

## ЗАГЛАВИЕ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО: ЛИЧНИ ВРЪЗКИ

Име на организацията:

Recomiendo и Matraca

Държава и сектор на организацията:

Испания. Ресторанти

Тип организация:

- **Бизнес компания**
- Публична организация
- Частна фирма
- НПО
- Други:

Размер на организацията:

- **Малка**
- Средна
- Голяма

Кратко описание на организацията:

ReComiendo се смята за един от 10-те най-добри ресторанта в Испания и този, който предлага най-доброто съотношение цена-качество, както и най-добрият, който все още няма звезда на Мишлен. През последните месеци той също разшири бизнеса си с откриването на бистро Matraca, което предлага по-непринудена версия на ястия от висшата кухня. Това го прави едно от редките изключения в кетъринг бизнеса (най-засегнатия в Испания от Covid 19 кризата), който се разраства и разпространява, превръщайки се в референция за сектора в защитата на своите служители и в концепцията за бизнеса като връзка между щастieto на заведенията и това на клиентите.

Кратко описание на изследването:

Духът на ReComiendo (и в последните месеци на по-малкия му „брат“- бар Matraca) се създава и води от креативността на неговия готвач и главен изпълнителен директор Перико Ортега. Откакто отвори врати преди пет години, Ортега намери лайтмотив, който служи като отличителен знак на неговия ресторант: „силата“. С това мото той цели да установи връзка с клиентите си, припомняйки детските си спомени чрез своите ястия и провокирайки мултисетивно преживяване сред вечерящите, за да предаде усещането за щастие чрез храната. Тази „сила“ може да се разпростре и върху персонала на ресторанта, който е

наясно, че е от съществено значение да предаде на клиента добрите чувства, които могат да се усетят в обстановката, така че той или тя да има възможно най-приятното изживяване.

#### Ключови думи:

Клиентски опит, спомени, емоции, очаквания

## ПРОФИЛ НА НАЙ-ДОБРА ПРАКТИКА

### ДЕТАЙЛНО ОПИСАНИЕ

Аромати, които предизвикват спомени, далечни спомени от детството. Обиколка из района на Кордоба, пресъздавайки времето когато бяхме деца, чрез творения на Висшата кухня. Сила - за готвача това означава: чувство, търсене на върхови постижения, постоянно нетърпение, никога не е достатъчно, винаги иска повече, иска да зарадва другите, наслаждава се на това, което прави, иска да споделя. Всичко това и още много е опитът, който готвачът Перико Ортега предлага чрез своя ресторант ReComiendo, отворен през 2014 г.

По думите на Перико: "Единственото нещо, което искаме, е да дойдем на работа усмихнати и да завършим работата усмихнати, защото харесваме това, което правим. Много е готино да работиш това, което ти харесва. Бих искал да постигна това и много други неща, но не това е моята цел, нито задача. Целта ми е да се изпитва радост от готвенето, да накарам клиента и нашия екип заедно да се наслаждаваме. Когато хората идват в ReComiendo, те забелязват, че много от нас се радват да правят това, което правят и мисля, че това въздейства много добре. Цялото признание, което получихме и очакваме да получим в бъдеще, ще бъде следствие от това обстоятелство"

За Перико яденето и пиенето е преживяване като потапяне в роман, пътуване, спомен за онази първа целувка, първото питие, писане на стихотворение, разходка в парка.....

При влизане в света на ReComiendo Power, вечерящите се отправят на пътешествие, в което сетивата трябва да бъдат нащрек: миризми, текстури, цветове и вкусове. Всичко това е придружено от поразителна естетика, всеотдаен персонал и приветлив готвач, който ще зарадва вечерящите.

Още когато сервитьорът посреща и води гостите до трапезарията има изненада! Облеклото на персонала е ... различно. Перико Ортега играе не само с вкусове и текстури, но и с облеклото на персонала. Смес от Matrix, Lord of the Rings и китайска военна униформа се използват, за да дадат свобода на творчеството: черна униформа с колан, високи черни ботуши, широки подметки....

Обстановката е особена, но спокойна и приятелска. Собственикът е неформален и приятелски настроен. Всяка маса се обслужва от няколко сервитьора. Всички те са внимателни към нуждите на гостите и обясняват подробно всяко ястие. Шеф Перико Ортега също участва в това. Той се опитва да накара хранещия се да се наслади на ястията и да преживява това, което Перико си е представял докато ги е приготвял.

