



# Kuidas restoranid COVID-19 teise lainega kohanevad?

# Kuidas restoranid COVID-19 teise lainega kohanevad?

Elame enneolematul ajal. COVID-19 esimene laine mõjutas suurt osa inimestest üle kogu maailma. Restoranid kaotasid sissetulekus ning need, kel oli vähem õnne ja kes ei suutnud pandeemia ajal vastu pidada, olid sunnitud kuulutama välja pankroti. Seetõttu on restoranide jaoks ülioluline olla valmis viiruse teiseks laineks, mis osa teadlaste hinnangul on juba alanud. Hea valmisolek mitte ainult ei päästa paljusid restorane sulgemisest, vaid annab neile ka konkurentsieelise ja rahalise võidu. Lisaks parandab läbimõeldud ettevalmistus märkimisväärselt nii klientide kui ka töötajate turvalisust ja mõjub positiivselt ettevõtte mainele.

See juhend on hea abimees kõigile restoranidele, kes soovivad jätkata oma äri ka kriisiajal. Juhendist leiate info, mis aitab teil oma restorani ja meeskonnaga viiruse teisele lainele edukalt vastu astuda.

# Juhend restoranidele. Kuidas olla COVID-19 teiseks laineks hästi ette valmistatud?





# 1. Töötajate koolitamine

Õnnelikud ja terved töötajad on esmatähtsad iga ettevõtte jaoks. Seetõttu on väga oluline töötajaid ette valmistada nii, et nad saaksid töötada ohutus keskkonnas. Riskide minimeerimiseks peate oma meeskonnaga olukorras rääkima ja pakkuma neile tööalast väljaõpet. Uurige, kuidas saate koostöös teiste oma piirkonna ettevõtetega teiseks laineks valmis olla ja korraldage näiteks ühiseid koolitusi.



## 2. Köögi ettevalmistamine

Hea hügieen on koroonavastases võitluses üks parimaid ennetusmeetmeid. See peab peegelduma ka teie köögis. Puhastada tuleb sagedamini kui tavaliselt. Võite kaaluda ka desinfitseerimismeeskonna palkamist, kes desinfitseeriks kogu toitlustuskoha näiteks kaks korda nädalas. Kohaneda on lihtsam, kui sagedane puhastamine saab harjumuseks ning olete loonud hea koostöö oma piirkonna puhastus- ja desinfitseerimisetevõtetega. Kui see on tehtud, siis olete viiruse teise laine saabudes konkurentidest sammu võrra ees.

Täiendava ennetusmeetmena tasub kaaluda erinevate toidu pakendamisevõimaluste kasutamist. Heaks näiteks on suletavad karbid, mis on soodsad ja mida on lihtne hankida. Karpides hoitav toit on viirusekindel, sest see ei puutu enne toidu valmistamist väliskeskkonnaga kokku.

Karbide eeliseks on ka võimalus tarnida klientidele karpides säilitatavat toitu. Nii on karpidel mitu otstarvet ja nende kasutamine tasub end ära.

Kevadise eriolukorra perioodil suurenes enamikus restoranides nõudlus tellimuste koheletoimetamise järele. Samas ei ole kõigil restoranidel ressursi, mis võimaldaks teenindada kõiki kliente ka juhul, kui toidutellimusi tuleb korraga palju. Siin on mõned juhised, mida saate enda kasuks rakendada ja olla kindel, et töötate tõrgeteta.

## **1. Restoranidel on kaks suuremat ressursi vajavat tippundi:**

Lõuna- (11.30–14.00) ja õhtusöögiaeg (17.30–20.00). Mõnel juhul võivad kohvikud ja kohviku tüüpi restoranid tellimusi oodata ka varahommikul. Muidugi võivad kliendid sisse astuda ka muudel aegadel – ettevõttele on sel juhul kasulik, kui valikus on kiire ja hõlpsasti valmistatav toit.

## **2. Väga oluline on osata hinnata oma tootmisvõimsust**

Peate teadma, kui suure hulga tellimustega teie köök hakkama saab. Tipptundidel eeldage, et korraga esitatakse mitu tellimust ja peate suutma neid kõiki hallata. On restorane, mis suudavad ühe tunni jooksul rahuldada üle 100 tellimuse, kuid seda ei suuda iga restoran. Seega tasub pigem olla ettevaatlik ja oma võimeid mitte üle hinnata. Võtke aega, et näha, kui palju tellimusi suudab teie restoran tippundidel täita. Nii saate selge ettekujutuse, kui palju tellimusi suudate teenindada eriolukorra ajal.

