



ΠΡΟΪΟΝΤΑ
HORECA

Ατομικές
συσκευασίες
με την δική σας
ταυτότητα

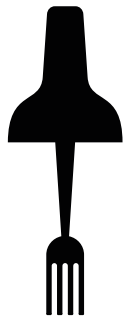
Η ΦΑΙΔΩΝ, με πείρα και παράδοση για πάνω από 50 χρόνια, σας δίνει την δυνατότητα να παρέχετε στους πελάτες σας ατομικά συσκευασμένα μπισκότα, cookies, κεκάκια και άλλα συνοδευτικά του καφέ, με τα εξής πλεονεκτήματα :

- ✓ Υψηλή, σταθερή ποιότητα και γεύση.
- ✓ Αναγραφή συστατικών και ημερομηνίας λήξης.
- ✓ Μικρό κόστος ανά μερίδα.
- ✓ Υγιονομική ασφάλεια πελατών & εργαζομένων.
- ✓ Αναγνωρισιμότητα.
- ✓ Δυνατότητα εκτύπωσης του λογοτύπου σας στη συσκευασία.



 www.facebook.com/Fedon.Cookies

ΦΑΙΔΩΝ Α.Ε., Νέα Σάντα Κιλκίς, Τ.Κ.61100
Τηλ.: 23410 64820, Fax : 23410 64824
e-mail: info@fedon.gr www.fedon.gr



HORECA. OPEN

Powered by
FnB Daily

ΤΟ ΑΠΟΛΥΤΟ NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ HORECA.



Με την υποστήριξη της πρωτοβουλίας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ

Παρασκευή 25 Σεπτεμβρίου 2020 ΤΕΥΧΟΣ #11

• ΜΥΡΩΜΕΝΗ ΒΑΤΟΣ ΠΕΝΤΕ ΝΕΑ RTD COCKTAILS ΓΙΑ HORECA ΚΑΙ ΣΠΙΤΙ



«Η κρίση του κορονοϊού είναι αλήθεια πως δυσκόλεψε τη λειτουργία των εστιατορίων και των bars, ενώ έριξε την ψυχολογία των καταναλωτών, οι οποίοι πλέον δεν δαπανούν τα ίδια χρήματα με το παρελθόν για τη διασκέδασή τους. Ωστόσο, η κρίση πρέπει να αντιμετωπιστεί με ανάπτυξη κωδικολογίου και λανσαρίσματα νέων προϊόντων, τα οποία θα καλύψουν τις νέες καταναλωτικές ανάγκες», δηλώνει στο Horeca Open ο Θανάσης Λιολιόπουλος, διευθυντής πωλήσεων της Μυρωμένη Βάτος. Η ποτοποιία παράγει το νέο VeeVee South Village, το οποίο λάνσαρε στην αγορά πέντε εμφιαλωμένα cocktails. Πιο συγκεκριμένα, τα:

- Blind Pirate
- Double Punch
- Luna Park
- Med Smash
- Bitter Sweet

«Η ανταπόκριση του κόσμου είναι θετική και φαίνεται πως το καταναλωτικό κοινό έχει αγκαλιάσει την προσπάθειά μας», αναφέρει χαρακτηριστικά ο Θανάσης Λιολιόπουλος και προσθέτει πως «τα νέα cocktails έχουν επεκταθεί γεωγραφικά τόσο στη Β.Ελλάδα, όσο και σταδιακά στην Αθήνα. Απευθύνονται σε:

- Ξενοδοχεία
- Εστιατόρια
- Bars

ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΚΑΡΑΝΤΙΝΑ

Τα νέα cocktails έχουν ως στόχο την κατανάλωση όχι μόνο στα καταστήματα, αλλά και στο σπίτι. Όπως αναφέρουν στελέχη της εταιρείας, η νέα τάση, που διαμορφώνεται, είναι αυτή της κατανάλωσης ποτών κατ' οίκον. Κατά τη διάρκεια της καραντίνας, έγινε όλη η προεργασία. Βασικός άξονας της προσπάθειας ήταν τα συστατικά να είναι ελληνικά, ώστε να υποστηριχθούν τα τοπικά προϊόντα, από φρούτα μέχρι βότανα και μπαχαρικά. Τα προϊόντα της εταιρείας είναι premium και περιλαμβάνουν:

- Negroni
- Cocktails
- Emon Aronia
- Bitter
- Emon Relax
- Liqueur

EDITORIAL

Rising like a phoenix

Στη Notice Content and Services προσπαθούμε πάντα να βλέπουμε το ποτήρι μισογεμάτο, παρά μισοάδειο.

Χωρίς να αγνοούμε την πραγματικότητα, λειτουργούμε και γράφουμε πάντα με ρεαλισμό, όχι, όμως, με μεμψιμοιρία και απαισιοδοξία.

Γι' αυτό, άλλωστε, και μέσα σε αυτή την κρίση, βγάλαμε στον αέρα και νέα projects, όπως το HORECA OPEN, με σκοπό να στηρίξουμε το δοκιμαζόμενο κλάδο εστίασης και ξενοδοχείων και να βοηθήσουμε τις επιχειρήσεις να βρουν λύσεις και διεξόδους.

Στην κατεύθυνση αυτή, με το σημερινό τεύχος επιχειρούμε τόσο να επιβραβεύσουμε τους επιχειρηματίες, που βλέπουν και άλλες ευκαιρίες και δεν μένουν με σταυρωμένα τα χέρια, όσο και να (απο-)δείξουμε ότι μόνο με το βλέμμα μπροστά, με ρίσκο και με δουλειά μπορεί να αντιμετωπιστεί οποιαδήποτε κρίση.

Χωρίς αμφιβολία, υπάρχουν και περιπτώσεις επιχειρήσεων, στις οποίες τα περιοριστικά μέτρα για την πανδημία έδωσαν τη χαριστική βολή, με αποτέλεσμα να οδηγηθούν στο λουκέτο, ή να φυτοζωούν.

Τόσο, όμως, αυτοί οι επιχειρηματίες, όσο και αυτοί, που πηγαίνουν καλύτερα, οφείλουν να τολμούν και να τοποθετούνται με κάθε τρόπο στην αγορά αυτή την περίοδο.

Και, αν δεν μπορούν μόνοι τους, υπάρχουν πάντα οι συνεργασίες, με ισχυρότερους ή/και υγιέστερους.

Μόνο έτσι το σύνολο του κλάδου HORECA θα μπορέσει να σταθεί στα πόδια του, να λειτουργήσει στο δύσκολο χειμώνα, που έρχεται, και να είναι έτοιμος για μια καλύτερη - ελπίζω - θερινή σεζόν το 2021.

Να αναγεννηθεί, δηλαδή, από τις στάχτες του...

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr



Γιάννης Λιόκας, Executive Chef, Monzu

• MONZU ΝΤΕΜΠΟΥΤΟ ΕΝ ΜΕΣΩ ΚΟΡΟΝΟΪΟΥ

Το Monzu στην Κηφισιά άνοιξε πρόσφατα τις πόρτες του στο κοινό εν μέσω της κρίσης του κορονοϊού και ενός πιθανού δεύτερου κύματος lockdown. «Η ανάπτυξη είναι η απάντηση στην κρίση. Το στοίχημα το έχουμε κερδίσει, καθώς ο κόσμος, παρά την πεσμένη του ψυχολογία λόγω της πανδημίας, αγκάλισσε την προσπάθεια και έχουμε καθημερινά να εξυπηρετήσουμε αρκετούς πελάτες. Ωστόσο, πρέπει να συνεχίζουμε να έχουμε τις καλύτερες δυνατές υπηρεσίες και να προσέχουμε τα πιάτα μας», δηλώνει στο Horeca Open ο Γιάννης Λιόκας, Executive Chef του γνωστού εστιατορίου.

