenserfolg und bildet das Gegenstück zum „Taste of Japan“, welcher den Anfang symbolisiert. Das japanische rote „Torii“-Tor vereint sinnbildlich beide Metaphern und wird in der Inneneinrichtung miteingebunden. Die fünf Elemente der Vollkommenheit spiegeln sich in der Innenarchitektur konstruktiv wider, sodass jedem Element in jedem Raum eine Extravaganz und Aufmerksamkeit gewährt ist.

ELEMENTS OF ROJI

FEUER

Feuer symbolisiert bewegte Kraft und Leidenschaft. Die Farbwahl fällt auf Rot, wodurch farblich kenntlich wird, dass Dynamik und Passion dahinterstehen. Integrierte rote japanische Laternen, die mit japanischen Schriftzeichen verziert sind, suggerieren nicht nur die Dynamik des Feuers, sondern auch die Tradition Japan.



WASSER

Wasser steht für fließende Übergänge und ist bedeutend für Variables und Fließendes, wie Flüsse und Seen, sowie die zur Sonne wachsenden Pflanzen. Wasser ist Teil des Essenziellen – der Oase der Ruhe und inneren Balance. Die Farbwahl fällt auf Blau. Durch Kunstwerke, die Brunnen und Wasserwellen (z.B. mit Tapeten und Dekorationen) visualisieren, wird der Aspekt des Wassers dem Kunden nähergebracht.



ERDE

Das Element Erde steht für solide formstabile Objekte wie Steine und Gebirge. Mit Tönen wie Grau und Braun wird Erde dargestellt. Das traditionelle „Tatami“, sprich das Sitzen auf dem Boden, verdeutlicht zunehmend den Aspekt der Erde und ist ein Wiedererkennungsmerkmal der japanischen Tradition aus der Kyoto Dynastie. Für die dekorative Gestaltung werden Steingarten und gestalterische Steinlaternen eingesetzt.



ELEMENTS OF ROJI

LUFT

Das Element Luft steht für eine grenzenlose Kreativität, denn hier zeigen sich die wachsende, freiheitsliebende Lernfähigkeit und der Erfahrungsgewinn. Mit dekorativen Windspielglocken, japanisch-antiken Schirmen und kreativen Gästebucheinträgen in Form von „Ema“ wird das Zusammenspiel der grenzenlosen Kreativität verdeutlicht.



LEERE

Im Element Leere sind Geist, reine Energie sowie kraftvolle Stille vereint und verdeutlichen die innere Ruhe und den Weg zur Vollendung. Diese werden im Einklang mit Tee-Zeremonien, wie der hängenden „Irori“ Kanne, und harmonischen japanischen Gärten zum Ausdruck gebracht.



UNSERE PRODUKTE

„Kreativität, Kunst, Kult und handwerkliches Können“



Nicht nur die japanische Authentizität in Form von Ambiente, sondern auch die Kochkunst hat einen hohen Stellenwert in Japan. In kulinarischer Hinsicht ist das Speisen für Japaner mehr als bloße Nahrungsaufnahme, sondern mehr eine Lebensphilosophie, die größte Freude des Lebens und zugleich eine Kunst. Dies verfolgt dem Prinzip des Zusammenwirkens aus traditionellem Ritual und einer in der Balance gehaltenen optischen und

geschmacklichen Ästhetik. Diese philosophische Kochkunst kennzeichnet Rojis Küche, um der japanischen Küche gerecht zu werden.

Der Fokus von Roji liegt hierbei auf die japanische Spezialität: dem Sushi. Sushi steht auf Japanisch “寿司“ für „sauer schmeckend“ und weist auf den Geschmack des traditionellen Rezeptes hin – dem konservierten Süßwasserfisch, welcher seinen Ursprung in Südostasien hatte und von Japanern zu Beginn des 18. Jahrhunderts weiterentwickelt wurde. Die moderne Form des Sushis, wie wir es heute kennen, entstand im damaligen Edo, dem heutigen Tokio. Ursprünglich wurde der teure Meeresfisch am Hafen mit Reis angeboten.

