Tylko u nas!

Dobry dostawca win do restauracji

Horecanet.pl, 9 lutego 2016

Wino staje się coraz modniejsze. W wielu restauracjach jego udział w ogólnej sprzedaży restauracyjnej przekracza 25 proc. Zatem wybór dostawcy wina jest niewątpliwie coraz ważniejszym elementem wpływającym na funkcjonowanie restauracji.

Autor: Winne Pola

O kryteriach, którymi powinien kierować się restaurator przy wyborze dostawcy win, o ważnych aspektach we współpracy, oraz o najczęściej popełnianych błędach przy wyborze dostawcy rozmawiam z Grzegorzem Wejerem – dyrektorem handlowym firmy Winne Pola – dostawcą win do najlepszych restauracji.

Jak to jest być dostawcą win do najlepszych restauracji?
To przede wszystkim mobilizacja do ciężkiej pracy całego naszego zespołu, aby każdy z blisko 400 współpracujących z nami partnerów był w pełni zadowolony z wykonywanej przez nas pracy. Ponadto do naszej firmy ciągle zgłaszają się nowe restauracje i hotele i sztuka polega na tym, aby zagwarantować im najwyższy poziom obsługi, który będzie prowadził do ich zadowolenia. Najważniejsze, że to się udaje i to jest powód do dumy.

Czyli zadowolenia, że mają najlepsze wina?
Niekoniecznie. Zadowolenia, że mają wina, które dopasowane są do profilu restauracji zarówno pod kątem smakowym, cenowym i geograficznym. Zadowolenia, że gościom restauracji wina po prostu smakują, a kadra kelnerska jest tak przeszkolona aby biegle poruszać się po karcie win i dzięki użyciu profesjonalnych technik obsługi jest w stanie określić profil smakowy gościa i zaproponować mu odpowiednie wino. Te wszystkie czynniki prowadzą do zadowolenia restauratora, gdyż przekładają się na jego zarobek restauracji generowany ze sprzedaży wina.

Jaki zatem model współpracy oferujecie swoim klientom, aby uzyskać ich zadowolenie?
Firma Winne Pola proponuje unikatowy model współpracy oparty na efektywności. Zgodnie z naszymi założeniami restauracja powinna stale zwiększać sprzedaż win, a restaurator wspólnie z nami wyznacza cele sprzedażowe, które powinniśmy wspólnie zrealizować w danym okresie. Na podstawie wyznaczonych celów opracowywany jest cały plan działania począwszy od selekcji win do karty, wyboru win sprzedawanych na kieliszki aż do programu szkoleń kadry kelnerskiej. Te wszystkie czynniki mają nas prowadzić do wyznaczonego celu jakim jest wzrost sprzedaży win w restauracji.

A jaka jest miara tej efektywności?
Najlepszą miarą jest wielkość sprzedaży win i zadowolenie gości. Pierwszy aspekt jest mierzalny liczbowo, drugi wpływa ogólną ocenę restauracji na rynku. Wzrost sprzedaży win osiągamy dzięki prowadzonym przez nas szkoleniom, które są niesamowicie efektywne i bezpośrednio przekładają się na profesjonalizację kadry kelnerskiej. Nasze szkolenia łączą w sobie aspekty technik sprzedaży, technik profesjonalnej obsługi gościa w restauracji z wiedzą o winach, która jest potrzebna do rekomendacji produktu i jego efektywnej sprzedaży. Aby móc realizować cele sprzedażowe niezbędna jest dostępność każdego z win w ciągu całego roku. My ze swojej strony gwarantujemy ciągłość dostaw win do restauracji, a także ogromną elastyczność i sprawność w realizacji zamówień na terenie całej Polski.

Kiedy restaurator decyduje się na zmianę dostawcy i wybiera firmę Winne Pola?
Bolączką naszego rynku jest właśnie brak gwarancji dostępności win u dostawców, a to zmusza restauratora do ciągłych zmian win w karcie. Zmiany te generują szereg kosztów, które są policzalne tj. praca grafika, przedruk karty, wyprzedaż win, które nie są już dostępne, czy brak wiedzy kadry kelnerskiej o winach, które restaurator otrzymał jako zamienniki. Natomiast największym problemem jest niezadowolenie gości, którzy chcąc zamówić wybrane przez siebie wino są informowani, że się skończyło i już go nie będzie. Takie sytuacje powodują ogromną frustrację gości i odbijają się bezpośrednio na wizerunku restauracji. Dlatego tak ważna jest dostępność win.

Firma Winne Pola gwarantuje tę dostępność i dostawy win w ciągu całego roku. Współpracując z nami restaurator wyzbywa się obaw, że nie otrzyma zamówionego przez siebie wina, które ma w karcie. Nasza firma tak prowadzi alokację win, żeby każdy mógł spać spokojnie.

Restaurator decyduje się na zmiany także wtedy, kiedy odczuwa brak należytej opieki ze strony dostawcy, czuje się opuszczony, a współpraca ogranicza się do realizacji zamówień. My przez cały okres współpracy aktywnie uczestniczymy i wspieramy sprzedaż wina oferując różne rozwiązania promujące wino w restauracji. Na koniec warto wspomnieć o zaangażowaniu całego naszego zespołu w realizację zamierzonych celów. Nasi partnerzy
często podkreślają, że pracując z nami czują, że kwestie wina w restauracji powierzyli w dobre ręce.

