

NASLOV ŠTUDIJE PRIMERA: ODNOSI

Ime organizacije:

Recomiendo in Matraca

Država in sektor organizacije:

Španija. Restavracija

Tip organizacije

- **Podjetje**
- Javna organizacija
- Zasebna organizacija
- Nevladna organizacija
- Drugo:

Velikost organizacije:

- **Majhna**
- Srednja
- Velika

Kratek opis organizacije:

ReComiendo velja za eno izmed 10 najboljših restavracij v Španiji, ki ponuja najboljše razmerje med kakovostjo in ceno, hkrati pa je najboljša restavracija, ki še nima Michelinove zvezdice. V zadnjih mesecih je svojo dejavnost razširila z odprtjem bistroja Matraca, ki ponuja bolj sproščeno različico jedi visoke kuhinje. Zaradi tega je ena redkih izjem gostinskega podjetja (ki ga je v Španiji najbolj prizadela kriza Covid 19), ki je zrasla in se razširila, postala referenca v sektorju pri zaščiti svojih zaposlenih in v zasnovi podjetja kot povezava sreče med prostori in strankami.

Kratek opis študije primera:

Duh ReComienda (in v zadnjih mesecih mlajšega brata Matraca) poganja ustvarjalnost njegovega kuharja in izvršnega direktorja Perika Ortege. Od odprtja pred petimi leti je Ortega našla lajtmotiv, ki je bil značilen znak njene restavracije: moč. S tem geslom želi vzpostaviti povezavo s svojimi strankami, se s svojimi jedmi spominja otroštva in z jedilniki izzove čutno izkušnjo ter skozi kuhinjo prenaša srečo. To "moč" lahko razširimo tudi na osebje restavracije, ki se zaveda, da je bistvenega pomena, da dobre občutke, ki jih čutimo v prostoru, prenesemo na stranko, da ima lahko čim bolj prijetno izkušnjo.

Ključne besede:

Izkušnje kupcev, spomini, čustva, pričakovanja

PROFIL DOBRE PRAKSE

PODROBEN OPIS

Okusi, ki prinašajo spomine, spomine iz otroštva. Sprehod skozi Cordobo s pogledom na takrat, ko smo bili otroci preko jedi visoke kuhinje. Moč: občutek, iskanje odličnosti, nestrpnost, neskladnost, nikoli dovolj, vedno želeli več, želeli osrečiti druge, uživati v tem, kar počnemo, deliti. Vse to in še veliko več je izkušnja, ki jo kuhar Periko Ortega ponuja v svoji restavraciji ReComiendo, odprti leta 2014.

Po Perikovih besedah: "Edino, kar si želimo, je, da pridemo v službo nasmejani in delo končamo nasmejani, ker nam je všeč to, kar počnemo. Zelo kul je delati, kar želite. Rad bi to in še marsikaj, vendar to ni moj namen, niti moj cilj. Moj cilj je biti vesel pri kuhanju, da bo stranka uživala. Ko ljudje pridejo v ReComiendo, opazijo, da mnogi od nas to radi počnemo, in mislim, da se to zazna. Vsa priznanja, ki smo jih prejeli in jih bomo prejeli v prihodnosti, bodo posledica tega."

Za Periko je jesti in piti izkušnja, kot da se potopite v roman, potujete, se spomnite tistega poljuba, prve pijače, napišete pesem ali se sproščate v parku.

Ob vstopu v svet ReComiendo Power se gostje odpravijo na potovanje, pri katerem morajo imeti vse čute budne: prepletajo se vonji, teksture, barve in okusi. Vse to spremlja presenetljiva estetika, predano osebje in prijazen kuhar, ki bo razveselil goste.

Ko natakarji pozdravijo goste - presenečenje! Njihova obleka je ... drugačna. Periko Ortega se igra ne samo z okusi in teksturo, ampak tudi z oblačili osebja. Mešanica Matrice, Gospodarja prstanov in kitajske vojaške uniforme daje kreativnosti prosto pot: črna uniforma z volančkom, visoki črni škornji, široki podplati.