## **3. Toidu ettevalmistusaeg on kõige aluseks, sest see mõjutab tarneaega**

Konkurentsivõimelistel restoranidel ei tohiks ühe eine valmistamiseks kuluda rohkem kui 15 minutit. Veenduge, et söögiriistad ja salvrätikud oleksid alati saadaval. Plusspunkte annavad lisameetmed, näiteks desinfitseerivad salvrätikud, mis jätavad kliendile hea mulje.

#### 4. Teise laine saabumise korral ja isegi enne seda **paluge toit kohale toimetada kontaktivabalt**, et vältida võimalikku kokkupuudet viirusega

Kui see ei ole võimalik, siis tagage, et teie kööki ja muid ruume desinfitseeritakse tavapärasest sagedamini. Seda peaks tegema ka toidu tarnija oma ruumides. Seda ennetusmeetet saate kasutada ka reklaamina, kinnitades klientidele, et teie pakutav toit tarnitakse ohutult ja kõigi ettenähtud ohutusnõuete kohaselt.



## 3. Kullerteenuseks valmistumine

On mitu põhjust, miks restoranidel tasub koroonaviiruse leviku ajal pakkuda toidu kohaletoimetamise võimalust. Tarneviisi alusel jagunevad restoranid järgmiselt.

### 1. Restoran pakub kohaletoimetamist **veebiplatvormi kaudu**

Kevadise eriolukorra ajal vähenes veebiplatvormi kaudu kohaletoimetamise teenust pakkuvate restoranide sissetulek tunduvalt, sest kliendid ei söönud restoranis, vaid tellisid toidu koju või kontorisse ja restoranidel tuli kõigi kohaletoimetamiste pealt tasuda kõrget komisjonitasu vahemikus 20–35% tellimuse hinnast.

## 2. Restoran toob toidu ise kohale

Need restoranid ei tee toidu kohaletoimetamiseks koostööd Wolti või Boltiga, vaid toovad tellimused ise kohale. Kui tellimuste arv COVID-19 esimese laine ajal kasvas, siis jäid paljud restoranid ise kohaletoimetamisega hätta, sest tellimisplatvorm ja kojuveo ressursid ei olnud suurenenud nõudluseks valmis.

## 3. Restoranid, kellel on ainult söögisaal või kes pakuvad ainult kohapeal söömise võimalust

Neid restorane mõjutas COVID-19 kõige rohkem. Isegi kui sooviti veebiportaalidega koostööd alustada, ei saanud paljud restoranid kulustruktuuri ja marginaalide tõttu endale kõrgeid vahendustasusid lubada. Kriisi ajal kohaletoimetamisteenusega alustamine on aga keeruline isegi gurmeerestoranidele, sest ettevalmistusfaasis tuleb tegeleda paljude valdkondadega: kohaletoimetatavate toitude menüü, hinnakiri, toidu valmistusaeg, logistika ja toidu kvaliteedi säilitamine, nii et see vastaks restoranis kohapeal serveeritavale.

# Kuidas eriolukorra ajal hakkama saada?







# Muutuge kontaktivabaks

Peamine nõuanne COVID-19 leviku tõkestamiseks on vältida kontakte teistega ja hoida piisavat vahet. Kontaktivaba teenuse osutamine oli 2020. aasta teises kvartalis mistahes ettevõttele suurimaks eeliseks. See jääb nii mõneks ajaks. Kuigi mõned riigid leevendasid restoranide jaoks piiranguid ja lasid neil teenindada nii väljas kui ka siseruumides, olid ohutusmeetmed nagu maskid, kindad ja vahemaa hoidmine endiselt kohustuslikud. Viiruse leviku tõkestamiseks ja oma äri avatuna hoidmiseks võimalikult pika aja jooksul veenduge, et oleksid täidetud järgmised tingimused.

- **Kelner kannab teenindamisel kindaid ja maski**

Hästi kaitstud töötaja nägemine tekitab kliendis usaldust – klient tunneb, et koht, kus ta sööb, on turvaline. Seega andke kindlasti oma kelneritele kõik vajalikud isikukaitsevahendid.