Bis zum frühen 20. Jahrhundert wurde die Entwicklung des modernen Sushis angestoßen, dennoch werden auch heute noch in der japanischen Küche neue Varianten des Sushis kreiert.

Sushi entwickelte sich mit der Zeit zu einer Spezialität und Beliebtheit. Schon längst ist die Beliebtheit von Sushi im kompletten asiatischen Raum und auf dem europäischen und amerikanischen Festland übergegangen.



UNSERE PRODUKTE

„Stets frisch, schmackhaft und vor allem gesund“



Roji verfolgt die Vision Gerichte, insbesondere Sushi, zu kreieren, welche ein erlebnisreiches Abenteuer schafft und dem Gast mit Finesse, Kreativität und gehobener Fusion Küche aus Eigenkreationen im Roji Stil überzeugt. Dem Gast wird demnach eine raffinierte Kombination aus Molekular-Küche und innovativen Geschmackskombinationen

angeboten. Insbesondere die fünf treuen Elemente des „Godai No Sekai“ werden in Form von Sushi sowie mit bedachtem Einsatz von dekorativen Komponenten zum Ausdruck gebracht. Mit der 3-Dimensionalen Präsentation der Speisen wird das Esserlebnis garantiert und ein Gemeinschaftsgefühl kreiert. Neben den vielfältigen klassischen Sushi-Kreationen bietet Roji ebenso neuartige Tapas-Sushi, wie beispielsweise „Love on the boat“, eine



Liebesaffäre auf einem Avocado Schiffchen, und eine Bandbreite von vielfältigen Asian Fusion Gerichten an. Mit hausgemachtem klassischen Sushi bis hin zu Roji-moderninterpretierten Kreationen stellt Roji eine optische und geschmackliche Ästhetik sicher. Das Sushi wird immer frisch zubereitet und in höchster Qualität serviert.



UNIQUE SELLING PROPOSITION

Die Einzigartigkeit Rojis und was es von anderen japanischen Restaurants unterscheidet, sind die Sushi-Eigenkreationen und die unverwechselbare ästhetische 3-Dimensionale Präsentation der Gerichte. Der Gast darf sich bei dem Anblick der optischen und geschmacklichen Ästhetik aus vollendeter Kombination klassischer japanischer Küche und moderner Eigenkreation erfreuen. Im Roji erhält der Gast mehr als nur Essen: Der Restaurantbesuch wird zu einem anhaltenden Erlebnis, geprägt von Freude, Harmonie und Wohlbefinden.

Um dieses Alleinstellungsmerkmal vor Nachahmung zu schützen, hat der Gründer Minh seine Marke Roji mit Patenten und Copyright geschützt. Beispielsweise sind Logo, teile des Interior Designs und sogar Gerichte wie Salmon Rose®, Amazing Friendship® und Tuna Rose® im Patentamt eingetragen. Sie profitieren mit unserer Franchise-Lizenz also nicht nur von unserem Know-how und einem weiten Netzwerk, sondern auch von juristisch geschützten Produkten, welches einen sicheren Markteintritt ohne Konkurrenz gewährleistet.



ROJI – DAS ANGEBOT

SPEISEKARTE

GETRÄNKE



Das Roji-Konzept beinhaltet eine Reihe von hausgemachten Erfrischungs- oder Heißgetränken.

VORSPEISEN



Als Starter des Restaurantsgangs sorgen eine Vielzahl von liebevoll zugerichteten Vorspeisen.

ROJI TAPAS



Ein breites Angebot von Tapas runden das Menü ab. Hierunter sind auch diverse patentierte Spezialitäten.

ROJI PLATTEN



Das High-Light des Restaurantsbesuchs sind die Roji-Platten. Auch diese sind mit einem Copyright geschützt.

