

Modul 4, Lekcija 6

Diapozitiv 1 – Strežba in komunikacija z gosti: lekcija 6

Diapozitiv 2 - Lekcija 6: Sistemi povratnih informacij in komunikacija z gosti

Ta lekcija bo zajemala teme povratnih informacij gostov, SWOT analize, priprave ukrepov in protiuukrepov, akcijskega načrta za prehrambene obrate, ocenjevanja ukrepov in kazalnikov količin živilskih odpadkov.

Diapozitiv 3 – Razvoj sistema za povratne informacije in upravljanje pritožb

V tej lekciji se bomo naučili, kako vzpostaviti sistem povratnih informacij, ki spodbuja goste, da komentirajo ponudbo restavracije, kako strokovno obravnavati pritožbe, kako spodbuditi izboljšave in kako povečati zadovoljstvo gostov s pomočjo učinkovitega upravljanja povratnih informacij.

Diapozitiv 4 - Pomen povratnih informacij gostov

Povratne informacije gostov so bistvenega pomena za ustvarjanje strategije za izboljšanje delovanja vaše organizacije in ustvarjanje boljše uporabniške izkušnje ter prispevanje k ciljem trajnosti s preprečevanjem ali zmanjševanjem količine prihodnjih živilskih odpadkov. S poslušanjem mnenj gostov lahko prilagodite izkušnjo v vašem obratu svojim ciljnim skupinam gostov. To bi moralo povečati promet in rast prihodkov, hkrati pa upoštevati prizadevanja za trajnost z zmanjšanjem živilskih odpadkov na vseh točkah procesa proizvodnje in strežbe.

Optimalne odločitve so možne le na podlagi obsežnih in točnih informacij – povratne informacije predstavljajo vhodne podatke, analiza pa je osnova za akcijski načrt z ukrepi za zmanjšanje živilskih odpadkov, ki ne prispeva le k našemu skupnemu okolju, temveč v bistvu zmanjšuje stroške materialov in storitev.

Diapozitiv 5 - Zbiranje povratnih informacij gostov

- Povratne informacije lahko dobite od gostov neposredno in posredno.
- Neposredne povratne informacije lahko pridobite v 4 določenih časovnih točkah – pred obrokom (ob naročilu), med obrokom (komentarji strežni osebi) ali neposredno po obroku, v restavraciji ali na lokaciji (komentarji strežni osebi ali vodji strežbe). Četrta časovna točka je po obroku, s časovno razdaljo (običajno v pregledih, komentarjih na spletnih straneh in priporočilih/opozorilih).
- Posredne povratne informacije prihajajo v obliki neverbalne komunikacije in vedenja gostov – tipičen primer je količina/vrste hrane, ki ostane na krožniku.

Vir slike: https://www.freepik.com/free-photo/group-friends-eating-restaurant_3537420.htm#from_view=detail_alsolike

Diapozitiv 6 - Ravnanje z negativnimi povratnimi informacijami

- Vedno bodite vljudni - tudi če druga oseba ni - ne pozabite, da lahko veliko drugih ljudi vidi vaše odgovore!
- Pri obravnavi negativnih ocen je pomembno, da se restavracije odzovejo hitro in profesionalno.

- Ponudite rešitev težave neposredno gostu, ki se je pritožil/podal negativno informacijo in pokažite resnično zanimanje za izboljšanje gostove izkušnje.
- Ta pristop lahko negativne izkušnje spremeni v pozitivne in pogosto vodi do povečane zvestobe gostov.

Diapozitiv 7 – Spremljanje povratnih informacij

- Povratne informacije gostov so vedno v pomoč službi, njihova uporabnost pa se lahko močno poveča s pravilno uporabo in spremljanjem informacij. Pomembno je poiskati in vzpostaviti načine za zbiranje informacij, njihovo obdelavo in analizo podatkov ter iskanje rešitev za vprašanja ali načine izboljšav, ki lahko delujejo za vašo organizacijo.
- Zbrane informacije lahko služijo za vzpostavitev protokolov za osebje, ki prispevajo k bolj trajnostnim in ekonomsko izvedljivim načinom proizvodnje in dostave hrane.
- Spremljanje povratnih informacij mora biti neprekinjeno. Spremljanje bi moralo vključevati tehtanje in štetje živilskih odpadkov, pri tem pa bi bilo treba upoštevati tudi, kakšen odstotek živilskih odpadkov predstavlja v količini proizvedenih jedi ter v količini uporabljenih sestavin in količini sestavin na zalogi.

