

Xây dựng thực đơn và thương hiệu cho tiệm bánh

Menu là công cụ bán hàng, không phải danh sách món bạn thích làm. Hãy dùng menu để kể câu chuyện của tiệm bạn và khiến khách hàng quay lại, lần sau, lần sau nữa.

1. Thiết kế thực đơn (menu) theo xu hướng

Menu không chỉ là danh sách món. Menu là **“bộ mặt sản phẩm”** giúp khách hàng quyết định mua gì và cũng là cách thể hiện **gu thẩm mỹ, cá tính** và **định vị thương hiệu tiệm bánh** của mình.

a. Cập nhật xu hướng tiêu dùng mới

- Khách hàng ngày nay không chỉ quan tâm bánh có ngon không, mà còn để ý tới:
 - ▶ Bánh có lành mạnh không? (ít đường, ít béo)
 - ▶ Hình thức có đẹp không? (có chụp hình được không?)
 - ▶ Có gì mới lạ không? (bánh theo trend, theo mùa, theo dịp,...)
- Nắm bắt xu hướng ăn uống là cách giúp bạn:
 - ▶ Thiết kế menu hợp thời, dễ bán.
 - ▶ Tạo ra món mới đúng nhu cầu.
 - ▶ Dễ truyền thông, dễ “lên sóng” mạng xã hội.

Làm sao để biết xu hướng mới đang là gì?

Bạn không cần phải học marketing bài bản. Chỉ cần **dành 10-15 phút mỗi ngày để “quan sát đúng chỗ”** là đủ.

Dưới đây là một số kênh hữu ích để theo dõi xu hướng:

- **TikTok:** Tìm hashtag như #bánnhottrend, #homemadebakery, #banhngonmoingay. Xem video nào nhiều lượt xem và nhiều người làm theo.
- **Instagram:** Gõ các hashtag như #vietnamesefoodie, #dessertlover, #bakingfromhome. Quan sát hình ảnh món được yêu thích, màu sắc, kiểu chụp.
- **YouTube:** Tìm “trend bánh 2025”, “bánh homemade đang hot”, hoặc theo dõi các kênh chuyên làm bánh/âm thực.
- **Facebook, hội nhóm nội trợ – handmade – bánh trái:** Quan sát các món được hỏi nhiều, bán nhiều hoặc khách bình luận tích cực.

Lưu ý: Bạn không cần chạy theo tất cả xu hướng, nhưng nên chọn 1-2 xu hướng phù hợp với tiệm để đưa vào thực đơn và truyền thông.

b. Thiết kế menu có điểm nhấn rõ ràng

Một menu hiệu quả không nên quá dài dòng. Thay vào đó, hãy thiết kế theo cấu trúc:

Loại bánh	Vai trò	Số lượng khuyến nghị
Món chủ lực (signature)	Tạo thương hiệu để khách nhớ tới	1-2 món
Món dễ bán (phổ thông)	Bán đều mỗi ngày với giá mềm	3-5 món
Món theo mùa/xu hướng	Tạo mới lạ khi chạy chương trình	1-2 món/tháng



2. Chọn món chủ lực, tạo dấu ấn riêng

Khách hàng sẽ nhớ đến bạn nhờ một **món đặc biệt**, không phải vì bạn bán nhiều món.

a. Vì sao cần món chủ lực?

- Tạo ấn tượng mạnh và tăng khả năng lan truyền.
- Giúp khách “nhớ mặt gọi tên”.
- Tối ưu nguyên liệu và thời gian sản xuất.
- Dễ xây dựng hình ảnh thương hiệu xoay quanh món đó.

b. Cách chọn món chủ lực phù hợp

- Bạn làm món nào **tốt nhất**?
- Khách thường thích món nào nhất?
- Món đó đã phổ biến hay bạn có thể **làm khác biệt**?

Ví dụ thực tế

Một bạn bán bánh bông lan trứng muối vị cay nhẹ, phủ sốt đặc biệt. Nhờ hương vị lạ và bao bì bắt mắt, bạn ấy trở thành “tiệm bánh trứng muối hot nhất khu vực”.

c. Làm sao để món chủ lực nổi bật?

- Đặt tên riêng, dễ nhớ, dễ thương.
- Trang trí đẹp, khác biệt.
- Chụp hình món chủ lực thật “ngon mắt”.
- Giữ chất lượng ổn định mỗi ngày.