MARKTANALYSE

Ein Report von Statista zeigt auf, dass 25% der Befragten japanisches Sushi mögen und 13% sogar regelmäßig essen. Die japanische Küche macht jedoch erst 2,4% am deutschen Markt aus, so laut der Studie "Dining Out as Cultural Trade" von Prof. Joel Waldfogel. Hier steht also noch hohes Entwicklungspotential zur Verfügung. Gerade in den letzten Jahren war ein rasantes Wachstum zu verzeichnen.

Das Roji Konzept zielt vor allem auf Feinschmecker, die Interesse an authentisches japanisches Essen – insbesondere Sushi – haben. Diese Zielgruppe sind meist junge Erwachsene im Alter von 20 bis 39 Jahre, welches gemäß Statista etwa 25% der gesamten deutschen Bevölkerung entspricht. Daneben werden auch zusätzlich Personen im Alter von 40 bis 59 Jahre angesprochen, die der größte Teil der deutschen Einwohner mit weiteren 28% ausmachen.

Um eine bessere Marktübersicht zu erhalten werden im Folgenden die sechs Großregionen Deutschlands unterschieden, da die Voraussetzungen für Ihr Franchise-Restaurant sich von Ort zu Ort unterscheiden können. Diese gliedern sich in die rechts abgebildete Regionen auf.

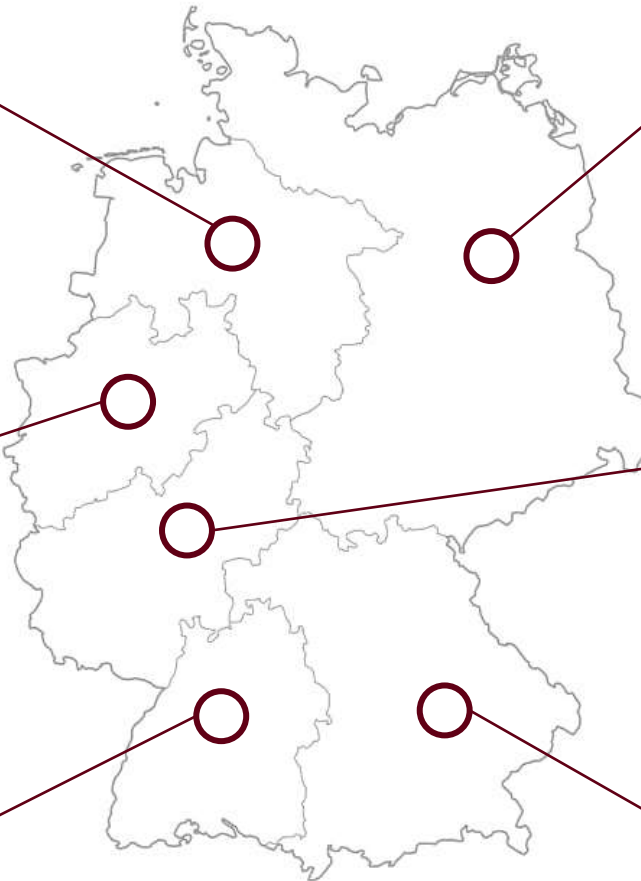


MARKTANALYSE

REGION NORD	
Einwohner	8,664 Mio.
Fläche	48.129 m ²
Größte Städte	Bremen, Hannover
Durchschnittlicher Preis	8 € - 12 € pro Hauptgericht*
Beschäftigungsquote	89,77%
BIP pro Kopf	43.949 €
Stadt mit höchsten BIP	Hannover
Kaufkraft pro Einwohner	22.367 €

NORDRHEIN-WESTFALEN	
Einwohnerzahl	17,93 Mio.
Fläche	34.112 m ²
Größte Städte	Köln, Düsseldorf, Dortmund
Durchschnittlicher Preis	7 € - 15 € pro Hauptgericht*
Beschäftigungsquote	82,72%
BIP pro Kopf	39.678 €
Stadt mit höchsten BIP	Köln
Kaufkraft pro Einwohner	23.445 €