- **Klient saab oma telefonis avada digitaalse menüü ja tellida**

See mitte ainult ei hoi a kokku aega, vaid on kiirem ja mugavam kõigi jaoks, sest inimesed saavad tulla ja tellida kiiremini. Samuti vähendab see vajadust tavapärase pabermenüüde järele ja hoiab ära tarbetu kontakti esemetega, mida puudutavad väga paljud inimesed.

- **Klient saab maksta kontaktivabalt**

Veenduge, et teie restoran aktsepteerib deebet- ja krediitkaartide viipemakseid, et vältida pisikute võimalikku levikut sularahatehingute kaudu.

- **Ühiskasutatavate esemete arv olgu restoranis minimaalne**

Datassentiali uuringu järgi on 38 protsenti inimestest öelnud, et nende suurim mure on ühiskasutatavate esemete, nagu söögiriistad, toolid ja sularaha, puudutamine. Hoolitsege selle eest, et restoran oleks alati puhas ja desinfitseerige tihti.

Kui eriolukorra tõttu pole võimalik kutsuda inimesi sööma restorani siseruumidesse, siis on äritegevusega jätkamine võimalik järgmiselt.

- **Tellimine telefoni teel või veebist ja valmis toidule järeletulemine**

Möelge läbi, kas teie kelnerid, kellel pole otseselt oma tööga seotud ülesandeid, võiksid köögis erinevate tööde juures aidata – pakkida toitu, registreerida tellimusi või reklaamida restorani. Ärge laske töötajatel ära minna, kui on veel töid, mis vajavad tegemist. Lisaks veenduge, et teie restoran suudab toitu pakkuda võimalikult vähese inimkontaktiga. Toidu kaasaostu teenus (*drive in*) võimaldas suurtel kaubamärkidel nagu McDonald's uuesti tööd alustada juba siis, kui eriolukord polnud veel ametlikult lõpetatud.

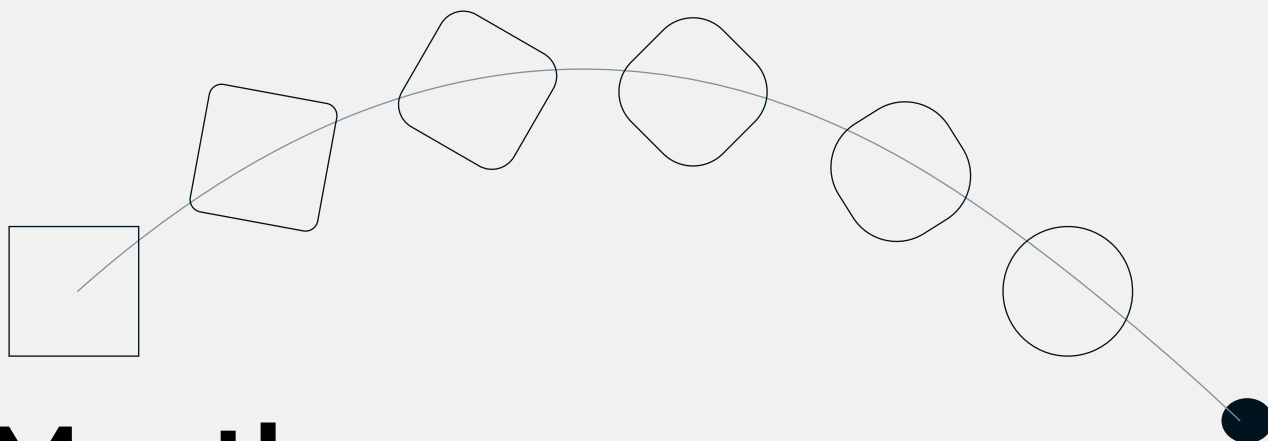
- **Tellimine telefoni teel või veebis ja toidu kohaletoimetamine kulleriga**

See on soodne alternatiiv, mida kindlasti kaaluda. Palgake osalise tööajaga kullerid, kes toimetavad toidu klientideni. Pakkuge kindlat palka ja veenduge, et maksate oma kullerile konkurentsivõimelist tasu, et tagada toidu kvaliteetne ja kiire tarne ning teie ettevõtte järjepidevus. Teine võimalus on teha koostööd linnalogistikateenuseid pakkuvate ettevõtetega nagu Zitivity.