3. Định lượng hợp lý, tối ưu lợi nhuận

Làm bánh không khó, nhưng có lãi khi bán mới là chuyện lớn. Việc định lượng nguyên liệu và giá bán hợp lý sẽ giúp bạn tránh các tình huống:

- Bán được nhiều nhưng vẫn lỗ.
- Không biết món nào lãi nhiều, món nào lãi ít.
- Giá nguyên liệu biến động nhưng không biết thay đổi giá như thế nào cho hợp lý.

a. Cách định lượng nguyên liệu

Việc cần làm để định lượng nguyên liệu cho từng chiếc bánh:

- Ghi chi tiết từng nguyên liệu theo gr/ml cho mỗi chiếc bánh.
- Tính chi phí cho từng chiếc bánh: nguyên liệu + bao bì + điện/gas.

Ví dụ: 1 bánh bông lan trứng muối:

- Trứng: 2.000đ
- Bột, sữa: 3.000đ
- Sốt, topping: 4.000đ
- Bao bì: 1.000đ

→ Tổng chi phí: 10.000đ

→ Giá bán hợp lý: 25.000đ (gấp 2.5 lần)

Mẹo

- Bạn có thể ghi lại nguyên liệu của **một mẻ bánh** và tính tổng chi phí nguyên liệu rồi chia cho số lượng thành phẩm.
- Ghi chép nhiều lần rồi tính trung bình cộng.

b. Mẹo tối ưu lợi nhuận

- Làm các món dùng chung nguyên liệu để giảm tồn kho.
- Làm combo 3-4 bánh giá tốt để tăng số lượng bán ra.
- Theo dõi món nào bán chạy nhất để đầu tư nguyên liệu nhiều hơn.

4. Xây dựng thương hiệu: tên, logo, bao bì

Khách hàng ngày nay không chỉ mua bánh ngon mà họ còn mua trải nghiệm, câu chuyện, cảm xúc. Dù bạn chỉ bán tại nhà hay online, việc tạo thương hiệu rõ ràng giúp tiệm trở nên chuyên nghiệp và dễ phát triển hơn.

a. Đặt tên thương hiệu

- Tên tiệm bánh nên:
 - ▶ Ngắn gọn, dễ đọc, dễ nhớ.
 - ▶ Có liên quan đến loại bánh, cảm xúc hoặc cá tính bạn muốn truyền tải.
 - ▶ Tránh dùng tên khó phát âm hoặc dễ trùng với thương hiệu khác.
- *Ví dụ:*
 - ▶ “Tiệm Bánh Bé Nhi” (ấm cúng)
 - ▶ “Tiệm Bánh Mây & Kem” (mềm mại, nữ tính)
 - ▶ “Tiệm bánh Gạo & Gừng” (gợi chất mộc mạc, thiên nhiên)

b. Thiết kế logo và bao bì đơn giản mà tinh tế

- Logo không cần cầu kỳ, chỉ cần rõ ràng, gắn với màu sắc chủ đạo.
- Bao bì nên sạch, đẹp, dễ nhận diện, có thể dán logo/tên tiệm.
- Có thể in kèm thông điệp nhỏ, tag handmade, QR code liên hệ.

Bao bì đẹp giúp khách thích chụp ảnh, muốn chia sẻ và nhớ đến bạn lâu hơn.

c. Giữ phong cách nhất quán

- Từ menu, tên món, hình ảnh đến cách viết trên mạng xã hội, tất cả nên có cùng một phong cách.
- Khi đã chọn một phong cách, hãy thể hiện từ màu sắc tới câu chữ, hình ảnh.
- *Ví dụ:*
 - ▶ Nếu bạn chọn phong cách nhẹ nhàng, tối giản: Chọn màu sắc tông pastel, tông trầm; font chữ thanh mảnh nhẹ nhàng; hình ảnh theo phong cách vintage; văn phong nhẹ nhàng,...

- Nếu chọn tươi vui, dễ thương: Chọn màu sắc tươi sáng; font chữ nhí nhảnh; hình ảnh bắt mắt; văn phong vui vẻ, đáng yêu,...



Menu là nơi bạn “giao tiếp” với khách hàng, hãy chọn phong cách giao tiếp khiến bạn thấy tự tin nhất.