Pomembno je omeniti, da ni enega pravilnega načina za delo – vsako podjetje mora med drugim oblikovati svoje smernice, odvisno od svoje baze gostov, ciljnih gostov, lokacije, vrste živilske ustanove in velikosti operacije.

Diapozitiv 8 - Kaj želimo vedeti?

Nekatere povratne informacije gostje posredujejo brez naših pozivov (običajno v obliki pritožb ali pohval med obrokom ali po njem), vendar morate biti za zbiranje ustreznih podatkov iz najrazličnejših predmetov včasih bolj proaktivni. To lahko sega od hitrih ciljnih vprašanj strežne osebe po obroku do prošenj za izpolnjevanje anket.

Pri pripravi vprašalnika se moramo držati nekaterih osnovnih načel:

1. Vprašanja morajo biti jasna in čim bolj kratka.
2. Uporabite čim manj vprašanj, da zberete zahtevane informacije.
3. Uvod mora pojasniti, kakšen je namen ankete.
4. Na koncu se zahvalite svojim anketirancem (gostom) za sodelovanje!

Diapozitiv 9 - Postopek zbiranja povratnih informacij

POIŠČITE PODROČJA, KI BI JIH LAHKO IZBOLJŠALI:

- Katere **težave** v zvezi s proizvodnjo živilskih odpadkov so opazili zaposleni?
- **Predlogi / pritožbe** vaših gostov?

ZBIRANJE KLJUČNIH VPRAŠANJ

- Katere **spremembe** ste pripravljeni in jih lahko naredite ali predlagate*?
- Navedite **teme**, povezane s spremembami, ki jih lahko naredite.

OBLIKOVANJE CILJNIH VPRAŠANJ

- Vprašanja bi vam morala dati **natančne** odgovore.
- Vprašanja morajo zajemati teme, ki ste jih opredelili v prejšnjem koraku.

Diapozitiv 10 – Vzorčna vprašanja za ankete

VPRAŠANJA O VSEBINI OBROKA:

- Ste bili zadovoljni z velikostjo porcije?
- Želite možnosti velikosti porcij?
- Je bila kakšna sestavina, ki vam ni bila všeč?
- Imate kakšne posebne prehranske potrebe?

VPRAŠANJA O ORGANIZACIJI IN KOMUNIKACIJI:

- Je bil obrok zagotovljen po vaših pričakovanjih?
- Ste lahko svoje želje in zahteve sporočili strežniku?
- Ali je bilo kakšnih težav s pripravo hrane?
- Ali je bilo kakšnih težav s čakalno dobo?

TEME VPRAŠANJ:

1. Kombinacija obrokov
2. Sestavine jedi
3. Sestava jedi
4. Zamenjava sestavin
5. Velikosti obrokov
6. Posebne diete (alergije, zdravje in življenjski slog ter verske zahteve)
7. Komunikacija s strežnikom
8. Točnost pričakovanj
9. Čakalne dobe

Diapozitiv 11 – Zbiranje povratnih informacij v prehrambenih institucijah

Povratne informacije o živilskih odpadkih lahko naredijo še večjo razliko v ustanovah, ki strežejo omejene menije za določene vnaprej določene goste (vrtci/šola/univerza in delavske menze, bolnišnice, ustanove za oskrbo odraslih in podobno). Tukaj lahko natančno spremljanje pomaga pri prihodnjem načrtovanju obrokov s ciljem zmanjšanja odpadkov.

Takšne ustanove lahko uporabljajo periodične raziskave za spremljanje navad uživanja hrane glede vrst in količine zaužite hrane in seveda tudi vsakodnevno merijo količino živilskih odpadkov. Strežno osebje je spet prva kontaktna točka zbiranja povratnih podatkov.

