

Raport z posiedzeń Rady Programowej Biznesu

Rada Programowa Biznesu w składzie: **Aleksandra Kłaman, Justyna Markiewicz, Kinga Nowakowska, Jakub Pietraszek, Waldemar Skorupka, Tomasz Trela** zebrała się we wrześniu. Obradom przewodniczyła **Justyna Adamczyk**, zaś ich przedmiotem była obecna sytuacja w branży restauracyjnej i hotelarskiej wskazanie obszarów biznesowych, na których warto się skoncentrować w najbliższym czasie. Poniżej prezentujemy skrócone podsumowanie oraz zalecenia wynikające z tego niezwykle esencjonalnego spotkania.

Bieżące obserwacje rynku:

- Zarządzający firmami zauważają istotny odwrót od trendu organizowania w restauracjach spotkań zarówno biznesowych, jak i motywacyjnych dla zespołów. Przyczyną są nie tylko obecne obostrzenia ale także poczucie odpowiedzialności za pracowników oraz kontrahentów biznesowych.
- Trend pracy hybrydowej najprawdopodobniej się utrzyma i spowoduje zmniejszenie się biur, ograniczanie liczby dni spędzanych w siedzibach firm, a co za tym idzie okazji do biznes lunchy.
- Wiele restauracji casualowych ulokowanych w rejonach mieszkalnych przeżywa prawdziwy boom. Odwrotnie ma się sytuacja restauracji wyższej półki zlokalizowanych w centrach miast, zagłębiach biznesowych i rejonach turystycznych. To zjawisko najpewniej się utrzyma.
- Trendem w restauracjach będzie kreatywność i umiejętność budowania wrażeń gości, powodowanie że wyraźnie poczują różnicę pomiędzy przebywaniem w restauracji a konsumpcja tych samych dań dostarczonych do domu.
- Ogromny przyrost rynku delivery, nawet około 30% restauracji w Polsce sprzedaje dania z dowozem. Rynek ten będzie stale, choć stabilniej rósł zagarniając coraz szerszą część rynku i wzbogacając się o koncepty z pogranicza fine dining.
- Znaczący spadek konsumpcji i zwiększenie świadomości wartości wydawanych pieniędzy. Goście będą coraz bardziej świadomi swoich możliwości i oczekiwań.

Wskazówki dla branży:

- Nastąpił fenomenalny przyrost sprzedaży detalicznej produktów spożywczych. Ludzie chcą gotować. To samo dotyczy samodzielnego przygotowywania koktajli i drinków. Pytanie, a zarazem wskazówka: jak restauracja może to wykorzystać?
- Wyraźnie widoczny ubogi kontakt z klientami / gośćmi. Standardy komunikacji z odbiorcami i dbanie o relacje wyraźnie odbiegają od innych branż biznesu

reCOVER

usługowego. Ogromne pole do poprawy i fundament dla budowania stabilnego biznesu.

- Konieczność usprawnienia i profesjonalizacji zarządzania cyframi, w tym danymi finansowymi, informacjami z rynku, danymi o gościach.
- Czas na precyzyjną analizę kosztów, cash flow, opłacalności poszczególnych produktów i linii biznesowych.
- Niezwykle ważne będą własne bazy danych o gościach: kontakty, preferencje, zwyczaje. To może się okazać kluczowe w przyszłości, a obecnie pozwoli na zdystansowanie konkurencji.
- Poprawa wykorzystania lokalu i zasobów ludzkich. Optymalizacja planowania pracy, a także rozważenie zwiększenia czasu użytkowania opłaconego lokalu np. poprzez produkcję diet pudełkowych w godzinach porannych.
- Podwyższona wrażliwość gości na jakość serwisu wymusi rzetelne szkolenie zespołów kelnerskich i przywrócenie roli gospodarza w restauracji. Dbanie o gości i profesjonalnych serwis czyli najpierw SELLING, potem UPSELLING. Kompetencje miękkie są kluczowe dla osiągnięcia twardych efektów.
- Wpisanie się w trend świadomej konsumpcji, dbania o zdrowie i o planetę. Coraz więcej świadomych konsumentów gotowych płacić za lepszy produkt, ekologiczne opakowanie, poczucie przyczynienia się do wspólnej sprawy.

Pozytywne skutki COVID:

- Optymalizacja w wielu dziedzinach: zero waste, bardziej rozsądne śniadania w hotelach, liczenie kosztów w restauracjach.
- Podwyższenie świadomości gości - liczą się z tym co zamawiają, coraz więcej wiedza o produktach i ich wpływie na zdrowie oraz na środowisko.
- Egalitaryzacja. Nie potrzebujemy już białego obrusu i wielogodzinnych setów degustacyjnych.
- Wyczyszczenie rynku - upadek konceptów na miarę „Kulinarnych rewolucji”.
- Zbalansowanie rynku pracy na linii pracodawca-pracownik.
- Poprawa jakości pracy w branży w zakresie komfortu i oczekiwań pracowników. Szanowanie młodych pracowników, odejście od brutalnej hierarchii i zwyczajów ustalonych przez Escoffiera. Następuje zmiana generacyjna.
- Dywersyfikacja przychodów restauracji, poszerzenie źródeł dochodu m.in. o dowozy czy sprzedaż produktów własnych.