Quản lý nguyên vật liệu làm bánh

Kinh doanh bánh không chỉ là làm ra món ngon – mà còn là quản lý nguyên liệu sao cho **đủ dùng – đúng loại – không hao hụt – không tồn kho quá lâu**.

1. Lập danh sách nguyên liệu phù hợp thực đơn (menu)

Trước khi nhập hàng, bạn cần **lập danh sách nguyên liệu chính xác theo menu mình đang bán**: loại bánh bán chạy, loại bánh mới theo mùa,...

- **Bước 1: Xác định nhóm nguyên liệu chính**

Dựa vào các món trong menu, chia nguyên liệu thành 4 nhóm:

Nhóm	Ví dụ
Nguyên liệu chính	Bột mì, trứng, sữa, đường, whipping cream
Nguyên liệu phụ/trang trí	Hạt, chocolate, mứt, trái cây khô
Gia vị/Chất tạo mùi/vị	Vani, matcha, bột cacao, bột trà xanh
Bao bì – phụ kiện	Hộp bánh, túi nilon, tag, tem nhãn

Gợi ý: Hãy chọn những món bánh **dùng chung nguyên liệu** để giảm chi phí và tồn kho (ví dụ: whipping cream dùng cho su kem, mousse, bánh lạnh,...).

- **Bước 2: Lập bảng định lượng**

Mỗi món nên có **công thức định lượng rõ ràng**, để bạn tính toán lượng nguyên liệu cần dùng mỗi ngày/tuần.



2. Chọn nhà cung cấp chất lượng, giá tốt

Việc chọn nhà cung cấp ảnh hưởng trực tiếp đến **chất lượng bánh, độ an toàn và lợi nhuận** của bạn.

a. Tiêu chí chọn nhà cung cấp tốt

- Nguồn gốc rõ ràng, có chứng từ an toàn vệ sinh (quan trọng).
- Giá ổn định, không tăng giảm bất thường.
- Giao hàng đúng hẹn, đúng số lượng.
- Dễ liên hệ, sẵn sàng hỗ trợ khi có sự cố.

b. Cách tìm nguồn hàng uy tín

- **Chợ đầu mối nguyên liệu:** nên có mối quen và so sánh giá/ chất lượng kỹ trước khi nhập.
- Siêu thị bán sỉ, cửa hàng nguyên liệu làm bánh.
- Trang thương mại điện tử: Shopee, Tiki, các website chuyên (nên chọn shop nhiều lượt mua, đánh giá tốt).
- Hỏi trong các **hội nhóm làm bánh nội trợ** (Facebook, Zalo).

- Đừng ham giá rẻ nhất, hãy chọn ổn định và có thể đồng hành lâu dài.
- Với nguyên liệu nhanh hỏng (sữa, kem tươi, trái cây): ưu tiên chỗ gần – giao nhanh – tủ lạnh đạt chuẩn.

3. Quy trình bảo quản, kiểm kê và hạn chế hao hụt

Quy trình chuẩn:

Nhập kho → Phân loại → Bảo quản → Kiểm kê

a. Bảo quản đúng cách theo nhóm

Loại nguyên liệu	Cách bảo quản
Khô (bột, đường, hạt)	Bột mì, trứng, sữa, đường, whipping cream 
Lạnh (sữa, bơ, kem tươi)	Bảo quản trong tủ mát/tủ đông, dán nhãn tên và hạn sử dụng.  
Trái cây tươi, topping	Bọc kỹ, dùng sớm trong 1-3 ngày. 
Bao bì, phụ kiện	Cất nơi sạch sẽ, không ẩm mốc, dễ kiểm soát số lượng. 

b. Giảm hao hụt nguyên liệu

- Dùng **cân điện tử nhỏ** để đo nguyên liệu chính xác như đường, bột, gelatin,...
- Làm theo công thức có sẵn, hạn chế tự ước lượng. (Ví dụ: 5g gelatin, 100ml sữa tươi,...)
- Ước tính sản lượng mỗi ngày để không làm dư quá nhiều. (Ví dụ: Ngày trong tuần lượng bán ra thấp hơn ngày cuối tuần.)