Najlažji način za zmanjšanje živilskih odpadkov je, da ne pripravljate in postrežete hrane, ki ne bo zaužita, je mogoče doseči le z ustreznim spremljanjem povratnih informacij gostov in ta praksa se je izkazala za učinkovito v številnih institucijah, s prehrambenimi obrati.

Diapozitiv 12 - Krog ocenjevanja povratnih informacij

Načini zbiranja povratnih informacij in načini izvajanja sprememb so lahko različni, vendar morate slediti naslednjim korakom:

1. korak: PRIDOBIVANJE INFORMACIJ
2. korak: ZBIRANJE INFORMACIJ V ZBIRKI PODATKOV
3. korak: ANALIZA INFORMACIJ
4. korak: VZPOSTAVITEV NOVIH PROTOKOLOV / SMERNIC ZA KUHARSKO IN STREŽNO OSEBJE
5. korak: OCENITEV REZULTATOV

In ponovite ...

Diapozitiv 13 – Načini zbiranja povratnih informacij gostov

- Obstaja več načinov, s katerimi lahko zberete povratne informacije gostov; Primarni način je osebna povratna informacija (strežna oseba). Primarna kontaktna oseba mora biti dobro usposobljena za zbiranje povratnih informacij na prijazen in neoviran način, hkrati pa zbira bistvene informacije.
- Starejši način zbiranja teh informacij so knjige komentarjev / pritožbene knjige (za bolj osebne in neposredne pristop lahko gostovam ponudite kartice s komentarji za mizo,

da zberejo informacije od gostov, ki imajo raje manj neposredno komunikacijo, vendar niso dobro seznanjeni z uporabo spletnih komunikacijskih kanalov.

- Na spletu lahko zbirate informacije na svoji spletni strani, spletnih mestih za ocene ali na svojih družbenih omrežjih.
- Za podrobnejše informacije lahko ustvarite tudi anketo (obstaja več spletnih mest, ki ponujajo to storitev brezplačno in seveda plačljive različice), ki se osredotoča na določene informacije, ki jih želite zbrati (v tem primeru zajema vsečke baze gostov).

Vir slike: https://www.freepik.com/free-photo/group-business-executives-meeting_1006162.htm#fromView=search&page=1&position=31&uuid=6d2e7797-99fa-4c0e-9b9d-4a6035634125&query=communication

Diapozitiv 14 – Povratne informacije na mestu storitve

- **Primarni zbiralec povratnih informacij** v prvih 3 časovnih točkah (pred, med in takoj po obroku) je strežna oseba (ali vse osebe, ki so v tem kritičnem času v neposrednem stiku s gostom – to lahko vključuje druge strežne osebe, vodjo strežbe ali druge).
- Gosti bodo posredovali **informacije o svojih navadah, potrebah in željah** – to je običajno enostavno slediti, saj je izraženo ustno.
- Med in po obroku bodo gosti posredovali tudi informacije o **svoji subjektivni oceni skladnosti med njihovimi pričakovanji ter storitvami in obroki, ki jih zagotavlja** vaša ustanova. Strežno osebje lahko na tej točki spodbudi goste, da zagotovijo dodatne povratne informacije (seveda brez pritiska nanje).
- Goste lahko tudi spodbudimo, da **pozneje posredujejo povratne informacije** - s povezavami / QR kodami na spletno mesto podjetja, SNS ali strani s pregledi. Različni gosti imajo raje različne načine komuniciranja, zato je treba upoštevati vse načine.

Vir slike: https://www.freepik.com/free-photo/group-friends-eating-restaurant_3537419.htm#fromView=search&page=1&position=26&uuid=945d995c-c2da-45ef-ba15-0c222e280d6d&query=restaurant

Diapozitiv 15 – Povratne informacije na spletu

Najlažji način, da dobite neposredne povratne informacije od gostov, je, da sledite ocenam gostinskih obratov, objavljenim na spletu na spletnih mestih tretjih oseb, ki so prisotna na vašem območju / državi. Vedno se morate zavedati najpogostejše uporabljenih spletnih mest - to niso statične informacije, nova spletna mesta se nenehno pojavljajo in stara spletna mesta lahko izpadejo iz trenda in se ne uporabljajo. V EU lahko sledite googlovemu spletnemu mestu za ocene, tripadvisorju, Yelpu (na nekaterih področjih) in drugim. Ugotovite, katera spletna mesta za ocene so priljubljena pri vaših gostih!