BADEN-WÜRTTEMBERG	
Einwohnerzahl	11,07 Mio.
Fläche	35.748 m ²
Größte Städte	Stuttgart
Durchschnittlicher Preis	8 € - 15 € pro Hauptgericht*
Beschäftigungsquote	87,83%
BIP pro Kopf	47.290 €
Stadt mit höchsten BIP	Stuttgart
Kaufkraft pro Einwohner	25.792 €



REGION OST	
Einwohner	20,948 Mio.
Fläche	125.505 m ²
Größte Städte	Berlin, Hamburg, Leipzig
Durchschnittlicher Preis	7 € - 16 € pro Hauptgericht*
Beschäftigungsquote	81,69%
BIP pro Kopf	36.356 €
Stadt mit höchsten BIP	Berlin
Kaufkraft pro Einwohner	21.729 €

REGION MITTE	
Einwohner	11,341 Mio.
Fläche	43.545 m ²
Größte Städte	Frankfurt am Main
Durchschnittlicher Preis	6 € - 20 € pro Hauptgericht*
Beschäftigungsquote	82,88%
BIP pro Kopf	43.054 €
Stadt mit höchsten BIP	Frankfurt am Main
Kaufkraft pro Einwohner	23.524 €

BAYERN	
Einwohnerzahl	13,08 Mio.
Fläche	70.542 m ²
Größte Städte	München, Nürnberg
Durchschnittlicher Preis	9 € - 25 € pro Hauptgericht*
Beschäftigungsquote	89,46%
BIP pro Kopf	48.323 €
Stadt mit höchsten BIP	München
Kaufkraft pro Einwohner	25.982 €

*Gemäß Prices Hikersbay

WETTBEWERBSBESCHREIBUNG

Stadt	Region	Bundesland	Restaurants	Restaurant Dichte pro 1.000 Einwohner	Japanische Restaurants
München	Bayern	Bayern	3.873	2,66	115
Stuttgart	Baden-Württemberg	Baden-Württemberg	2.265	3,58	37
Wiesbaden	Mitte	Hessen	642	2,30	16
Mainz		Rheinland-Pfalz	678	3,18	11
Saarbrücken		Saarland	553	3,06	15
Düsseldorf	Nordrhein-Westfalen	Nordrhein-Westfalen	2.542	4,15	72
Bremen	Nord	Bremen	814	1,44	14
Hannover		Niedersachsen	1.289	2,40	20
Berlin	Ost	Berlin	7.615	2,05	234
Potsdam		Brandenburg	376	2,19	4
Dresden		Sachsen	933	1,71	21
Hamburg		Hamburg	3.631	1,99	94
Kiel		Schleswig-Holstein	380	1,54	6
Erfurt		Thüringen	246	1,15	4
Schwerin		Mecklenburg-Vorpommern	143	1,49	3
Magdeburg		Sachsen-Anhalt	256	1,71	11