Strežba je odločna, pozorna in prijazna. Je neformalna in prijateljska. Didaktična. Vsaki mizi streže nekaj natakarjev. Vsi so pozorni na potrebe gosta ter vsako jed podrobno razložijo. Tudi chef Periko Ortega sodeluje pri strežbi v jedilnici. Želi, da gostje uživajo v njegovih jedeh in pojasnjuje, kaj si je predstavljal pri ustvarjanju jedi.

Za Periko je stranka pravi protagonist in edini razlog za delo z ljudmi. »Vedno sem vedel, za koga kuham. Ne z a svojega šefa, ampak za moškega ali žensko, ki sedi za mizo,« pravi chef in pojasni, kje mora po njegovem mnenju biti fokus nekoga, ki dela za druge.

To, kar počne vsak dan, je za stranko edinstvena, osebna in subjektivna izkušnja, zato kuhar in vsa njegova ekipa razumejo, da morajo dati vse od sebe v vsaki jedi, v vseh drobnih detajlih.

"Kuham za te ljudi in hočem jih osrečiti, ne pa jim zapletati življenja. Če postavimo šefov ego pred kupčev, smo izgubljeni," je v intervjuju dejal Ortega in morda razkril bistvo svojega uspeha, ker je vseeno, kolikokrat je naredil isto jed ali kolikokrat jo je moral pojasniti v jedilnici. Ne gre za konec ustvarjalnosti in zmožnosti za inovacije in izboljšanje izdelka, temveč za domnevo, da je protagonist pred njim in spoštovanje njegovih osebnih izkušenj. Ko je poudarek na drugi osebi, na njenem osrečevanju, na tem, da se počutijo pomembne in da je izkušnja še boljša od pričakovane, je prvi korak že narejen.

"Želim, da imajo ljudje, ki pridejo sem, dobro izkušnjo in da odhajajo srečni," je poudaril Periko, saj ve, da spomini in čustva temeljijo na čutnih zaznavah, kjer se okusu nujno pridružijo zvoki, barve, vonji, predstavitev ... Ljudje se

v ReComiendo ne vračajo samo zato, ker je hrana dobra, ampak zato, ker ustvarja čustveno izkušnjo, ki spremeni dve uri v trajni spomin, povezan s trenutkom užitka in željo po ponovitvi.

Ker je bil gostinski sektor dušen z različnimi omejitvami, ki so posledica pandemije koronavirusa, medtem ko je bilo stotine podjetij po vsej Španiji in tudi v Cordobi prisiljenih zapreti svoja vrata z negotovostjo, ali jih bodo lahko spet odprli, je kuhar Periko Ortega ponovno obudil sanje o odprtju novega lokala Matraca Bistró. Nov koncept restavracije, vendar v isti smeri kot ReComiendo, ki privlači nostalgijo in obnavlja okuse starih jedi, ki jih je postregel v svoji restavraciji ReComiendo.

V zadnjem času je cordobski chef še enkrat zasukal gastronomsko izkušnjo svoje restavracije ReComiendo in uvedel strategijo *Tú tienes el power*, tako da lahko vsi v Cordobi uživajo v receptih svoje restavracije ReComiendo, ne da bi morali oditi od doma. Zamisel je, da bo vsak, ki bo želel, domov prejel štiri škatle s sestavinami za izdelavo predlaganega recepta.

"Naša družba že nekaj mesecev trpi zaradi pandemije s posledičnim gospodarskim udarom. Kruto za veliko večino ljudi in neusmiljeno predvsem za gostinstvo. Vendar v mojih mislih ni dvoma, da je tisto, kar moji kolegi in jaz najbolj pogrešamo, odnos ena na ena, zaradi katerega se vsi, ki vstopijo v mojo hišo, počutijo kot doma. Skratka, prenašamo našo posebno ljubezen do kuhanja," je pojasnil chef.