4. Quản lý xuất – nhập nguyên liệu rõ ràng, hiệu quả

Không cần phần mềm phức tạp, bạn có thể bắt đầu bằng **sổ tay hoặc file Excel** để ghi lại những gì đã nhập, đã dùng.

a. Mẫu bảng theo dõi đơn giản

Ngày	Tên nguyên liệu	Nhập thêm	Đã dùng	Tồn kho	Hạn sử dụng
10/7	Bột mì	10 kg	4kg	6kg	15/6/2026
10/7	Trứng	60 quả	30 quả	30 quả	25/7/2025

- Mỗi cuối ngày/tuần, bạn chỉ cần nhìn bảng này là biết:
 - ▶ Món nào đang bán nhiều (nguyên liệu hao nhanh).
 - ▶ Món nào không xoay vòng nguyên liệu (cần điều chỉnh menu).
 - ▶ Nguyên liệu nào sắp hết hạn (ưu tiên sử dụng).

b. Ai nên làm phần quản lý nguyên liệu?

- Nếu bạn là chủ tiệm kiêm làm bánh: hãy dành 10-15 phút cuối mỗi ngày để cập nhật.
- Nếu có nhân viên: giao hẳn cho 1 người phụ trách, có sổ ghi, kiểm tra định kỳ.

Marketing online/offline – thu hút khách và tạo dấu ấn

Làm bánh ngon chỉ là bước đầu. Làm sao để mới là điều quyết định sự sống còn của tiệm bánh.

1. Chiến dịch khai trương và khuyến mãi

Khai trương là cơ hội vàng để bạn “ra mắt” khách hàng. Bạn nên chuẩn bị cho một “chiến dịch Marketing bùng nổ” theo 3 giai đoạn dưới đây.

Bạn có thể tùy chọn hoạt động trong từng giai đoạn phù hợp với khả năng về công nghệ hay chỉ các hoạt động offline.

Giai đoạn 1. Trước khai trương	• Đăng teaser trên Facebook/Instagram: “Sắp có tiệm bánh xinh xinh tại XYZ!”. • Gắn/phát poster nhỏ quanh khu phố (siêu thị mini, tiệm tạp hóa, quán cà phê).
Giai đoạn 2. Trong tuần khai trương	• Tặng bánh ăn thử miễn phí (mini size) cho 100 người đầu tiên. • Chương trình “Mua 2 tặng 1” hoặc “Giảm 20% toàn bộ menu”. • In mã QR kèm khuyến mãi để khách quét theo dõi fanpage.
Giai đoạn 3. Sau khai trương	• Gửi lời cảm ơn đến khách đến ủng hộ (tin nhắn/fanpage). • Hỏi phản hồi và xin review từ những khách đầu tiên.

2. Quảng bá offline (tờ rơi, biển hiệu, sự kiện)

Dù bán online hay trực tiếp, việc quảng bá trực tiếp vẫn **rất quan trọng**, nhất là với tiệm bánh truyền thống hoặc có mặt bằng.

Các hình thức quảng bá offline bạn nên triển khai:

Biển hiệu và mặt tiền	• Làm bảng hiệu đơn giản, dễ nhìn, nổi bật món chủ lực. • Trang trí mặt tiền dễ thương để khách chụp ảnh, check-in.	
Tờ rơi và sticker	• Thiết kế tờ rơi nhỏ, in menu + địa chỉ + mã QR đặt hàng. • Gắn ở cửa phòng trọ, văn phòng, quán cà phê quanh khu vực.	
Sự kiện mini	• Mời bạn bè, hàng xóm, khách hàng đầu tiên tới dự “buổi nếm thử”. • Làm minigame tặng bánh miễn phí trên Facebook. • Tổ chức workshop, tiệc trà ra mắt sản phẩm mới,...	



3. Marketing truyền miệng và dịch vụ khách hàng tốt

Khách hài lòng = khách quay lại = khách giới thiệu bạn bè.

Những hoạt động dễ thực hiện rất “được lòng” khách mà bạn nên làm:

Dịch vụ thân thiện, gần gũi	• Nhắn tin xác nhận đơn hàng nhẹ nhàng (nếu bán hàng online). • Tặng thiệp cảm ơn nhỏ viết tay trong hộp bánh. • Chủ động hỏi cảm nhận sau khi khách dùng (nếu khách ăn tại quán).
Chăm sóc khách cũ	• Tặng quà sinh nhật nhỏ (voucher, bánh mini). • Giảm giá 10% đơn hàng lần 2-3. • Gọi tên khách thân quen, cá nhân hóa thông điệp trên fanpage: “Chiếc bánh sinh nhật dễ thương dành riêng cho chị Mai, chúc chị sinh nhật vui vẻ!”.
Tận dụng lời khen	• Chụp màn hình review tốt → đăng lại trên fanpage. • Làm bảng “Khách hàng dễ thương nói gì về Mây Bánh?” - dán trong quán.