- **Menüü viimine veebiplatvormidele nagu Wolt või Bolt Food**

Kahjuks nõuavad sellised rakendused restoranilt kõrget vahendustasu.

New York Timesi kohaselt võivad sellised vahendusplatvormid muuta toidu kliendi jaoks kuni 91 protsenti kallimaks.



# Muutke oma ärimudelit

Paindlikkus on edu võti. Ärge unustage, et ettevõtted ei tohiks eriolukorras piirduda sama menüüga, mida nad pakkusid enne COVID-19 puhangut. Isegi maailma parim restoran [Noma muutis oma kontseptsiooni](#), et rasked ajad üle elada. Alljärgnevalt on esitatud mõned soovitusel, mis aitavad kiirelt eriolukorraga kohaneda.

## Toidu kohaletoimetamine kodukontoritesse / perepakid

Kui teie söögikoha põhikäive tuli lõunasöökide pealt, saate oma restorani küllastajate hoidmiseks pakkuda võimalust tellida hommiku- või lõunasöök koju. Kui töötajad kulutavad vähem aega kodus toiduvalmistamisele, siis on neil lihtsam tööle keskenduda. Paljud inimesed töid kevadise eriolukorra miinusena välja selle, et nad valmistasid kodus pidevalt üht ja sama toitu. Toidu tellimine tagab mitmekesisema toitumise. Kui lapsed pole lasteaia ega koolis, tasub restoranil ka neile spetsiaalset menüüd pakkuda. Nädalamenüü kohaletoimetamine perepakina säästab palju aega toiduvalmistamiselt ja pakub peredele võimalust süüa mitmekesist toitu.

## Ärilõuna kohaletoimetamine

Mõned eesliini töötajad ja inimesed, kes ei saa kodust töötada, peavad ikkagi kontorisse või töötamiskohta minema. Kui restoranid suletakse, on ka neil keeruline tervislikke toitumisharjumusi säilitada. Kontorisse maitsva lõunasöögi tellimine on töötajate jaoks suurepärase motivaator. Ettevõtja saab selle abil näidata, et hoolib oma töötajatest. Teie restoranina saate aga tõestada, et hoolite oma klientidest.

## Eelvalmistatud toit

Külmutatud või eelvalmistatud toitu ning restorani populaarsemaid roogasid saab kohale toimetada koos lihtsa valmistamisjuhendiga. Nii saavad inimesed nautida oma lemmiktoitu ka siis, kui restoranis kohapeal süüa pole võimalik.

## Toidu ja toiduainete kotid

Restorani omanikuna võite kaaluda ka toidukaupade kohaletoimetamisteenust. Eriolukorra ajal tekkisid toidukaupluste e-poodidel kiiresti järjekorrad ja inimesed pidid oma tellimusi mitu päeva ootama. Restoranid, kellel on oma kullerid, saavad kohale toimetada toiduretseptid koos portsjoniks vajalike koostisosadega. Selline lahendus vähendab toidu raiskamist, sest inimesed kipuvad veebist tellides ostma rohkem kui vaja. Väljamõõdetud toiduportsjonid koos täpsete retseptidega oleks täiuslik lahendus.

## Menüü vähendamine

Ärge jääge eriolukorras sama menüü juurde, mida kasutaksite tavaolukorras. Nagu varem mainisime, on paindlikkus ja kohanemine kriisist väljatulemiseks kõige olulisem. Leidke inspiratsiooni maailmakuulsatelt kaubamärkidelt nagu Noma restoran, kes muutis end eriolukorra ajal burgerikohaks. Te ei pea muretsema, kas kliendid jäävad lühendatud menüüga rahule. [Datessentia](#)l uuringu kohaselt ei näeks 76 protsenti klientidest probleemi asjaolus, et restoran kasutab vähendatud menüüd. Keskenduge enimmüüdud roogadele ja katsetage restoranis juba pakutavate toitude lihtsustatud retseptidega.



# Võtke kasutusele tehnoloogia

Kolmanda poole kohaletoimetamisteenus, broneerimissüsteemid ja veebiportaalid ei ole iga restorani jaoks

jätkusuutlik lahendus. Veebiportaalid ei edasta klientide andmeid, mis tähendab, et restoran saab tellimuse, kuid ei tunne oma klienti. Restoranid näevad ainult numbreid, kuid ei näe inimesi nende taga. Ilma oma kliente tundmata on ettevõttel keeruline olemasolevaid kliente hoida ja uusi juurde leida. Restoranid peaksid keskenduma järgmisele.