UTEMELJITEV

Nobenega dvoma ni, da je za Periko bistvenega pomena vzpostavljanje odnosov s svojimi strankami in ohranjanje njihove moči. V ta namen si kuhar že od samega začetka prizadeva, da bi njegovi gostje uživali v izkušnji Power.

Za Periko je komunikacija bistven način vzpostavljanja odnosov s strankami. Vsak dan zapusti kuhinjo in gre od mize do mize ter gostom pojasni različne jedi na jedilniku. Iz česa je sestavljena, kako jo jesti, kako uživati, kako mešati okuse in teksture ... Vsaki stranki nameni trenutek, svoj prostor in čas, ne glede na to, kolikokrat mora ponoviti isto stvar vsak dan. Kot je pojasnil Periko: »V sobo grem iz več razlogov. Prvi je, da se s tem tudi popolnoma izpostavim. Predstavljajte si, kako samozavesten moram biti, da grem do vsake mize, vsako jed razložim, kaj je, in ljudem dam recept. Jed vam morda ne bo všeč. Tega ne opazim. To je zame stalno ponižujoče. In s tem se moraš spoprijeti. Kuhamo jedi in obstajajo ljudje, ki tega ne jedo in rečejo: "Jebi se, kaj je s tem narobe." In greš v kuhinjo, jo okusiš in rečeš: "V redu je. Tako je, kot si želiš." No, nič, pripravili ste jedi, ki niso delovale, mi pa smo jih spremenili. Nisem se postavil na svoje mest, na primer: "Ta jed je prekleto odlična in jo bom obdržal, ker je to moja restavracija." Ne. To ni moja restavracija. Restavracija je od tiste dame in tistega gospoda, ki prideta in mi pustita, da opravljam svojo strast. Pridejo uživati v izkušnji, to izkušnjo kupijo in zahvaljujoč temu lahko delam, lahko plačujem ljudem itd. In tista dnevna kopel ponižnosti ... "

Trudi se celo naučiti svoje zaposlene, da pri komunikaciji ohranjajo enak standard. Vsaka stranka je za njegovo ekipo pravi protagonist, zato jo je treba obravnavati enako.

Po drugi strani pa Periko Ortega presega pričakovanja kupcev, tako da presega, kar pričakujejo od njega. Nenehno dviguje lestvico glede ponudbe njegovih restavracij. Poleg tega se najboljše izkušnje strank dosežejo, ko se z njimi ustvari čustvena povezava. Kupci postanejo zvesti, ker so čustveno navezani in se spomnijo, kako so se počutili, ko so okusili njegov izdelek. Podjetje, ki optimizira čustveno povezanost, v primerjavi s konkurenco za 85 % presega rast prodaje.

Zaradi tega je vse natančno preučeno od trenutka, ko stranka vstopi skozi vrata. Ortega in njegovi zaposleni poskrbijo, da se stranke počutijo pomembne in cenjene, tako da predvidevajo njihove potrebe in jim svetujejo, da bodo izkušnje še boljše.

Na koncu Periko stranke povabi, da dajo povratne informacije o vsaki njegovi jedi, da pokaže, da jih posluša. Povratne informacije strank mu pomagajo spoznati posebne želje svojih strank, da lahko bolje izpolni njihove potrebe.

CILJI

Glavni cilj Periko Ortega je doseči edinstveno izkušnjo za vsako stranko že od prvega stika, dokler ne postane srečna in zvesta stranka.

Izkušnje s strankami so sestavni del upravljanja odnosov s strankami in razlog, zakaj je to pomembno, je, da stranka, ki ima pozitivne izkušnje s podjetjem, bolj verjetno postane redna in zvesta stranka. Nobenega dvoma ni, da je stranka, ki je zadovoljna s prejeta storitvijo, prilagojeno njihovim potrebam, stranka z boljšimi možnostmi nakupa kot tista, ki se počuti prezrta ali ima neprijetno izkušnjo.