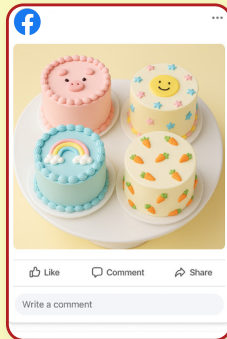
4. Xây dựng và quản lý Facebook, TikTok thu hút tương tác

Kênh online là “mặt tiền thứ hai” của tiệm. Nếu bạn biết sử dụng một số công cụ quay chụp đơn giản thì nên tận dụng!

→ Không cần phải giỏi công nghệ, chỉ cần có nội dung **chân thật, vui tươi, gần gũi**.

Bạn có thể chọn một số kênh mạng xã hội như:

Facebook



- Đăng đều: 1-2 bài/ngày (ảnh bánh, hậu trường, feedback, minigame).
- Ghim bài giới thiệu tiệm, menu, giờ mở cửa.
- Hãy dùng ảnh thật, chụp bằng điện thoại cũng được miễn là **sáng rõ, chân thực**.

TikTok



- Làm video ngắn: cảnh cắt bánh, bơ chảy, phô mai kéo sợi.
- Chia sẻ “Một ngày làm bánh như thế nào?”, “Behind the scene tiệm nhỏ”.
- Gắn nhạc trend và hashtag: #banhngonmoingay #tiembanhonline #reviewtiembanh

Instagram, Threads



- Đây là những kênh rất thu hút các bạn trẻ, dễ viral.
- Instagram ưu tiên hình ảnh đẹp, video đăng dạng reels, chèn được nhiều hashtag.
- Threads ưu tiên nội dung cá nhân hóa, có thể tạo nội dung trong các chủ đề (topic) được thảo luận nhiều.

5. Quảng bá thương hiệu qua KOL/influencer địa phương

Mời người nổi tiếng thử bánh là cách tăng độ tin cậy rất nhanh – nếu chọn đúng người.

Hãy chọn một trong các hình thức phù hợp với khả năng của bạn ở dưới đây:

a. Chọn KOL/reviewer phù hợp	b. Quảng bá trong các hội nhóm địa phương
Nếu bạn ở các thành phố lớn và đối tượng khách hàng tiềm năng của bạn thuộc nhóm khách hàng trẻ trung thường xuyên dùng mạng xã hội, việc tìm kiếm các KOL/reviewer sẽ giúp quán của bạn được biết đến nhanh chóng hơn. • Hãy Kênh có từ 2.000-10.000 lượt theo dõi trở lên là đủ (micro-KOL). • Thường xuyên review món ăn có phong cách tương đồng sản phẩm của bạn. Bạn có thể đổi sản phẩm lấy feedback hoặc video review/bài đăng trên mạng xã hội, hoặc trả phí tùy theo ngân sách của bạn	Nếu bạn mở quán ở các tỉnh lẻ, việc tiếp cận đến các hội nhóm địa phương sẽ phát huy tác dụng hơn • Hội phụ nữ phường/xã. • Hội phụ huynh/giáo viên các trường mầm non, tiểu học,... • Các doanh nghiệp nhỏ tại địa phương. Bạn có thể làm quen và giới thiệu về sản phẩm của mình, đồng thời có các ưu đãi đặc biệt để duy trì mối quan hệ lâu dài, đồng thời thông qua các kênh này để tăng số lượng người biết đến.



6. Chạy Marketing qua các kênh Social

Dành cho người muốn mở rộng quảng bá có ngân sách nhỏ:

Kênh	Hình thức	Chi phí	Gợi ý
Facebook Ads	Chạy bài giới thiệu tiệm, món mới, ưu đãi	50.000-200.000đ/ngày	Nhắm đến khách trong bán kính 3-5km
Shopee Food/GrabFood	Đăng sản phẩm, khuyến mãi	Miễn phí đăng, chiết khấu theo đơn hàng	Tăng khách đặt online
Zalo OA/Chat Zalo	Gửi tin nhắn đến khách cũ	Miễn phí	Giữ liên hệ, nhắc đặt lại