Diapozitiv 16 – Povratne informacije o vašem spletnem mestu ali SNS

- Danes je skoraj obvezno, da živilski obrat vzdržuje spletno prisotnost: najpogostejši način za to je, da se predstavite prek lastne spletne strani, kjer lahko gostove najdejo osnovne informacije o vašem podjetju, kot so lokacija, odpiralni čas, meni, slike prostorov in jedi ter druge podrobnosti, ki jih želite poudariti.
- Dober način za pridobivanje povratnih informacij je, da vključite razdelek, ki bo omogočil komentarje vaših gostov, ki bodo poslani neposredno vam - to je lahko odprt forum (vsi lahko vidijo komentarje) ali zaprt obrazec (samo vi dobite komentarje, morda izbrane ocene ponovno objavite na svoji spletni strani kot promocijo).
- Mnenja so lahko v obliki ocen (manj informativna, saj vam ne dajejo informacij o določenih pozitivnih ali negativnih učinkih) ali besedilnih sporočil (ta običajno dajejo več podrobnosti in so zelo specifična). Ocene so običajno prisotne na zunanjih

komercialnih spletnih mestih za ocenjevanje, da se omogoči ocenjevanje različnih ustanov; Bolj bi vas morala zanimati vsebina besedila, saj vam lahko da povratne informacije o tem, kaj delate prav / narobe.

Vir slike: https://stockcake.com/i/social-media-browsing_1469136_815036

Diapozitiv 17 - Kako usmeriti goste, da posredujejo povratne informacije na vašem spletnem mestu?

Poskrbite, da bo vaš obrazec / gumb za povratne informacije lahko dostopen in enostaven za uporabo (obrazci za registracijo bodo odvrgli potencialne ponudnike povratnih informacij – če želite omejiti neželena sporočila, razmislite o orodjih, kot so captcha ali podpisovanje z obstoječimi osebami gostov (kot je na primer google ali drugi spletni naslovi).

Neposredno nagovarjajte goste na način, ki jim daje vedeti, da boste cenili povratne informacije, če je mogoče, odgovorite na sporočila, vendar vedno ostanite vljudni in se ne prepirajte, tudi če so gosti sami prepirljivi – negativno mnenje morda ni tisto, kar vi želite, vendar vam bo zagotovilo podatke, ki jih lahko ocenite in po potrebi ukrepate.

Poskrbite, da bo vaša spletna stran posodobljena: če je spletna stran videti aktivna, jo bodo gosti bolj pripravljeni uporabljati.

Uporabite pozitivne povratne informacije, da motivirate svoje osebje in promovirate svojo organizacijo na spletu, da privabite nove goste.

Vir slike: https://www.freepik.com/free-photo/group-friends-eating-restaurant_3537413.htm#fromView=search&page=3&position=2&uuid=945d995c-c2da-45ef-ba15-0c222e280d6d&query=restaurant

Diapozitiv 18 - Povratne informacije o spletnem naročanju

Spletno naročanje je specifično na način, ki izključuje stik med gostom in strežnim osebjem. Kontaktna oseba je dostavljalec, v primeru brezstične dostave pa kontaktna oseba sploh ne obstaja. To torej izključuje osebno zbiranje povratnih informacij.

Po drugi strani pa že imamo omejen profil kupcev, ki naročajo prek spleta – so vsaj delno digitalno pismeni in spretni pri uporabi spletnih orodij, kar pomeni, da lahko uporabljamo več oblik spletnih komunikacijskih kanalov: od e-poštne komunikacije do obrazcev, ki so postavljeni neposredno na spletni strani (če ne naročamo prek posrednika).