ΤΑ ΜΥΣΤΙΚΑ ΤΟΥ MENU

«Τα πιάτα, που θα προσφέρεις στον κόσμο, πρέπει να είναι προσεγμένα, ακόμη περισσότερο στην κρίση που διανύουμε. Οι πελάτες είναι απαιτητικοί και θέλουν, εκτός από την εμφάνιση των πιάτων, να υπάρχει και η αντίστοιχη ποιότητα. Στο εστιατόριο χρησιμοποιούμε ιταλικά πιάτα, διαφοροποιημένα, όμως, με ιταλικές συνταγές, βάζοντας τη δική μας πινελιά», αναφέρει ο Γιάννης Λιόκας.

Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΑΣ

«Η οργάνωση, που απαιτείται εν μέσω της πανδημίας, και που ούτως ή άλλως πρέπει να υφίσταται, έχει ιδιαίτερη σημασία.



Η οργάνωση, που απαιτείται εν μέσω της πανδημίας, και που ούτως ή άλλως πρέπει να υφίσταται, έχει ιδιαίτερη σημασία. Ο κόσμος παρατηρεί τις λεπτομέρειες και τις κρίνει αυστηρά.



Ο κόσμος παρατηρεί τις λεπτομέρειες και τις κρίνει αυστηρά. Αυτό, που έχουμε καταφέρει στο εστιατόριο, είναι να δώσουμε έμφαση στη λεπτομέρεια», δηλώνει ο Executive Chef.

ΥΓΙΕΙΝΗ

Τέλος, ο κ.Λιόκας αναφέρει πως «πρέπει να δίνεται μεγάλη σημασία στην υγιεινή. Έχουμε αντισηπτικά σε κάθε τραπέζι, σε κάθε μέρος του εστιατορίου και τα μαχαίρο-ροπίρουνά είναι συσκευασμένα. Τα γάντια και οι μάσκες στο προσωπικό είναι κάτι, που είναι αυτονόητο πλέον, όμως μόνο μέσα από τα μέτρα υγιεινής, οι πελάτες αισθάνονται ασφαλείς και μπορούν με ηρεμία να απολαύσουν τον χώρο και το menu».

HORECAOPINION

Θάνατος

«Οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες συνεχίζουν να προχωράνε» είχε πει ο ιδρυτής της ξενοδοχειακής αυτοκρατορίας Hilton, Conrad Hilton. Και πράγματι, ότι δεν εξελίσσεται...πεθαίνει. Και ότι πεθαίνει δεν εξελίσσεται. Ο Conrad Hilton δεν γνώρισε κορονοϊό, έζησε όμως δύο παγκόσμιους πολέμους και τη μεγάλη ύφεση του 1929 στις ΗΠΑ. Αυτές οι εμπειρίες δεν τον πτόησαν, αντιθέτως τον πείσμωνσαν και το αποτέλεσμα ήταν τα ξενοδοχεία Hilton να έχουν επεκταθεί στον κόσμο και ν' αποτελούν πρότυπο διαχείρισης κρίσεων. Επιστροφή στο παρόν: Σήμερα ο κλάδος Horeca αντιμετωπίζει μια άνευ προηγουμένου κρίση. Σύμφωνα με όλες τις έρευνες η απώλεια του τζίρου των επιχειρήσεων του κλάδου θα ξεπεράσει το 40%, ενώ η πτώση της κατανάλωσης αναμένεται να συνεχίσει - σε μικρότερο βαθμό- να επηρεάζει τα οικονομικά του κλάδου. Όμως μέσα στην κρίση υπάρχουν εταιρείες που αναπτύσσονται και συνεχίζουν το επενδυτικό τους πλάνο. Κατά πάσα πιθανότητα θα είναι και αυτές, που θα επιβιώσουν και θα αυξήσουν τα μερίδια αγοράς τους. Τα σημερινά ρεπορτάζ του Horeca Open είναι χαρακτηριστικά. Τόσο στο εξωτερικό, όσο και στην Ελλάδα ανοίγουν νέα καταστήματα. Νέες προσπάθειες δείχνουν τον δρόμο της ανάκαμψης του κλάδου. Το σημαντικότερο είναι πως οι προσπάθειες αυτές δεν περιορίζονται μόνο στο άνοιγμα καταστημάτων, αλλά και στην παραγωγή καινοτόμων προϊόντων, που έχουν ως στόχο να καλύψουν τις νέες ανάγκες, οι οποίες αναδείχθηκαν από την κρίση του κορονοϊού. Οι επιχειρήσεις φαίνεται πως προτιμούν την επέκταση και την ανάπτυξη, από τον...θάνατο.