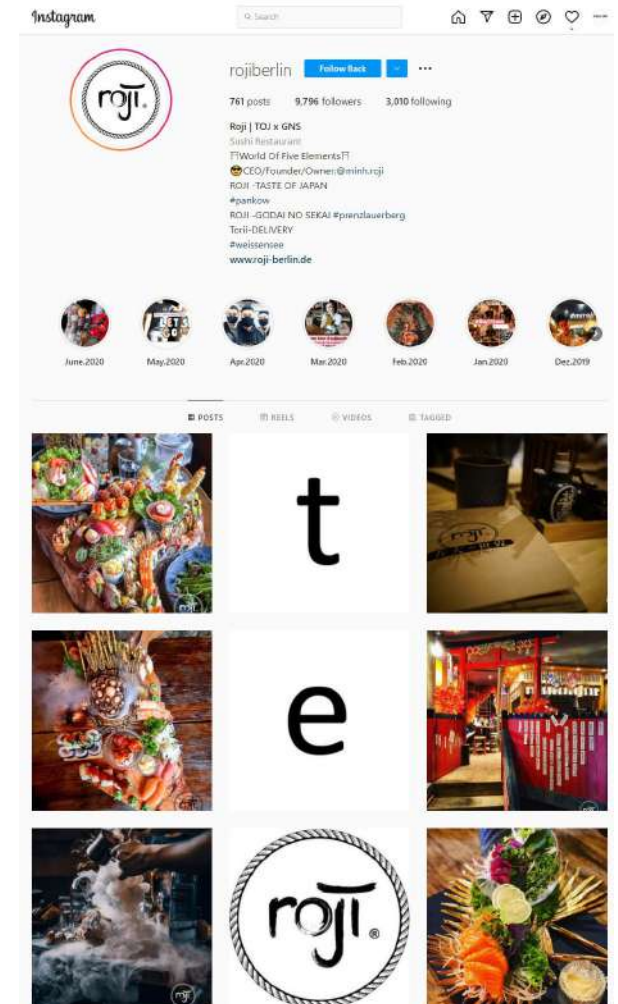
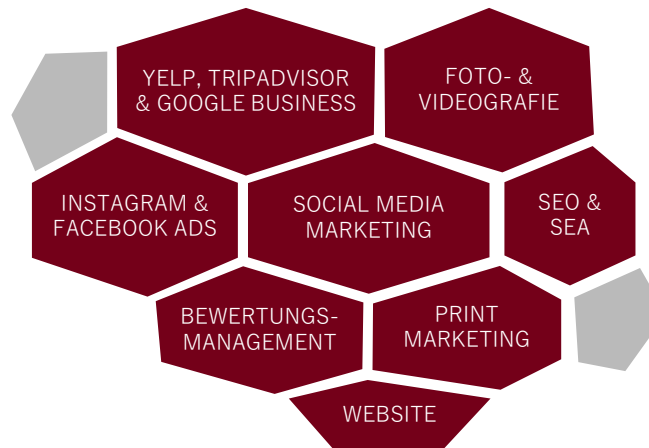
Quelle: GIP (Gastroinfoportal)

Grundsätzlich lässt sich das Roji-Konzept in den meisten Regionen Deutschlands umsetzen. Hierbei können aufgrund regionaler Unterschiede Differenzen für Ihr Franchise-Restaurant entstehen. Die aufgeführte Tabelle zeigt auf, wie sich verschiedene Städte in den sechs Großregionen Deutschlands hinsichtlich der Restaurant-Mitbewerbern unterscheiden. Lassen Sie sich von uns beraten und wir verhelfen Ihnen zu Ihrer erfolgreichen Restauranteröffnung. Profitieren Sie mit dem Roji-Franchise von einem bereits etablierten und stimmigen Konzept, welches an zwei Standorten in Berlin erfolgreich betrieben wird. Sie erhalten vom Roji-Team umfassende Unterstützung, damit ein einfacher und schneller Markteintritt gewährleistet ist.

MARKTING UND VERTRIEB

Aufgrund der Expertise unseres Partners TCG Web & Marketing ist das Marketing Ihrer Restauranteröffnung in sicheren Händen. Je nach persönlicher Situation wird nach intensiver Beratung ein Marketingplan aufgestellt, um die Reichweite Ihres Lokals zu maximieren. Schon vor Eröffnung wird hier auf eine gut vorbereitete Pre-Opening Marketingkampagne und einem Big Opening gesetzt. Während des Betriebs sorgen Social-Media-Marketing, Bewertungsmanagement, professionelle Fotografie, sowie Instagram und Facebook Ads dafür, dass Ihr Restaurant in kurzer Zeit eine hohe Bekanntheit in Ihrem Gebiet erlangt. Alle Marketingdienstleistungen erhalten Sie hier in einer Hand, wodurch Sie Zeit sparen und von einem breiten Netzwerk profitieren.

TGC Web & Marketing betreut derzeit 60 aktive Kunden und ist unser zuverlässigster und kompetentester Partner bei allen Themen rund um das Restaurantmarketing. Sie können je nach Anforderungen und Budget Ihr individuelles Marketingpaket zusammenstellen lassen und mit uns gemeinsam eine Marketingstrategie entwickeln, um den bestmöglichen Erfolg für Ihr neues Restaurant zu schaffen.