Diapozitiv 19 - Napredne metode zbiranja povratnih informacij

- **Orodja za spremljanje ocen:** takšna orodja so bližnjica za zbiranje informacij o vaši ustanovi, ki so javno dostopne na več različnih spletnih mestih, in močno skrajšajo čas, potreben za iskanje spletne pokrajine.
- **Orodja za socialno poslušanje:** tehnološko naprednejši način za odkrivanje obstoječih povratnih informacij gostov je uporaba orodja za poslušanje družbenih omrežij. To so storitve, ki zbirajo povratne informacije gostov o osebnih spletnih mestih, spletnih mestih za ocene in družbenih omrežjih. Takšna orodja lahko zagotovijo dragocene podatke o vaši bazi gostov, ki jih lahko uporabite za posredovanje povratnih informacij (v primeru javnih spletnih mest in spletnih mest za preglede) in zbiranje informacij za načrtovanje izboljšav.
- **Integrirani obrazci za ocene ob plačilu:** zahtevajo napredne (plačljive) tehnične rešitve in morda še niso na voljo na vseh lokacijah.
- **Sistemi za povratne informacije o tabličnih računalnikih:** za ustanove, ki uporabljajo tablične računalnike za naročanje, je enostavno dodati/integrirati namenski sistem za povratne informacije.

Diapozitiv 20 - SWOT analiza

Povratne informacije gostov zagotavljajo podatke o mnenjih vaših gostov v zvezi s hrano, storitvami in drugimi dejavniki. Zbiranje in analiziranje teh podatkov vam lahko pomaga najti vaše šibke točke in pripraviti ukrepe za izboljšanje in priložnosti za rast.

SWOT analiza je pogosto uporabljeno orodje za ocenjevanje zunanjih in notranjih dejavnikov, ki prispevajo k trenutnemu stanju vašega podjetja, tako pozitivnih kot negativnih. Zbrati morate prednosti in slabosti svoje organizacije, priložnosti in grožnje – najboljši način za to je sodelovanje z vodstvom, kuhinjo in strežnim osebjem. V našem primeru je to mogoče tudi neposredno na podlagi vaših zbranih podatkov iz povratnih informacij gostov, v kombinaciji s splošnim poznavanjem operativnih postopkov in okoliščin vaše organizacije. Dobra analiza upošteva skupino gostov, ciljne gostove in njihove navade, vaše zmogljivosti (prostor, meni, velikost, število zaposlenih in porazdelitev, lokalne posebnosti in navade ...)

Kako narediti SWOT analizo?: povezava: <https://www.canva.com/graphs/swot-analysis/>

Diapozitiv 21 - MATRIKA SWOT Z VZORČNIMI PODATKI - NAREDITE SVOJO ZA SVOJO USTANOVO!

SWOT analiza prehrabenega obrata. Najprej moramo pogledati v naše poslovanje in najti svoje prednosti (prednosti) in slabosti. Na primer:

- PREDNOSTI:
- Lokalne sestavine
- Priljubljena znana blagovna znamka jedi
- Uveljavljena blagovna znamka
- Izkušeno vodstveno osebje in kuhinjsko osebje
- ...
- SLABOSTI:
- Težko parkiranje
- Novo manj izkušeno osebje
- Omejen prostor
- ...

Zdaj moramo najti zunanje dejavnike – vprašanja, na katera ne moremo vplivati, vendar vplivajo na naše poslovanje. Spet iščemo pozitivne strani, ki lahko povzročijo rast (priložnosti), in negativne, ki nas lahko zavirajo (grožnje). Na primer:

- PRILOŽNOSTI:
- Sodelovanje z lokalno skupnostjo
- Promocija na SNS
- Sezonske jedi
- ...
- GROŽNJE:
- Težave pri upravljanju ponudbe
- Zmanjšanje kupne moči
- Stagnirajoča baza gostov
- ...

Diapozitiv 22 - Kako se izboljšati?