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

• **HORECA IN THE WORLD**

ΤΡΙΑ CASE STUDIES ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΝ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Η κρίση του κορονοϊού έχει αλλάξει τον τρόπο λειτουργίας του κλάδου Horeca και με τα απόνερα των οικονομικών επιπτώσεων της πανδημίας να είναι αισθητά στον κλάδο της εστίασης, πολλές ξένες επιχειρήσεις δοκιμάζουν να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους. Αυτή η επέκταση περιλαμβάνει, από την ανάπτυξη του δικτύου των καταστημάτων, έως και την ανανέωση του menu. Το Horeca Open παρουσιάζει τρεις ιστορίες ανάπτυξης εταιρειών εστίασης εν μέσω κορονοϊού.

DONATOS PIZZA: ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ ΤΗΝ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ

«Καθώς η κρίση του κορονοϊού δοκιμάζει τις αντοχές των επιχειρήσεων της εστίασης με πολλούς τρόπους, είμαστε ικανοί να αναπτυχθούμε παρά την πανδημία. Σε αυτή τη δύσκολη και αβέβαιη περίοδο, η επέκταση του δικτύου μας αποτελεί μεγάλη πρόκληση. Είμαστε ενθουσιασμένοι με τη δυναμική, που αναπτύσσουμε, και από την ανταπόκριση του κόσμου σε αυτή την προσπάθεια ανάπτυξης του δικτύου μας. Στόχος μας είναι όχι μόνο το άνοιγμα ιδιόκτητων καταστημάτων, αλλά και franchise», δηλώνει ο Αντιπρόεδρος της Donatos, Jeff Baldwin. Από τον Απρίλιο, και με τα περιοριστικά μέτρα σε ισχύ, η εταιρεία ξεκίνησε το πλάνο επέκτασης των εστιατορίων της. Πιο συγκεκριμένα:

- Στις 28 Απριλίου άνοιξε στο Dayton του Ohio
- Στις 19 Μαΐου στο Highland Heights στο Kentucky
- Στις 2 Ιουνίου στο Jacksonville Beach της Florida
- Στις 9 Ιουνίου στο Evansville της Indiana
- Στις 25 Αυγούστου στο Bowling Green στο Kentucky
- Στη 1 Σεπτεμβρίου στο Winter Park της Florida

Η εταιρεία αναμένεται να ανοίξει τουλάχιστον τρία νέα εστιατόρια έως το τέλος του έτους και πάνω από 30 σε μη παραδοσιακά σημεία πώλησης. Εκτός όμως από την επέκταση των εστιατορίων, η αλυσίδα έχει ανακαινίσει πλήρως το εσωτερικό των εστιατορίων της, με σκοπό την προσέλκυση περισσότερων καταναλωτών, ενώ έχει δώσει ιδιαίτερη έμφαση στο delivery, το οποίο καταγράφει διψήφια ποσοστά ανάπτυξης.