Dobičkonosnost lahko tudi povečate, saj lahko za visokokakovostno storitev ali izdelek zaračunate višjo ceno od konkurence, ne da bi pri tem izgubili kupca, ker bo kupec cenil celotno izkušnjo in ne le ceno.

Glede na prejšnje komentarje o potrošnikih, ki bolj zaupajo izkušnjam drugih potrošnikov kot podobi, ki jo daje blagovna znamka, so stranke močni glasniki in predstavniki; so končni poziv, ki vam omogoča, da dosežete druge stranke, ki bodo izbrale vaše storitve ali izdelke.

To je posledica zadnje točke. Ali obstaja boljša marketinška kampanja kot vaše zadovoljne stranke? Zahvaljujoč njihovi zmožnosti vplivanja in prisotnosti v družabnih medijih bodo nove stranke izvedele, kako dobre so vaše storitve. Poleg tega zadovoljiva izkušnja strank zmanjša pritožbe strank in čas, potreben za njihovo upravljanje.

Boljša uporabniška izkušnja vodi do zadovoljnih strank, kar zmanjšuje možnost opravljanja z jeznimi strankami ter vso izčrpanostjo in pritiskom na delavca. Ta skupni cilj poveča identifikacijo vaših zaposlenih z blagovno znamko in njenimi cilji.

VPLIV

Da bi osrečil svoje stranke, je izkušnjo zanje naredil edinstveno in nepozabno, kar je le prvi, a ključni korak pri ustvarjanju izkušnje strank, ki vpliva na njegovo celotno poslovanje. Njegova prva restavracija ReComiendo, ki je bila leta 2019 uvrščena na seznam šestih najboljših restavracij v Španiji po mnenju TripAdvisorja, je bila že od samega začetka zasnovana kot restavracija, s katero si prizadeva demokratizirati visoko kulinariko, da bo dostopna vsem in jo oddaljila od elitizma, ki je zanjo predpostavljen.

Periko je spoznal, da je zadovoljstvo strank ključni dejavnik njihove zvestobe in zadrževanja. To ga je pripeljalo do razvoja inovativnih načinov, kako strankam ponuditi nepozabno izkušnjo za spodbujanje večje zvestobe kupcev.

Ena glavnih prednosti strategije izkušenj s strankami je, da vsakega usmeri v kolektiven pristop k zagotavljanju storitev, ki povečuje vrednost blagovne znamke. Zaradi tega je ponudba drugačne vrednosti v primerjavi s konkurenti. Po drugi strani pa njegovo prizadevanje, da svoje stranke spozna in posluša iz prve roke, omogoča zblíževanje podjetja in kupcev.

Druga prednost razvoja in izvajanja strategije CX je ta, da bo edinstvena izkušnja navdihnila stranke, da delijo svoje zgodbe. Izmenjava izkušenj od ust do ust je močna in stroškovno učinkovita strategija za pridobivanje novih poslov. Dobre ocene in pozitivne izkušnje so odlično orodje za napotitev.

PRIDOBLEJENO ZNANJE

Spoznanja iz izboljšanja izkušnje strank lahko povzamemo na naslednji način:

1. Ustvariti ponavljajoč se posel

V poslu je pridobivanje ljudi skozi vrata ključ do uspeha. Toda še večji izziv, s katerim se boste spoprijeli, je, da se stranke vračajo. Kupec, ki opravi en nakup, je verjetno impulzivni kupec ali nakupuje po potrebi. Kupci, ki ponavljajo nakupe, so stranke, ki jim lahko služite v prihodnjih letih. Zato ne morete popustiti s prednostmi dobrega servisa za stranke. Odlična storitev daje vašim strankam občutek, da vam je mar za razvoj dolgoročnih odnosov, ki pomenijo več kot le prodajo.