DIE PARTNERSCHAFT MIT ROJI

VORTEILE MIT EINER ROJI-PARTNERSCHAFT



Das Roji-Konzept ermöglicht nicht nur einen raschen Markteintritt durch ein bereits etabliertes und stimmiges Konzept, sondern bietet auch noch weitere Vorteile, sodass Sie sich vor Ort nur auf Ihre Kernkompetenzen, den Kundenkontakt, konzentrieren müssen.

- Etablierte und ausgereifte Geschäftsidee
- Erprobte Rezepte und einfache Arbeitsabläufe
- Professionelles Training
- Umfangreiche Marketingunterstützung
- Marktbekanntheit durch Wachstum
- Intensive Betreuung in der Anfangsphase
- Feedback- und Informationsaustausch

Durch das gesammelte Know-How des Roji-Teams, kann der Einstieg durch die Schulung der Mitarbeitenden erleichtert werden. Fehler können somit vermieden und Arbeitserfahrungen vermittelt werden. So wird ein reibungsloser Start gewährleistet.

DIE PARTNERSCHAFT MIT ROJI

STANDORT- UND LADENANFORDERUNGEN

IDEALE LAGE

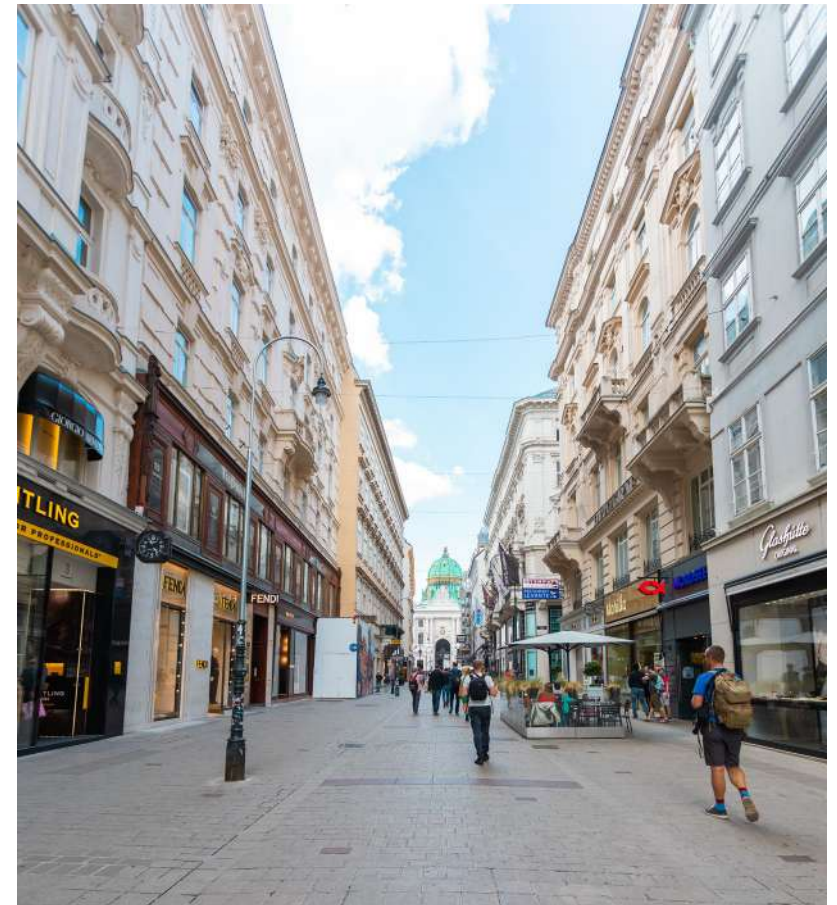
Lagen in einer Innenstadt ab 100.000 Einwohner mit Großstadt-Charakter sowie einer guten Verkehrsanbindung und Fußgängerzone sind für das Roji-Konzept gut geeignet. Dabei werden Ecklagen oder gut sichtbare Laufwegen, hohe und großflächige Glasfront bevorzugt.