CHICKEN CHICK: ΑΝΟΙΓΕΙ ΤΟ ΠΕΜΠΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

Το Chicken Salad Chick, το concept εστιατορίων, που φημίζεται για τις σαλάτες του, ανακοίνωσε πως θα επεκταθεί στην Oklahoma, με το νέο εστιατόριο στο Chisholm Creek. Το νέο κατάστημα είναι το πέμπτο εστιατόριο στη συγκεκριμένη πολιτεία, ενώ το opening θα γίνει στις 29 Σεπτεμβρίου, όπου θα δοθούν στους καταναλωτές και παρισταμένους δωρεάν σαλάτες. Το νέο εστιατόριο θα τηρεί όλα τα μέτρα ασφαλείας και θα τηρούνται οι αποστάσεις. Η αλυσίδα εστίασης διοικείται από την Molly McGill, με περισσότερα από 20 χρόνια εμπειρίας στο management εστιατορίων, καθώς έχει περάσει και από επικεφαλής επέκτασης της McDonalds. Κατά τη διάρκεια της καραντίνας, η εταιρεία άνοιξε τέσσερα ακόμη εστιατόρια στις εξής περιοχές:

- Tulsa
- Edmond
- Nickols Hills
- Chisholm Creek

HUMMUS & PITA: ΜΠΑΙΝΕΙ ΣΤΗ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

Η αλυσίδα Hummus & Pita αποφάσισε να ανανεώσει το menu της, μπαίνοντας στην αγορά των:

- Plant-based προϊόντων
- Μεσογειακής διατροφής

«Πάντα πίστευα στην καινοτομία, όμως με την κρίση του κορονοϊού, η ανάγκη για νέα προϊόντα μπορεί να είναι η απάντηση στην κρίση της πανδημίας. Με την είσοδό μας σε δύο νέες κατηγορίες, απαντάμε στις ανάγκες του καταναλωτικού κοινού για υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή», δηλώνει ο Dave Pessa, συνιδρυτής της αλυσίδας. Η εταιρεία λανσάρει το Black Bean Hummus, το οποίο είναι παρασκευασμένο από μεσογειακά προϊόντα, ενώ επίσης λανσάρει τα :

- Vegan Gyro
- Corfu Cauliflower Rice
- AvoGanoush



• **ΕΣΤΙΑΣΗ**

ΤΟ ΕΜΒΟΛΙΟ ΥΠΑΡΧΕΙ - ΤΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΤΟΥ ELLYZ CAFE ΚΑΙ ΤΗΣ COFFEE BERRY

Του Δημήτρη Μήτου*

Αναμφισβήτητα ο Έλληνας επιχειρηματίας είναι ένα είδος ιδιαίτερα ανθεκτικό στις αντίξοες συνθήκες και στις δυσκολίες. Έμαθε για χρόνια να αντιμετωπίζει ένα κρατικό μηχανισμό διεφθαρμένο, ένα δημόσιο σύστημα αργό κι αναποτελεσματικό που ξέρει μόνο τον τρόπο να τοποθετεί εμπόδια σε κάθε επιχειρηματική προσπάθεια. Ιδιαίτερα ο Έλληνας επιχειρηματίας στον χώρο της εστίασης, λειτουργεί και εκπαιδεύτηκε να ανταπεξέρχεται ανάμεσα στην σκύλα της παράνοιας και στη Χάρυβδη της υπερφορολόγησης.

ΣΥΝΕΤΑΙΡΟΣ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ

Με συντάιρο το κράτος κάθε επιχειρηματική προσπάθεια στον χώρο της εστίασης καθίσταται ασύμφορη και η επιβίωση οριακή. Κι όμως, ο Έλληνας επιχειρηματίας παρ' όλα αυτά, πάντοτε κατάφερνε να ανταπεξέρχεται, να επιβιώνει και πολύ συχνά να μεγαλουργεί.

Αντιμέτωπος ακόμα και τη δεκαετή κρίση και βρήκε και πάλι τον τρόπο να τα καταφέρει. Το 2019, βγαίνοντας από την κρίση γεμάτος αισιοδοξία και ελπίδα, μπήκε στη διαδικασία να σχεδιάσει τις νέες του επιχειρηματικές κινήσεις. Η διακόσμηση στην εστίαση έχει ανέβει σε άλλο επίπεδο.