Zdaj preverite vse elemente v svoji SWOT analizi in pripravite načrt s protokoli in ukrepi:

1. **Gradite na pozitivnih vidikih**
2. **Oblikujte učinkovite protiukrepe** za negativne vidike (običajno imate večji vpliv na elemente v razdelkih s šibkimi točkami, vendar tisti v razdelkih o grožnjah potrebujejo tudi afektivne protiukrepe – to so težave, ki jih ni mogoče odstraniti, ublažiti jih je treba po svojih najboljših močeh, da jih ohranite v ravnovesju in običajno potrebujete večje intervencije, če preveč vplivajo na vaše podjetje).
3. **Pripravite načrt** s smernicami za svoje vodje in osebje in ga delite prek ustreznih komunikacijskih kanalov. Če se na primer vaši gosti pritožujejo zaradi počasnih storitev, razmislite o povečanju števila strežnega osebja ali uvedbi drugih organizacijskih sprememb, ki bodo izboljšale proces.

Diapozitiv 23 – Spremljanje napredka

Izredno pomembno je, da vse osebje, ki bo uporabljalo IT rešitve, usposobite za pravilno uporabo, za optimalno uporabo vseh zelenih možnosti. Najboljši način za pripravo novih zaposlenih je kratek, a celovit standardiziran tečaj usposabljanja s kombinacijo tehničnih orodij, ki jih uporablja vaša ustanova, v povezavi s pisnimi smernicami/tabelo skupnih operativnih postopkov. Samo tako lahko učinkovito povečate uporabnost svoje naložbe v tehnološke rešitve.

Pred izbiro novih tehnoloških rešitev vedno preverite, ali programska oprema pokriva vse vaše osnovne (in morebitne dodatke) potrebe – za to morate pripraviti seznam svojih zahtev in pričakovanj, da boste lahko pravilno primerjali svoje možnosti.

Izberite le tehnološke rešitve, ki ponujajo zanesljivo nadaljnjo tehnično podporo in načrtujte morebitne izpade.

Diapozitiv 24 - Kako vključiti povratne informacije gostov v svojo organizacijo?

- Spremembe menija: lahko spremenite velikost porcij, dodajate/umaknete jedi iz menija in dodate posebne ponudbe ter nadomestne sestavine; Vse to je treba storiti šele po skrbni oceni splošnih povratnih informacij, ne le po enem slabem komentarju.
- Spremembe jedi: ponudba ene sestavine jedi se lahko izkaže za razdiralno. Namesto določenih menijev lahko ponudite tudi različne kombinacije (priloge, solate).
- Usposabljanje osebja: gosti opozarjajo na težave s storitvijo, zato ustrezno usposobite svoje osebje. To je še posebej pomembno z vidika zagotavljanja pravih informacij o postreženih jedeh, da se gostom omogoči naročanje po njihovih željah in da se omogoči namoten prenos informacij o potrebnih prilagoditvah/zamenjavah od gosta do kuhinje in obveščanja gosta o morebitnih zamenjavah/spremembah (nujno pri alergijah in posebnih dietah), To morajo vnaprej deliti s gosti, da preprečijo nepotrebno odpadno hrano in v primeru alergij celo ogrožanje gosta.

Diapozitiv 25 - Ne pozabite!

- Pridobivanje povratnih informacij od gostov se nikoli ne sme izvajati preveč agresivno, saj lahko to prepreči podajanje ocen in spodbudi slabe ocene.
- Bolje je uporabiti več komunikacijskih kanalov (spletne, osebne, pisne oblike), da privabite različne vrste skupin gostov (mlajše, starejše, tehnološko bolj pismene, izogibajoče se stikom ...).
- Povratne informacije o osebni komunikaciji je treba zbirati na način, ki omogoča nadaljnjo analizo (zapisane ključne točke, obrazci, ki jih izpolnijo strežniki).

- Ne potrebujete povratnih informacij od vsake gostove, vendar morate upoštevati povratne informacije in po potrebi vključiti ukrepe za izboljšanje zadovoljstva gostov in delovanja vaše organizacije, vključno s prizadevanji za zmanjšanje živilskih odpadkov.

Vir slike: https://www.freepik.com/free-photo/young-waiter-writing-order-digital-tablet-while-working-pub_25743335.htm#fromView=search&page=1&position=35&uuid=18e1c8c6-e58a-48b0-bcc6-511328086829&query=waiters

Diapozitiv 26 - Hvala!

