

Matkailualan selvitysten julkistamistilaisuus 19.11.2009
Meriturva, Lohja

Mystery Shopping selvitys: Raasepori ja Hanko



Markku Luola
makumuotoilija - keittiöpäällikkö - food designer

Chef Luola - Ruokaluola Oy
www.ruokaluola.fi
puh. 040 74 79 750



SELVITYKSEEN OSALLISTUNEET RAVINTOLAT

Toteutusajankohdat: heinä-, elo- ja syyskuussa 2009.
Pääsääntöisesti 2 käyntiä / ravintola.

RAASEPORI:

1. Bar&Kök Sippan
2. Ravintola GH
3. Ravintola Kuparipaja
4. Ravintola Knippan (1 käynti)
5. Ravintola La Vida
6. Ravintola Linnakrouvi
7. Ravintola Marine
8. Ravintola Stallkorg (1 käynti)
9. Restaurant Terrace Bossa Nova (1 käynti)
10. Fiskars Wårdshus

HANKO:

1. Ravintola Casino
2. Ravintola Henrix
3. Ravintola HSF
4. Ravintola Makasiini
5. Ravintola Origo
6. Ravintola Pirate
7. Ravintola Pää Kroken (1 käynti)
8. Neljän Tuulen Tupa



ASIAKKAAAN PALVELUKOKEMUS

- Piha&Talo&Sali
- Pöydät&Somistus&Astiat&
- Tarjollepano&Asettelu& Koristeet
- Raaka-aineet&Menu&Maku&Hinta
- Prosessit&Kohtaamiset
- Kokki&Tarjoilija

Asiakas kulkee läpi palvelu- ja makupolun,
josta syntyy *moniaistinen* kokemus.

Lähde:

MITÄ ON PALVELUMUOTOILU?

- Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa
(Mikko Koivisto, Taiteen maisterin lopputyö 2007, Taideellinen korkeakoulu)

PALVELUKOKEMUS
MUISTIJÄLKI
IMAGO



PALVELUTAPAHTUMAN KONTAKTIPISTEET

(sivu 1.)

1. TALO JA TILA

- Miltä ravintola näyttää, ja sen tunnelma eli "genius logi"?
- Piha, talon ja tilan siisteys
- Tilan sisustuksen viestit
- Aistittavat ominaisuudet: tuoksut, valaistus ja äänet.
- Kyltitys/opasteet
- WC-tilojen toimivuus ja siisteys.

2. ESINEET

- Salin kalusteet, koristeet, pöytälinjat ja servetit jne.
- Ruokalistan ulkoasu ja luettavuus.
- buffetpöytä/salaattipöytä/noutopöytä, paikka ja toimivuus
- Tarjoilu- ja ruokailuastioiden viestit.



PALVELUTAPAHTUMAN KONTAKTIPISTEET

(sivu 2.)

3. IHMISET

- Ensikohtaaminen, tervehtiminen, ohjaus, palvelutilanteen koreografia ja persoonallisuus.
- Tarjoilija ja/tai kokin läsnäolo palvelutilanteessa
- Henkilökunnan vaatetuksen viestit.

4. TUOTTEET; RUOKA&JUOMA:

- Raaka-aineet; tuoreus / paikallisuus / omaperäisyys
- Ruokalistan valikoima, ja sen makulupaukset sekä hinnoittelu
- Juomalistan valikoima ja hinnoittelu
- Nautittavan ruuan makukokemus:
ulkonäkö/asettelu, tuoksu, makuaiustus, makuharmonia, suutuntuma, lämpötila, annoksen koko jne.
- Kohtaako tuotteessa hinta/laatumielikuva?



PALVELUTAPAHTUMAN KONTAKTIPISTEET

(sivu 3.)

5. KOKO PALVELU- JA MAKUPOLKU:

- Minkälaisena ravintolakäyntinä episodi koettiin?
- Minkälainen kokonaistunnelman ja makumuiston käynti antoi
= food and feeling (ruokaa ja tunnelmaa.)
- Miten erikois- ja ongelmatilanteissa toimittiin?

MYSTERY SHOPPING KÄYNNIT TOTEUTETTIIN NIIN, ETTÄ JOKAISTA
RAVINTOLAA ARVIOITIIN YKSILÖNÄ, RAVINTOLAN LIIKEIDEAN
LÄHTÖKOHDISTA.



ONNISTUNEITA HETKIÄ...

- MATKAILUKOHDE: Hanko/Raaseporissa paljon persoonallisia ja erilaisia ravintoloita ja -tiloja
- TARINAT: Talon, tilan ja paikan tarinat/historia oli osittain hyödynnetty kalustuksessa, somistuksessa ja/tai ruokalistailla.
- HINTA: Ruoka- ja juomahinnoittelu oli maltillista.
- Ravintoloiden tuotevalikoima pääsääntöisesti sopiva



KEHITETTÄVIÄ HETKIÄ...

- MAKU = Raaka-aineiden ja ruokalajien maun vaalimista ja etsimistä = lisää makua ruoka-annoksiin.
- Raaka-aineiden sesonkiajattelua ja paikallisuutta enemmän esille.
- Tarkempaa ja huolellisempaa ruuanvalmistustekniikkaa.
- OMAPERÄISYYS: Ruokatuotteeseen mukaan enemmän omaleimaisuutta ja persoonallisuutta = omannäköisiä ruokalajeja.
- LÄSNÄOLO = Palvelutilanteisiin kaivattiin lisää rohkeutta, intohimoa, aikaa ja persoonallisuutta.



Kiitos...