## 1. Otseste loomine klientidega

Veenduge, et olete omanikuna suhtlemisele avatud ja klientide suhtes vastutulelik. Usalduse ja lugupidamise võitmine, samuti võimalus esitleda end sõbraliku ja sooja inimesena toob kliendid tagasi, isegi kui seda tehakse ainult kõne, infokirja või veebivestluse kaudu.

## 2. Pikaajalised eesmärgid lühiajalise ellujäämisplaani asemel

Teil on kasulik teada, mida inimesed teie restoranis kõige rohkem hindavad ja mida võiks nende hinnangul muuta. Pidage meeles, et kliendil on alati õigus. Kuulake oma kliente ja ärge unustage tagasisidet küsida.

## 3. Võtke kasutusele kliendihaldusprogramm (CRM), mis võimaldaks klientide andmeid analüüsida ja pakkuda neile erakordseid toidu- või teeninduskogemusi

### Millest alustada?

#### 1. Looge veebisait ja integreerige toidu tellimissüsteem

Lisage veebilehele menüü ja laske inimestel sealt eineid tellida. Tuntud platvormid nagu Wix ja Wordpress pakuvad selleks mitmeid võimalusi. Saate neid vaadata [siit](#).

#### 2. Andke toidu tellimisvõimalustest kõikjal teada

See on ülioluline samm, mis tundub suure investeeringuna, aga tegelikult seda ei ole. Printige oma restorani uksele leht, mis palub veebist tellida.

Muutke oma Facebooki avalehte ja pange sinna üles kogu tellimiseks vajalik teave. Saatke lojaalsetele klientidele tekstisõnumeid. Leidke konkreetsed märksõnad, mis reklaamivad võimalust toidutellimuste esitamiseks. Jne.

### 3. Tehke endale selgeks veebiäri ebaedu põhjused

Veebis tegutsemine on kindlasti erinev sellest, kuidas te varem töötasite. Paljud inimesed tulevad teie veebisaidile menüüd vaatama, kuid ainult väike osa neist teeb tellimuse. Sellel võib olla mitmeid põhjuseid, näiteks:

1. Palusite neil registreeruda, isegi kui selleks ei ole tegelikult vajadust.
2. Veebisaidil on liiga palju tüütuid hüpikaknaid.
3. Veebisaidil ei ole sobivaid maksevõimalusi. Investeerige erinevate maksevõimaluste pakkumisse.
4. Veebisaidil puuduvad sobivad kohaletoimetamise valikud. Laske klientidel kohale tulla ja eined kaasa võtta. Laske neil valida kontaktivaba kohaletoimetamine kulleriga. Andke klientidele võimalikult palju valikuid.
5. Veebisait on aeglane. Inimesed tahavad toitu ja tavaliselt tellivad nad siis, kui neil on kõht tühi. Aeglane süsteem muudab kliendid vihaseks ja vihasel kliendil ei tohi lasta oodata.

## Reklaamige oma äri

Praegusel digitaalajastul on oma äri tutvustamine maailmas lihtsam kui kunagi varem. Siin on mõned näited, kuidas saate oma restorani laiemale publikule reklaamida.

## Digitaalselt

## 1. Looge **sotsiaalmeedia kanalid**

See samm on ülitähtis ja kui seda õigesti kasutatakse, võib see teie restorani klientide arvu märkimisväärselt suurendada. Statistika järgi kasutab üle 77 protsendi USA elanikest aktiivselt sotsiaalmeediat ning üle 170 miljoni inimese kasutab sotsiaalmeediat nutitelefonides iga päev. Seetõttu on sotsiaalmeedias kohalolek teie restorani jaoks väga kasulik. Kõige populaarsemad sotsiaalmeedia kanalid on Facebook ja Instagram. [Integreerides oma Facebooki lehele toidutellimise teenuse](#), saate klientidele pakkuda lihtsamat tellimuste esitamise võimalust.



### **Miks Facebook?**

Facebook on suurim sotsiaalmeedia veebisait maailmas. Seal on väga lihtne reklaamida ja see on kasutajasõbralik. Võite luua üritusi, mis pakuvad huvi kohalikule kogukonnale, näiteks restorani avamisüritus. Samuti võimaldab see teil klientidega hõlpsalt suhelda ja aitab teavet kiiresti levitada.