2. Izboljšanje poslovnega ugleda

Povečanje ugleda vašega podjetja je še ena od prednosti dobre storitve za stranke. Kupci pogosto govorijo o svojih izkušnjah pri poslovanju s podjetji, zlasti če so nenavadno dobre ali slabe. Z zagotavljanjem dobre storitve strankam uporabljate učinkovito tržno orodje, znano kot oglaševanje od ust do ust. Stranke bodo z veseljem svojim prijateljem in sorodnikom povedale, kako dobro je vaše podjetje skrbelo zanje, kar vam bo omogočilo brezplačno oglaševanje.

3. Boj z visokimi cenami

Ena od skritih prednosti dobre skrbi za stranke je, da lahko z zagotavljanjem odlične storitve za stranke nadomestite učinek višjih cen z boljšo uporabniško izkušnjo. Ko si vaše podjetje zasluži sloves zagotavljanja vrhunskih storitev za stranke, vam daje manevrski prostor, da za svoje izdelke in storitve zaračunate več, saj bodo kupci plačali premijo, da se bodo počutili cenjene in zaželenne.

4. Zagotavljanje konkurenčne prednosti

Kaj vas loči od konkurence? Seveda lahko ponudite nekoliko drugačne izdelke ali storitve, vendar če imate neverjetno edinstveno prodajno ponudbo, morate izkoristiti prednosti dobre skrbi za stranke. V času, ko se stranke pogosto pritožujejo zaradi pomanjkanja storitev ali občutka, da podjetju malo pomenijo, vas lahko zagotavljanje odlične storitve za stranke loči od konkurentov. S poudarkom na storitvah za stranke v svoji tržni strategiji se boste ločili od podjetij, ki ne bodo izpolnila svojih obljub, kar bo ustvarilo občutek edinstvenosti vašega podjetja.

5. Izboljšanje morale zaposlenih

Prednosti dobre skrbi za stranke lahko vplivajo tudi na delovno okolje, ki ga ustvarite v svojem podjetju. Ko bodo vaši zaposleni videli, da poudarjate storitve za stranke in vse, kar spada zraven (spoštovanje drugih, prijaznost in dodaten trud), se bodo počutili bolj povezane z vrednotami in načeli, na katerih temelji vaše podjetje. To lahko privede do prijetnejšega okolja in boljšega počutja zaposlenih ter njihovega dela.



Sladica: Gosja igra

REFERENCE

https://www.eldiadecordoba.es/cordoba/periko-ortega-recomiendo-a-domicilio_0_1530747241.html

https://www.eldiadecordoba.es/cordoba/chef-periko-ortega-recomiendo-menu-mezquita_0_1521148042.html

<https://www.recomiendopower.com/recomiendo/>

https://www.eldiadecordoba.es/cordoba/trabajamos-conseguir-estrella-Michelin-clientes_0_1131487081.html

https://cordopolis.eldiario.es/cordoba-hoy/comer-beber-espacio-tiempo_1_7147114.html

https://cordopolis.eldiario.es/blogopolis/tiempos-liquidos/periko-forever_1_7156476.html

<https://www.ifoodie.es/restaurante-recomiendo-periko-cordoba/>

<https://garfinkleexecutivecoaching.com/articles/build-positive-work-relationships/building-positive-relationships-at-work>

<https://www.superoffice.com/blog/customer-experience-strategy/>

<https://www.qmatic.com/blog/the-benefits-of-improving-customer-experience-in-your-business>

<https://www.lavozdecordoba.es/actualidad/2020/07/26/periko-ortega-chef-la-gente-no-quiere-una-nueva-normalidad-sino-volver-a-la-que-teniamos-antes/>

<http://consumerlab.co.za/the-six-benefits-of-customer-experience-strategy/>

<https://smallbusiness.chron.com/benefits-delivering-excellent-customer-service-2086.html>