За Перико клиентът е истинският герой и единственият смисъл за всеки, който работи с хора. "Винаги съм наясно за кого готвя. Това не е за моя шеф, а за мъжа или жената които седят тук", каза главният готвач в интервюто, като ясно посочва къде трябва да бъде фокусът на тези, които работят за другите.

Това което той прави всеки ден, е уникално, лично и ексклузивно преживяване за клиента, поради което готвачът и целият му екип разбират, че трябва да дадат най-доброто от себе си във всяко ястие, във всеки

малък детайл, защото за много от неговите вечери няма да има утре, а ново преживяване, с което да се сравни и с което да се поправи, ако нещо днес се обърка.

"Готвя за тези хора и това, което искам, е да ги направя щастливи, а не да усложнявам живота им. Ако поставим егото на готвача преди това на клиента, сме загубени", каза Ортега в интервюто, може би разкривайки същността на успеха му, защото няма значение колко пъти е правил едно и също ястие или колко пъти е трябвало да го обяснява на клиентите. Не става въпрос за прекратяване на творчеството и способността за иновации и подобряване на даден продукт, а за приемане, че главният герой е пред него и за зачитане на личното му преживяване. Когато фокусът е върху другия човек, върху това да го направи щастлив, да го накара да се почувства важен и да направи преживяването му дори по-голямо от очакваното, първата стъпка вече е направена.

„Заинтересован съм хората, които идват тук, да имат добро преживяване и да си тръгнат щастливи“, изтъкна Перико, знаейки че спомените и емоциите са изградени върху мултисетивни възприятия, в които към вкусът задължително трябва да се присъединят звуци, цветове, миризми, презентации ... Хората не се връщат към ReComiendo само защото храната е добра, а защото генерира емоционално изживяване, което превръща тези два часа в постоянен спомен, връзка с момент на удоволствие и наслада, желание то да се повтори.

Тъй като секторът на хотелиерството се задуши от различните ограничения, произтичащи от пандемията на коронавируса, докато стотици фирми в цяла Испания, а също и в Кордоба, бяха принудени да затворят вратите си, без да са сигурни, че ще могат да ги отворят отново, шеф Перико Ортега сбъдна своя мечта отваряйки новия си бар Matraca Bistró. Нова концепция за ресторант, но по същия начин като ReComiendo, апелираща към носталгията и възстановяваща вкусовете на стари ястия, които той сервира в ресторанта си ReComiendo.

Наскоро готвачът от Кордоба даде нов обрат на гастрономическото изживяване на ресторанта си ReComiendo и лансира стратегията Tú tienes el power (Ти имаш силата), така че всеки в Кордоба да може да се наслади на рецептите на ресторанта ReComiendo, без да се налага да напуска дома. Идеята е, че всеки, който поиска ще получи в дома си четири кутии със съставките, за да направи предложената рецепта.

"Обществото ни страда от разразилата се пандемия в продължение на месеци, заедно с последващия икономически удар. За повечето хора това е жестоко, а за хотелиерския сектор дори безмилостно. Няма съмнение, че това което липсва най-много, на мен и на моите колеги, са взаимоотношенията ни един към друг, които карат всеки влязъл в ресторанта ми да се чувства у дома си." обяснява готвачът.

## ОБОСНОВКА

Няма съмнение, че изграждането и поддържането на взаимоотношения с клиентите е от съществено значение за Перико. За тази цел готвачът се стреми от самото начало да гарантира, че опиталите неговите вечери се наслаждават на изживяването.

За Перико комуникацията е основен начин за изграждане на взаимоотношения с клиентите му. Всеки ден той излиза от кухнята и отива от маса на маса, обяснявайки на гостите си различните ястия от менюто. От какво е направено, как да го ядем, как да му се наслаждаваме, как да смесваме вкусове и текстури ... Той дава на всеки клиент своя момент, своето пространство и своето време, независимо колко пъти трябва да повтаря едно и също нещо. Както Перико обяснява:

„Излизам от кухнята и отивам до масата на клиентите си по няколко причини. Първата е, че по този начин лично се излагам на показ, а не само чрез ястията си. Представете си колко уверен трябва да бъда, за да изляза на масата при клиентите си след всяко ястие, да обясня какво е то и да дам рецептата на хората. Готвим различни ястия и има хора, които не всичко ядат, а понякога връщат пълната си чиния с извинението, че не им допада. Може някой клиент да не хареса някое ястие. Не водя спор с него! Примирявам се, че има различни вкусове и предпочитания, но непременно опитвам ястието от върнатата чиния, за да проверя дали наистина няма допусната грешка. Установявам, че е ястието е добре приготвено, но разбирам, че някой може да го предпочита по друг начин, затова обмислям модификации, съобразно препоръките на клиента. Не се изживявам като „горделив шеф“ и не се придържам към тезата: „Това ястие е страхотно и ще го запазя в този вариант и начин на приготвяне, защото това е моят ресторант“.