LADENFLÄCHE

Die Größe ihres zukünftigen Restaurants sollte je nach persönlichen Anforderungen zwischen 60 m² bis 200 m² betragen.

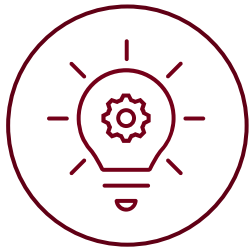
TECHNISCHE ANFORDERUNGEN

Voraussetzungen sind ein Fettabscheider, Küchenabluft, und Gaststättenfähiger Ausbau.



DIE PARTNERSCHAFT MIT ROJI

DAS SOLLTEN SIE ALS PARTNER MITBRINGEN



ENGAGEMENT & LEISTUNGSBEREITSCHAFT

Sie haben stetige Ambition,
Motivation sind Bereit vollen
Einsatz zu zeigen.



EXPERTISE IN DER GASTRONOMIE

Sie bringen kaufmännische
Kenntnisse sowie Erfahrung in der
Gastronomie mit.



ERFAHRUNG IN PERSONALFÜHRUNG

Sie haben bereits Erfahrung
gemacht ein Personal oder ein
Team zu leiten.



KOMMUNIKATIVE ZUSAMMENARBEIT

Sie sind ein Teamplayer und legen
großen Wert auf eine gute
Kommunikation.

DIE PARTNERSCHAFT MIT ROJI

WAS WIR IN UNSERER GEMEINSAMEN PARTNERSCHAFT ANBIETEN

1



ERSTBERATUNG

Nach Erhalt Ihrer Bewerbungsanfrage, laden wir Sie zu einem Erstgespräch ein. Wir stellen Ihnen das Franchisekonzept vor und besprechen Möglichkeiten für eine zukünftige Partnerschaft.

2



UNTERNEHMENSINSPEKTION

Das wird Sie erwarten! Eine Partnerschaft mit ROJI ist eine transparente und faire Zusammenarbeit. Daher wird für Sie die Möglichkeit geboten, erste Berührungspunkte mit der Unternehmung & wertvolle praxisorientierte Einblicke durch die Inspektion zu erlangen.

3



GESCHÄFTSVEREINBARUNG

Gemeinsam erarbeiten wir uns einen gemeinsamen Nenner! Wir begleiten Sie schrittweise dabei Ihre Entscheidungen zutreffen. Es wird mit Ihnen über die Vertragskonditionen sowie über die Partnerschaftsvorteile gesprochen.

DIE PARTNERSCHAFT MIT ROJI

WAS WIR IN UNSERER GEMEINSAMEN PARTNERSCHAFT ANBIETEN

4



SUPPORT & TRAINING

Wir unterstützen Sie von Beginn an und begleiten Sie als Partner auf Augenhöhe! Wir bieten eine professionelle Beratung & Betreuung sowie insbesondere intensive Mitarbeitenden Schulungen an. Hierbei nehmen wir Sie an die Hand, damit eine hohe Qualität für Sie und Ihr Personal gesichert ist.

5



MARKETINGKAMPAGNE

Wir beraten Sie in Sachen Marketing und setzen die von Ihnen ausgewählte Marketingkampagne für Ihr Pre-Opening und Big Opening um. Damit wird Ihnen ein erfolgreicher Auftritt gesichert.

6



OPENING

Wir begleiten Sie bei der Eröffnung Ihres eigenen ROJI Restaurants! Damit dies einwandfrei durchgeführt werden kann, unterstützen wir Sie bei der Einrichtungsplanung, dem Ladenbau und der Storetechnik.

HABEN WIR IHR INTERESSE GEWECKT?

Kontaktieren Sie uns und wir
bieten Ihnen ein unverbindliches
Beratungsgespräch an.



KONTAKT



roji-berlin@email.com



www.roji-berlin.de