A propos karty win, jak zbudować idealną kartę win i jakimi aspektami powinniśmy się kierować, żeby goście byli zadowoleni?
Firma Winne Pola proponuje, aby wybór win w restauracji dopasować do preferencji gości nie tylko smakowych, ale i cenowych, geograficznych czy szczepowych. Następnie sprawdzamy czy i jak wybrane przez nas wina komponują się z oferowanymi przez restaurację daniami. Nie należy przesadzać z food-pairingiem, gdyż zgodnie z badaniami 80 proc. gości wybierając wino kieruje się swoim smakiem, a tylko 20 proc. wybiera wino w dopasowaniu do potrawy. Dlatego o wiele ważniejsze niż dopasowanie wina do dań jest wyrobienie w kadrze kelnerskiej umiejętności profesjonalnej rozmowy z gościem, która ma doprowadzić kelnera do właściwej oceny preferencji smakowej gościa, a gość dokonując wyboru wina, utwierdzi się w przekonaniu, że produkt, który wybrał to ten, który mu będzie odpowiadał.

Nie mniej ważny jest sposób prezentacji win w karcie oraz ilość informacji o winie w niej zawartych. Wyglądem karta win ma zachęcać gościa do zapoznania się z jej zawartością, a ilość danych i sposób ich przedstawienia ma ułatwiać wybór wina. Dobór win na kieliszki jest także ważnym aspektem budowy karty win.

Więc jakie błędy popełniają restauratorzy tworząc karty win?
Podstawowym błędem popełnianym przez restauratorów jest układanie kart win pod własne, indywidualne preferencje smakowe. To podstawowy błąd. Wychodzenie z założenia, że jeśli wino mi smakuje będzie również smakować gościom restauracji jest z założenia błędne. Smak jest kwestią indywidualną, a selekcja win w kacie powinna dawać gościom możliwość szerokiego wyboru i doboru wina pod swoje preferencje.

Kolejnym najczęściej popełnianym błędem jest skupienie się restauratorów na cenie zakupu i budowa karty win w oparciu o najtańsze pozycje. To podejście zupełnie pomija profil ekonomiczny gościa restauracji, a to przecież dla niego tworzymy kartę win. Pochodną takiego działania jest często zła budowa marży i końcowej ceny w karcie. Goście restauracyjni potrafią ocenić jakość wina i wiedzą, że wino, które w zakupie kosztuje 20zł nie może być sprzedawane za 120 zł.

Ostatnio modne i często stosowane przez restauratorów jest zlecenie budowy karty win znanym sommelierom. To niezłe rozwiązanie, choć nie należy zapomnieć, że wiedza i umiejętności sommeliera są nieporównywalne z wiedzą kadry kelnerskiej i mimo, szczerych chęci tak zbudowane karty win nie funkcjonują tak dobrze, jakby restauratorzy sobie tego życzyli. Ponadto w tym przypadku często goście nie potrafią docenić wytwornego wina, gdyż lubić wino, a potrafić dostrzec różnice w smaku czy rozumieć filozofię funkcjonowania znanego producenta to absolutnie dwie różne kwestie.

Firma Winne Pola buduje karty win w oparciu o profil gościa i profil restauracji, a następnie śledzi rotację każdej pozycji w karcie. Dzięki temu wiemy, czy wybór win do karty był prawidłowy. Ponadto analizujemy rynek i staramy się proponować restauratorom wina, które są poszukiwane przez gości w restauracjach o podobnym profilu w innych miastach.

Jakie wina posiadacie w swojej ofercie?
Przede wszystkim nasze wina adresujemy wyłącznie do gastronomi, co powoduje, że gość restauracji nie może ich znaleźć w sklepie czy Internecie. Takie podejście powoduje, że restaurator może ukryć wielkość swojej marży, a z drugiej strony oferta win w restauracji jest bardziej selektywna.

Ponadto należy zauważyć, że wina w naszej ofercie dobierane są pod kątem wartości (jakość do ceny). Nasz portfel zbudowany jest tak, by na każdym poziomie cenowym zaproponować naszym klientom najlepszy produkt z danego regionu geograficznego i z określonego szczepu. Nie ma miejsca by pisać o 300 pozycjach z naszej oferty, które pochodzą z 14 największych winiarskich krajów świata, ale jest w niej wiele pozycji wybitnych, a oferowanych za rozsądną cenę, że wspomnę chociażby Chianti Classico 2012 Le Fonti, które zostało uznane za wybitne Chianti, zwycięzcę panelu degustacyjnego Douro – Seis Quintas Reserva 2011, biodynamiczna Yangarra – Shiraz 2011, które przez wielu sommelierów porównywalne jest do najlepszych Shirazów z północnego Rodanu, czy chociażby Aglianico – Grifalco, któremu ostatnio w prasie winiarskiej dedykowany był cały artykuł. Proszę pamiętać, że to tylko wycinek.

Dlaczego pracujecie z najlepszymi restauracjami?
Przede wszystkim pracujemy z ambitnymi restauratorami, którzy chcą tworzyć bardzo dobre miejsca oferując dobrą kuchnię, a kadra kelnerska jest gotowa się szkolić na różnych płaszczyznach.

Jak się ostatnio okazało w najnowszym rankingu Poland 100 Best Restaurants ponad 20 restauracji to nasi partnerzy, których w zakresie win obsługujemy w całości, a w pierwszej dziesiątce 25 najlepszych hoteli wg. Tripadvisor jest 4 naszych partnerów. Do tego dochodzą laureaci innych prestiżowych zestawień. Nie przywiązujemy ogromnej roli do rankingów, ale zawsze miło pracować z najlepszymi.

Więc kończąc czego życzy Pan restauratorom w związku winem?
Życzę, żeby sprzedaż wina w restauracjach stale rosła i żeby dostawcy spełniali ich oczekiwania. Jeśli tego nie będą robili niech zgłoszą się do firmy Winne Pola, a wkrótce przekonają się, że jesteśmy bardzo dobrym dostawcą, a efekty naszej pracy ujrzą bardzo szybko.