„Не. Това не е моят ресторант. Това е ресторантът на онази дама и онзи господин, които идват и ми предоставят възможност да изпълня страстта си. Те идват, за да се насладят на преживяване, купуват го и благодарение на това мога да работя, мога да плащам на персонала си и т.н. И се потапям в ежедневната вана на смирението ...”

Перико Ортега се е постарал да научи и служителите си да поддържат същия начин на общуване с клиентите. За неговия екип всеки клиент е истинският герой и следователно всички трябва да бъдат третирани еднакво.

Перико Ортега надминава очакванията на клиентите, надхвърля онова, което очакват от него. Той непрекъснато вдига летвата за това, което предлагат ресторантите му. Освен това, най-доброто преживяване на клиентите се постига, когато се създаде емоционална връзка с тях. Клиентите стават лоялни, защото са емоционално привързани и си спомнят как се чувстват, когато опитат неговия продукт. Фирма, която оптимизира емоционалната връзка, превъзхожда конкурентите си с 85% в ръста на продажбите.

Поради тази причина всичко е внимателно проучено от момента, в който клиентът влезе през вратата. Ортега и неговите служители карат клиентите си да се чувстват важни и оценени, като предвиждат техните нужди, предлагайки съвети, за да направят преживяването още по-добро.

И накрая, Перико кани клиентите да дадат обратна връзка за всяко негово ястие, за да покаже, че ги слуша и оценката им има значение за него. Отзивите на клиентите му помагат да разбере специфичните изисквания на своите клиенти, за да може да отговори по-добре на техните нужди.

## ЦЕЛИ

Основната цел на Перико Ортега е да постигне уникално изживяване за всеки свой клиент още от първия контакт с ресторанта и персонала му и го превърне в щастлив и лоялен клиент.

Обратната връзка е неразделна част от управлението на взаимоотношенията с клиентите и е важна причина, която кара клиентите да се връщат. Няма съмнение, че клиент, който е останал доволен от получената услуга, който е получил персонално отношение, съобразено с желанията му, има по-голяма вероятност да се върне отново, отколкото ако се чувства игнориран или е имал неприятно преживяване.

По този начин можете да увеличите своята рентабилност като начислите по-висока цена от конкуренцията за висококачествена услуга или продукт, без риск да загубите клиенти, защото клиентът ще оцени цялостното изживяване, а не само цената.

В светлината на предишните коментари на потребителите, които са склонни да се доверяват повече на опита на други потребители, отколкото на имиджа, който марката предава, потребителите са мощни гласове и разпространители, те са най-добрата реклама, която ви позволява да достигнете до други клиенти, избиращи вашите услуги или продукти.

Има ли по-добра маркетингова кампания от вашите доволни клиенти? Благодарение на способността им да влияят на околните, а и чрез присъствието си в социалните медии, те ви представят пред нови клиенти, които ще научат колко добри са вашите услуги. Нещо повече, аз се стремя да преобладават положителните отзиви в социалните мрежи, а оплакванията да се сведат до минимум. По този начин и времето, необходимо за разглеждане и отговор на оплакванията се намалява значително.

В заключение, по-доброто потребителско изживяване води до доволни клиенти, което намалява шанса да се налага да се справяте с ядосани клиенти и цялото изтощение и натиск, които това поражда в работника. Наличието на тази обща цел увеличава ангажираността на служителите ви с фирмата и нейните цели.

## РЕЗУЛТАТИ

За да направи клиентите си щастливи, той прави техния опит уникален и запомнящ се, а това е само първата, но съществена стъпка в създаването на клиентско изживяване, което влияе върху бизнеса му като цяло. Първият му ресторант ReComiendo е обявен за шестия най-добър ресторант в Испания през 2019 г. според TripAdvisor. Той е замислен от самото начало като ресторант, с който Перико се стреми да „демократизира“ висшата кухня и да я направи достъпна за широката аудитория, като я дистанцира от елитарността, характерна за подобен вид ресторанти.