ΜΗ ΠΡΟΒΛΕΨΙΜΟΣ Ο ΚΟΡΟΝΟΪΟΣ

Είναι κοινή ομολογία ότι τα Ελληνικά καφέ και εστιατόρια είναι από τα πιο όμορφα του κόσμου. Η Ελληνική κουζίνα κατακτά διεθνώς διακρίσεις και αναγνωρίζεται από τους μεγαλύτερους σεφ του κόσμου. Δυστυχώς το 2020 επιφύλασσε δυσάρεστες εκπλήξεις, τις οποίες κανείς δεν μπορούσε να προβλέψει ακόμα και στα χειρότερα σενάρια επιστημονικής φαντασίας. Ο Κορονοϊός έφερε στους καταναλωτές, τρόπο, ανασφάλεια και τεράστιο πρωτοφανή περιορισμό της κατανάλωσης.

ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΜΕΛΛΟΝ

Από τη μία το γεγονός ότι το πρόβλημα ήταν σε παγκόσμιο επίπεδο μεγάλωσε την ανασφάλεια για το μέλλον των απανταχού επιχειρηματιών και από την άλλη το ίδιο γεγονός προσέφερε το συναίσθημα ότι κανείς δεν είναι μόνος στο πρόβλημα. Το ερώτημα τι μέλλει γενέσθαι; Υπάρχει

επιχειρηματικό μέλλον; Η απάντηση είναι ξεκάθαρη: Εννοείται.

ΤΑ ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ

Αρκεί να γυρίσουμε αρκετά πίσω και θα δούμε ότι υπάρχουν επιχειρήσεις που έχουν χρονολογία ίδρυσης το 1913 (Βαλκανικοί πόλεμοι), το 1922 (Μικρασιατική καταστροφή), το 1940 (Β' παγκόσμιος πόλεμος), το 1945 (εμφύλιος πόλεμος) κ.ο.κ. Αξίζει πολύ στην ίδια αναδρομή στο παρελθόν να παρατηρήσουμε ότι μέσα στις πιο δύσκολες περιόδους της σύγχρονης Ελληνικής ιστορίας μέσα στην απόλυτη φτώχεια, τον πόλεμο, στα συντρίμια και στα χαλάσματα γεννιόντουσαν παιδιά! Γεννιόταν η ελπίδα κι ανασταίνονταν η ζωή και χτίζονταν το μέλλον. Είναι στη φύση του ανθρώπου η ροπή προς τη δημιουργία, το κυνήγι της ελπίδας και η νίκη του καλού πάνω στο κάθε τι κακό κι άσχημο. Αντίστοιχα την ίδια ροπή έχει και ο δυναμικός επιχειρηματίας.

ΠΟΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΘΑ ΤΑ ΚΑΤΑΦΕΡΕΙ;

Προφανώς δεν τα καταφέρνει ο γκρινιάρης, μεμφίμοιρος επιχειρηματίας που ψάχνει ώμο να κλάψει και να δικαιολογήσει την παραίτηση από την μάχη. Λίγα, ελάχιστα πράγματα χαρίζονται στη ζωή και στην επιχειρηματικότητα. Η εστίαση είναι μια δύσκολη πίστα και λίγοι μπορούν να νικήσουν.

Τα καταφέρνει ο επιχειρηματίας, ο οποίος οργανώνεται, ξεοδεύει μόνο αυτά που έχει, ο επιχειρηματίας που δεν τα παρατά, που έχει όραμα, πάθος και εργάζεται σκληρά για να τα πετύχει.

Η ΠΑΡΟΜΟΙΩΣΗ

Ο πυγμάχος για να μπει στο ρινγκ, προκειμένου να αντιμετωπίσει τον αντίπαλό του και να διεκδικήσει τη νίκη ή κάποιον τίτλο, έχει στερηθεί το καλό φαγητό, το ξενύχτι, το τσιγάρο και πολλές άλλες απολαύσεις. Έχει επενδύσει ατέλειωτες ώρες στην προπόνηση, παλεύοντας να ξεπεράσει τα όριά του αλλά κυρίως τον ίδιο του τον εαυτό. Παλεύει πάνω απ' όλα να νικήσει το ύπουλο ανθρωπάκι μέσα του, που του προσφέρει μια τζούρα από τσιγάρο, ένα παγωτό, και μια σειρά από ξενύχτια με διασκέδαση και ατέλειωτα ποτά... Το ανθρωπάκι που του λέει ότι δεν θα τα κα-



ταφέρει, του λέει ότι ο αντίπαλος είναι πιο δυνατός, πιο έμπειρος και θα τον τσακίσει στο ξύλο.