### **Miks Instagram?**

Toidufotod on visuaalselt ahvatlevad. Kui inimesed tahavad süüa, soovivad nad näha visuaalselt isuäratavaid pilte, mis veenavad neid teie suurepärase toitu proovima. [Siit](#) leiate hea kirjelduse selle kohta, mida me sellega mõtleme.

## 2. Looge Google My Businessi konto

Inimesed leiavad teid Google'ist otsides hõlpsamini üles. [Siin](#) on link, kuidas alustada. Pidage meeles, et Google Mapsis kuvamine võtab aega, sest Google'i kirja füüsiliseks kättesaamiseks peab teil olema registreeritud asukoht. See aitab ka turistidel teid üles leida, mis on vähenenud turistide arvu arvestades ülioluline.

## 3. Looge veebisait ja toidutellimise süsteem

Veebisait on teie restorani digitaalne esindus, mis mõjub professionaalsemalt kui sotsiaalmeedia kanalid. Veebis olev teave peaks olema selge, esindama teie väärtusi, ideid ja olemust. Isegi kui veebilehel on lihtne disain, lisab see ettevõttele usaldusväärust. Lisateavet veebisaidi loomise kohta leiate [siit](#).

## Miks on oluline veebisaiti omada?

Eelkõige selleks, et oleksite leitav. Kuidas inimesed restorane leiavad? Google'ist, otsides märksõnu nagu „parim restoran Kalamajas“, „Aasia toit Tallinnas“ jne. Teie otsimootori turunduse ehk SEO strateegia peab põhinema märksõnadel, mis teie äri iseloomustavad. Põhjaliku juhendi restoranide SEO jaoks leiate [siit](#).

Pidage meeles, et SEO toimima hakkamine võtab aega, enne kui teie äri väärtust toob. Kui soovite kiiresti tulemusi saavutada, võite reklaamida Google'i otsingureklaamide abil. Valige samad märksõnad, mille abil soovite, et teid leitaks, näiteks „Aasia toit Tallinnas“. Kasutage seda võimalust, kui teie restorani nimi pole veel tuntud.

Kui soovite kliente oma konkurentidelt üle võtta, võite reklaamida nende kaubamärki ja loota, et inimesi eksitatakse ja nad tulevad teie juurde. See strateegia ei ole soodne ega pruugi olla tõhus, sest teatud mõttes üritate te kliente lollitada ja inimestele see tavaliselt ei meeldi.

## 4. Laske enda kohta hinnanguid jätta

Soovitused on restorani valimisel üks olulisemaid tegureid.



Laske inimestel enda kohta Facebookis, Google'i kontol, TripAdvisoris ja mujal hinnanguid jätta. Paluge inimestel arvamust avaldada, olge viisakas ja vastake nende kommentaaridele, suhelge endale maine loomise eesmärgil. Hea näide on Vilniuses asuv Būsi trečas. See pole kohalike seas kõige populaarsem söögikoht, küll aga turistide seas, sest seda on palju hinnatud ja selle kohta leiab TripAdvisorist suurepäraseid arvamusi. Nii et ärge jätke kasutamata võimalust jõuda erinevate sihtrühmadeni, sest teie ettevõtte võidab sellest.

## **5. Looge sisu, suhelge suunamudijatega, suurendage autoriteeti**

Tundmatud restoranid jäävadki tundmatuteks, kui nad ise endale nime ei tee. Esitledes end kui „kõige tervislikuma toiduga restoran linnas“, peate näitama oma teadmisi ja tõestama, et olete selles äris tõepoolest parim. Kutsuge enda juurde tuntud suunamudijaid. Nad proovivad teie toitu ja annavad sellele hinnangu, tehes teile sellega soodsa hinnaga reklaami, mis jõuab laia publikuni. Korraldage üritusi uute roogade tutvustamiseks või toidutrendide koolitusi ning laske osalejatel oma tegemisi sotsiaalmeedias kajastada.

### **Väljaspool veebi**

Ehkki äri tuntuse kogumiseks on internet kõikvõimas, ei tohi unustada ka traditsioonilist reklaami. Eriolukorra ajal on kõik veebivälised meetodid vähem tõhusad, sest paljud inimesed ei lähe välja ja nad ei näe teie restorani reklaamimiseks tehtud tööd. Sel juhul tuleb paigutada reklaamid kohtadesse, mida inimesed ka eriolukorra ajal märkavad, näiteks populaarse kergliiklustee äärde, kaupluste lähedusse või bussipeatustesse.