Перико осъзна, че удовлетвореността на клиентите е критичен съществен фактор за лоялността и задържането на клиентите. Това го е накарало да разработи иновативни начини да предложи на клиентите незабравимо преживяване, за да насърчи по-голямата лоялност на клиентите.

Едно от основните предимства на стратегията за клиентския опит е, че тя привежда всички в колективен подход при предоставянето на услуги и повишава стойността на марката. Това придава добавена стойност в сравнение с конкурентите. От друга страна, усилията му да познава и изслушва своите клиенти от първа ръка, прави възможно сближаването на компанията с нейните клиенти.

Друга полза от разработването и внедряването на стратегията е, че уникалното преживяване ще вдъхнови клиентите да споделят своите истории. Споделянето на опит от уста на уста е мощна и рентабилна стратегия за създаване на нов бизнес. Добрите отзиви и положителният опит са чудесни инструменти за печелене на нови клиенти.

## ПОУКА

Поуките от подобряването на клиентското изживяване могат да бъдат обобщени, както следва:

### 1. Генериране на повтарящ се бизнес

Да „доведете“ хората до вратата на Вашия ресторант е ключът към успеха. Но още по-голямо предизвикателство, с което ще се сблъскате, е да накарате клиентите да се връщат пак и пак. Ако клиентът направи една покупка, вероятно се касае за импулсна покупка или покупка от нужда. Клиентите, които правят повторни покупки, са клиенти които можете да обслужвате години напред. Ето защо не трябва да намалявате нивото на доброто обслужване. Страхотното

обслужване кара клиентите да чувстват, че ви е грижа да развиете дългосрочни отношения, което означава нещо повече от това просто да реализирате продажби.

## 2. Подобряване на бизнес репутацията

Повишаването на репутацията на вашата компания е още едно от предимствата на доброто обслужване на клиентите. Клиентите често говорят за своя опит, когато се занимават с бизнес, особено ако е необичайно добър или лош. Предоставяйки перфектно обслужване на клиентите, вие използвате ефективния маркетингов инструмент, известен като реклама от уста на уста. Клиентите с удоволствие ще разкажат на своите приятели и роднини за това колко добре сте се погрижили за тях, което води до допълнителна реклама без разходи за вас.

## 3. Борба с по-високи цени

Едно от скритите предимства на доброто обслужване е, че предоставяйки отлични условия на клиентите си, можете да компенсирате ефекта от по-високите си цени, като предлагате по-добро клиентско изживяване. Когато вашата компания е спечелила пред клиентите си репутацията на висококачествено обслужване, това ви дава свободата да плащате повече за снабдяване с по-качествени продукти, защото знаете, че вашите клиенти ще заплатят по-високата цена, заради факта, че се чувстват оценени и желани клиенти.

## 4. Осигурете конкурентно предимство

Какво ви отличава от конкуренцията? Разбира се, можете да предлагате малко по-различни продукти или услуги, но дори и да имате поразително уникално предложение, трябва задължително да се възползвате от предимствата на доброто обслужване. Във време, в което клиентите често се оплакват от липсата на качество или отношение, предоставянето на отлично обслужване на клиентите може да ви отличи от конкурентите. Като наблягате на обслужването на клиентите във вашата маркетингова стратегия и запазите нивото задълго, ще изпъкнете закономерно пред компаниите, които не изпълняват обещанията си, защото ще създадете впечатление за уникалност във вашия бизнес.

## 5. Подобрете морала на служителите

Ползите от доброто обслужване на клиентите могат също да повлияят на вида работна среда, която създавате във вашата компания. Когато вашите служители видят, че наблягате на обслужването на клиентите и на всичко, което влиза в него, което включва уважение към другите, доброта и изминаване на допълнителни километри, те ще се чувстват по-свързани с ценностите и принципите, на които е основана вашата компания. Това може да доведе до по-приятна обстановка и да накара служителите да се чувстват добре от това, което правят.

## МАТЕРИАЛИ

<https://www.youtube.com/watch?v=EII7bWTumyY>





Десерт: Игра на гъска

## БИБЛИОГРАФИЯ

[https://www.eldiadecordoba.es/cordoba/periko-ortega-recomiendo-a-domicilio\\_0\\_1530747241.html](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.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://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/cordoba-hoy/comer-beber-espacio-tiempo_1_7147114.html)

[https://cordopolis.eldiario.es/blogopolis/tiempos-liquidos/periko-forever\\_1\\_7156476.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>