Ruoka-alalla menestyminen on tunteesta kiinni

28.2.2019

Henri Alén on monissa liemessä keitetty ja yksi Suomen tunnetuimmista huippukokeista. Hän on myös vahva ravintola-alan suunnannäyttäjä ja rohkea kokeilija. Alén saapui puhumaan 12.2 Seinäjoelle maakunnan ruokamatkailualan yrityksille järjestettyyn tilaisuuteen, jonka aiheena oli tulevaisuuden syöminen; ruokatrendit, ravintolakonseptit ja ruoka-alan muutos.



Ruokamatkailualan yritykset kuulivat tulevaisuuden syömisestä.

Ruoantuotanto siirtyy lähelle asiakasta

Tulevaisuudessa maaseutu ja kaupunki integroituvat ja ruoantuotanto tehostuu. Ihmisen tulee olla siellä, missä raaka-aine on. Alén puhui myös siitä, että tulevaisuudessa asiakkaan tulisi kohdata ruoka ja raaka-aineet aidosti. Esimerkiksi ravintoloissa ruoka voidaan tuoda entistä lähemmäs asiakasta sijoittelemalla uudenlaisia ruoan viljelymenetelmiä asiakastiloihin.

Alénin omassa Ultima-ravintolassa ovat käytössä perunojen aeroponiset viljelypylväät (ilmaviljely) ja yrttien hydroponiset vertikaaliviljelyhyllyt (vesikerrosviljely). Lisäksi siellä kasvatetaan käytetyissä kahvinporoissa sieniä ja ravintolan koristelampuissa elää ja kasvaa annoksissa käytettävät kotisirkat.

Kun pelkkä hyvä ei enää riitä

Ruoka-ja matkailuala ovat jatkuvassa kasvussa ja totta kai myös palveluja tuottavien yritysten välinen kilpailu kiristyy. Kun kaikki tuottavat hyvää, pelkkä hyvä ruoka tai tuote ei enää riitä. Tulevaisuudessa palvelusta ja erityisesti huippuunsa hiotusta laadukkaasta palvelusta tulee onnistumisen avain. Alénin mukaan yritys, joka osuu asiakkaaseen tunnetasolla, menestyy aina. Palvelusta tulee se erottava tekijä, joka luo asiakkaalle hyvän fiiliksen ja muistijäljen.

Tärkeintä on siis luoda asiakkaalle hyvän olon tunne, joka säilyy koko palveluprosessin ajan ensikontaktista loppuun asti. Ravintolamaailmassa tämä tarkoittaa hyvän olon tunteen syntymistä jo ravintolan ulko-ovella (somisteet, opasteet, asiakkaan huomioiminen) päättyen viimeisteltyihin hyvästeihin ennen asiakkaan poistumista ulko-ovesta. Alén korostaa, että asiakkaan odotukset tulisi ylittää joka päivä joustavasti ja hyvällä tilannetajulla. Menestyäkseen kaikkien ruoka-ja matkailualan yritysten, aina elintarvikeyrityksistä tilatason suoramyyntiä harjoittaviin alkutuottajiin, tulisi herättää asiakkaassa tunteita.

Tulevaisuuden syöminen

Ruoka-ala ja sen vaikutus matkailualan kasvuun tulisi tiedostaa entistä paremmin myös Suomessa. Suomalainen ruoka saadaan suuren maailman tietoisuuteen tarjoamalla bulkin sijaan premiumia. Viestinnän ja tuotteiden kärjiksi nousevat ovat puhdas vesi, luonto ja luonnonvarat. Näitä sekä palvelun ainutlaatuista kokemusta hyödyntämällä voi hyvää tarjoava yritys löytää keinon tarjota premiumia. Jotain sellaista, joka osuu ihmisiin tunnetasolla ja saa heidät palaamaan uudelleen.

Koulutuksen tavoitteena oli nostaa maakunnan ruokamatkailuyritysten osaamistasoa. Tilaisuuden järjesti Ruokamatkailun kehittämishanke, jota toteuttavat yhdessä SeAMK Ruoka ja Into Seinäjoki Oy. Lisää tulevista koulutuksista ja tapahtumista www.ruokaprovinssi.fi.

Kirjoittaja
Elina Huhta
Asiantuntija TKI, Ruokamatkailun kehittämishanke, SeAMK Ruoka