Ο πυγμάχος που τελικά τα καταφέρνει, αγνοεί τις προκλήσεις και τους φόβους του και βλέπει μόνο το όραμά του. Έχει δει τον εαυτό του να πανηγυρίζει κρατώντας στα χέρια του τον τίτλο.

ΣΤΟΧΟΠΡΟΣΗΛΩΣΗ

Το ίδιο συμβαίνει και με τον επιτυχημένο επιχειρηματία. Δεν παρεκκλίνει από το στόχο και το όραμά του. Παλεύει χωρίς σταματημό, χωρίς φόβο, χωρίς επιρροές. Σχεδιάζει με προσοχή και μεθοδικότητα και κατακτά βήμα – βήμα τη διαδρομή μέχρι την επιτυχία.

Υπάρχουν ατέλειωτα παραδείγματα μικρών και μεγάλων επιχειρηματιών που μέσα στην κρίση τα κατάφεραν. Δεν άντεξαν απλά. Πάλεψαν σκληρά για να νικήσουν και τα κατάφεραν!!

ΤΟ ELLYZ CAFE

Το Ellyz café ξεκίνησε την δραστηριότητά του μέσα στο μοναστηράκι, ανάμεσα σε μία αγορά που λειτουργούσαν κυρίως παλαιοπωλεία. Μ' ένα ξεκάθαρο, καινοτόμο, μοναδικό concept ξεχώρισε αμέσως και χωρίς διαφήμιση έγινε viral στο Instagram και γενικότερα το word of mouth λειτουργήσε υποδειγματικά καθώς ήταν το μέρος που κάθε νέο κορίτσι θα ήθελε να βρίσκεται, να φωτογραφίζεται και να απολαμβάνει. Ακόμα και τώρα στην περίοδο του Covid δύσκολα βρίσκεται κανείς τραπέζι αλλά πολύ συχνά η μακροσυρτη ουρά δεν τελειώνει καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας.

TIPS ΠΟΥ ΚΕΡΔΙΖΟΥΝ ΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ

Αυτό που δύσκολα μπορεί να αντιληφθεί κανείς είναι η κουλτούρα των επιχειρηματιών. Δεν είναι η ξεχωριστή διακόσμηση, δεν είναι τα μοναδικά εδέσματα, δεν είναι η ποιότητα των πρώτων υλών, δεν είναι το καλό service. Είναι όλα αυτά μαζί, είναι κυρίως το πάθος και το όραμα αυτών των νέων παιδιών που κατέκτησαν σε μόλις ένα χρόνο την αγορά της Αθήνας. Η επιτυχία αυτή δεν έμεινε απαρατήρητη και ήδη διάφοροι επιχειρηματίες από την Ελλάδα, την Κύπρο και από άλλα σημεία του κόσμου ζητούν να αγοράσουν το Franchise του Ellyz café. Η εταιρία συμβούλων The Way ανέλαβε να δομήσει το σύστημα Franchise και να αξιολογήσει τους υποψηφίους συνεργάτες. Το μέλλον προδιαγράφεται απολύτως ρόδινο, όπως και τα λουλούδια που στολίζουν τους τσίχλους του Ellyz café.

ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ COFFEE BERRY

Η Coffee Berry είναι μια εταιρία που ξεκίνησε να ψήνει και να πουλάει καφέ στον κλάδο Horeca με την επωνυμία Delmocca. Στους ιδιοκτήτες της εταιρίας δεν αρκούσε μόνο το εμπόριο. Πνίγονταν γιατί ένιωθαν ότι δεν δίνουν το παραπάνω στον καταναλωτή. Έτσι στην καρδιά της οικονομικής κρίσης σχεδίασαν και χωρίς χρήματα ξεκίνησαν τα Coffee Berry. Η εμμονή στην ποιότητα, η καινοτομία, ξεχωριστή διακόσμηση και κυρίως το ξεκάθαρο Concept έφεραν γρήγορα την επιτυχία. Μόλις σε τέσσερα χρόνια δημιουργήθηκαν 140 καταστήματα σε Ελλάδα, Κύπρο και Αίγυπτο.

ΝΕΕΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ FRANCHISE

Η εταιρία μας η The Way, είναι χαρούμενη για την συνεργασία αυτή και περήφανη διότι το 2020 μέσα στον Covid και το Lockdown

καταφέραμε να υπογράψουμε για λογαριασμό της Coffee Berry 35 νέες συμβάσεις Franchise. Ήδη συζητάμε και αξιολογούμε υποψηφίους από την Ευρώπη, τη Μέση Ανατολή αλλά και την Αμερική. Η Coffee Berry είναι ένα ξεκάθαρο παράδειγμα που δείχνει ότι η επιτυχία δεν έρχεται μόνο σε ιδανικές συνθήκες. Όταν σέβασαι τον καταναλωτή και προσφέρεις υψηλή ποιότητα σε όλα τα επίπεδα έχεις τεράστιες πιθανότητες να τα καταφέρεις.

Προφανώς υπάρχουν ατελείωτα παραδείγματα επιχειρηματιών της εστίασης που ξεχωρίζουν, κερδίζουν και δημιουργούν. Το εμπόλιο στις δυσκολίες είναι το πάθος η αισιοδοξία, το όραμα και κυρίως να προσφέρεις στον καταναλωτή περισσότερο από όσα σε πληρώνει.

**Ο Δημήτρης Μήτος είναι Business Coach, Founder & Owner The Way*

• COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ

ΤΟ CAMPARI ΣΤΗΡΙΖΕΙ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ HO.RE.CA

«Το εμβληματικό ιταλικό ποτό Campari σχεδίασε και υλοποιεί φέτος μια ξεχωριστή δράση με στόχο τη στήριξη του προσωπικού των bars του κλάδου Ho.Re.Ca. στην Ελλάδα, που φέτος μας έχουν όλους περισσότερο ανάγκη από ποτέ. Πρόκειται για την πρωτοβουλία #CheersForTheCause μέσα από την οποία το Campari ενδυναμώνει το έργο του οργανισμού 'Metron Ariston' και μας καλεί να συμμετέχουμε στη συγκέντρωση του μεγαλύτερου tip που δόθηκε ποτέ, για όλους εκείνους που βρίσκονται πίσω από κάθε ποτό που απολαμβάνουμε» αναφέρει η Coca-Cola Τρία Ψίλων σε ανακοίνωσή της.

SHARE ΣΤΟ INSTAGRAM

Αυτό το Σεπτέμβριο, για κάθε share

της φωτογραφίας του Negroni με το hashtag #cheersforthecause και mention @camparigreece, το Campari θα διαθέτει ένα χρηματικό ποσό στην μη κερδοσκοπική εταιρεία Metron Ariston, της οποίας στόχος είναι η ανάδειξη του επαγγελματία, δημιουργώντας ένα δίκτυο προστασίας για την ίδια την κοινωνία των επαγγελματιών.

Με αυτόν τον τρόπο το Campari συνεχίζει να ενώνει την ελληνική κοινότητα των bartenders και του χώρου της εστίασης, σημαντικοί εκπρόσωποι της οποίας συμμετέχουν στο video για την προβολή της ενέργειας, που παρουσιάζουν οι ambassadors του Campari:

- Τόνια Σωτηροπούλου
- Γιώργος Παπακώστας (Chef & Restaurant Owner).



Αμφίδρομη Επικοινωνία με την Αγορά στο horecaopen@notice.gr