Restoranis ülejääva toidu saate anda abivajajatele – annetage see heategevusorganisatsioonidele või vähekindlustatud peredele. Lisaks sellele, et teete heateo, võib see olla teie restoranile ka hea reklaam, kui leiate oma tegemiste jagamiseks tasakaaluka, mitte kiitleva viisi.

Siin on mõned näpunäited, mida võtta arvesse oma restorani loomisel ja reklaamimisel.

# 1. Asukoht on esmatähtis

Õeldakse, et asukoht on restorani valimisel inimeste jaoks kõige olulisem tegur. Otsige kohti, kus inimesed kogunevad. Ärge kartke alustada oma äri teiste konkurentide lähedal, kui see võib teile kasu tuua. Hotellingi ruumilise konkurentsi mudel (mis on keeruline ainult nime poolest) ütleb, et ettevõtted soovivad asuda oma potentsiaalse kliendipopulatsiooni keskme läheduses, et meelitada võimalikult palju kliente.

Huvitavate faktide blogis [The IFOD](#) on seda mudelit selgitatud järgmiselt: „Kui eksisteerib mitu konkurenti, oleks mõistlik, et nad teeksid koostööd ja paikneksid selliselt, et igal konkurendil oleks osa kliendipopulatsioonist. Kuid konkurendid ei tee koostööd, nii et sedalaadi kokkulepe ei toimi (või siis mänguteooria termineid kasutades ei ole see jõudnud „Nashi tasakaaluni“). Iga konkurent teeb ühel ajal otsuse kolida parimasse asukohta. Nashi tasakaal esineb punktis, kus ükski konkurent ei saa oma praegusest strateegiast kõrvale kaldudes oma positsiooni parandada. Nashi tasakaal tekib siis, kui kõik konkurendid on potentsiaalseid kliente arvestades optimaalsesse asukohta liikunud. Põhimõtteliselt on erinevate asustustihedusega piirkondade jaoks ainult mõned optimaalsed asukohad (või ainult üks) ja konkurentsi matemaatika viib kõik konkurendid optimaalsesse asukohta.

Või nagu ütles Jonathan Becher SAP-ist: „Kui jaemüüja avab uue asukoha praegusest klastrist eemal, on sellel kaks võimalikku tulemust:

1. See ei meelita piisavalt kliente ja äri suletakse.
2. Äri on edukas ja selle tõttu tekib lähedusse konkureerivaid poode.

Igal juhul jääb klastrisse kogunemine normiks.”

## 2. Olge aktiivne

Osalege kohalikel üritustel toitlustajana. Näidake oma oskusi võistlustel osaledes (linna parim barista, parima burgeri võistlus jne). Süvendage oma teadmisi, osaledes konverentsidel (sommeljeed jne). Näidake inimestele, et teete oma tööd kirega.

### 3. Flaierid ja kupongid

Jagage inimestele flaiereid. See võib toimuda teie restorani ümbruses või naabruskonnas. Boonuseks on see, kui need on inimesed, keda te tunnete. Võite jagada ka kuponge, mis annavad esimesel korral 10 protsenti soodustust. Heaks näiteks on Downtown Food Hall, kes pakkus oma klientidele pika kehtivusajaga kuponge, mida kliendid saavad kasutada koroonaviiruse teise laine ajal või pärast seda. Paljudele inimestele meeldivad soodustused ja sooduskupong võib motiveerida just teie restorani külastama.

# Edulood



Siin on mõned uuenduslikud ideed, mida kasutasid restoranid edukalt COVID-19 esimese laine ajal. Laske neil ideedel ennast inspireerida!

## 1. Ettetellimine. Lausa mitu päeva!

Paesano on Šotimaal Glasgow lääneosas asuv pitsarestoran. See on kohalike lemmik, kuid oli pandeemia ajal sunnitud klientide kohapeal teenindamise lõpetama. Ehkki klientidel ei olnud võimalik ruumidesse siseneda, said töötajad ja omanikud siiski tööd jätkata ning äri edenes. Paesano võttis kasutusele mobiilirakenduse, kus saab pitsa elavas järjekorras mitu päeva ette tellida. Mobiilist tellitud pitsa saab kaasa haarata toidupoest tulles või lasta toidukulleril selle kohale toimetada. Võiks ju arvata, et inimesed pole nõus pitsatellimuse järele mitu päeva ootama, aga Paesano oli ainus söögikoht üle miljoni inimesega piirkonnas, mis jätkas tööd, rikkumata seejuures ühtegi eriolukorra reeglit. Ettevõtte käive kasvas eriolukorra ajal jõudsasti ja pitsarestoran sai ka tuntust oluliselt juurde.

## 2. Parem kliendikogemus ja ülikiire kohalevedu

Peetri Pizza ligi 50 pitsarestorani müüvad Eesti turul aastas üle 1,2 miljoni pitsa. 2020 oli ettevõtte jaoks märgiline aasta. Arvestades COVID-19 mõju kevadel kogu Eesti turule, hakkas Peetri Pizza järk-järgult uuenema ning turule tuuakse Peetri Pizza 2.0. Järgmiste aastate jooksul on plaanis kaubamärki uuendada, turule tuuakse uusi maitseid, laiendatakse menüüd ja luuakse uus koduleht koos tellimusplatvormiga. Loodud on ka uus teenindusstandard ja Pitsameistrite Akadeemia. Pitsa korral on kiire ja kvaliteetne tarne punktist A punkti B ülioluline. Peetri Pizza tarnepartneriks pitsade kohaletoimetamisel on ZITICITY kullerid ja keskmine tarneaeg Tallinnas on vaid 15 minutit. Keerulises kriisiolukorras leidis ettevõtte viisi, kuidas pakkuda klientidele senisest veelgi paremat kogemust ja teha uuenduskuur läbi kogu ettevõttes.

## 3. Koostöö restoranide vahel ja uus platvorm

COVID-19 esimese laine ajal alustasid koostööd mitmed Eesti hinnatud restoranid, kes tulid üheskoos välja uue toidu kojuveo platvormiga [Nosi.ee](#). Platvormi loomise eesmärk on toidu kojuveo lihtsustamine ja restoranidele soodsama alternatiivi pakkumine, et äri jätkamine oleks võimalik ka kriisiajal.

Nosi logistikapartneriks on ZITICITY, mille tõhusalt optimeeritud kullersüsteem võimaldab pakkuda restoranidele kuus korda soodsamat kojuvedu kui näiteks Bolt Food või Wolt. Platvormiga on mõnekuuse tegutsemisaja jooksul liitunud juba 260 Eesti restorani.

## 4. Üleliigsest vabanemine ja seejuures kasumi teenimine

Tšehhis käivitati edukas kampaania, mis aitas kohalikel õlletootjatel oma äri säilitada. Et sissetulekuid mitte kaotada, loodi veebisait Zachran Pivo, kus kõik kohalikud õlletootjad pandi digitaalsele kaardile ja nad said oma üleliigse õlle maha müüa ilma kasumit kaotamata. Kampaania osutus ülitedukaks. Sarnast lahendust kasutavad ka restoranid. Rakendus nimega Resq Club võimaldab õhtuti tellida soodsa hinnaga kvaliteetset restoranitoitu, mis tuleks restoranil muidu ära visata. Näiteks Helsingis edukalt toimiv rakendus pole Eestis kahjuks käima läinud. Võibolla võiks teie restoran olla eestvedajaks? Tehke koostööd teiste toiduettevõtjatega ja looge ühine veebisait, kus inimesed näevad teie menüüd ja saavad sealt tellida. See on hea võimalus mitte ainult toidu raiskamise vähendamiseks ja kasumlikumaks äritegevuseks, vaid ka meedia ja klientide tähelepanu saavutamiseks.

## 5. Ajas tagasimine

COVID-19 on üks tänapäeva suurimaid pandeemiaid. Katkud on inimeste igapäevaelu mõjutanud aga mitmeid sajandeid. Alates XIV sajandist olid Firenze veinikeldritel väikesed veiniaknad, mida kasutati jookide serveerimiseks distantsilt ja samal ajal välditi katku levikut. Kevadise eriolukorra ajal kasutas seda sajanditevanust strateegiat uuesti näiteks Firenze asuv Osteria Della Brache. See mõte võib olla kasulik ka teie restoranile ning pakkuda eriolukorras ajaproovi läbinud meetodit klientide teenindamiseks ja ohutuse tagamiseks.