

ООО «Информационное правовое агентство Гревцова»

5-й
ежегодный
каталог



Hotel
Restaurant
Cafe

HORECA

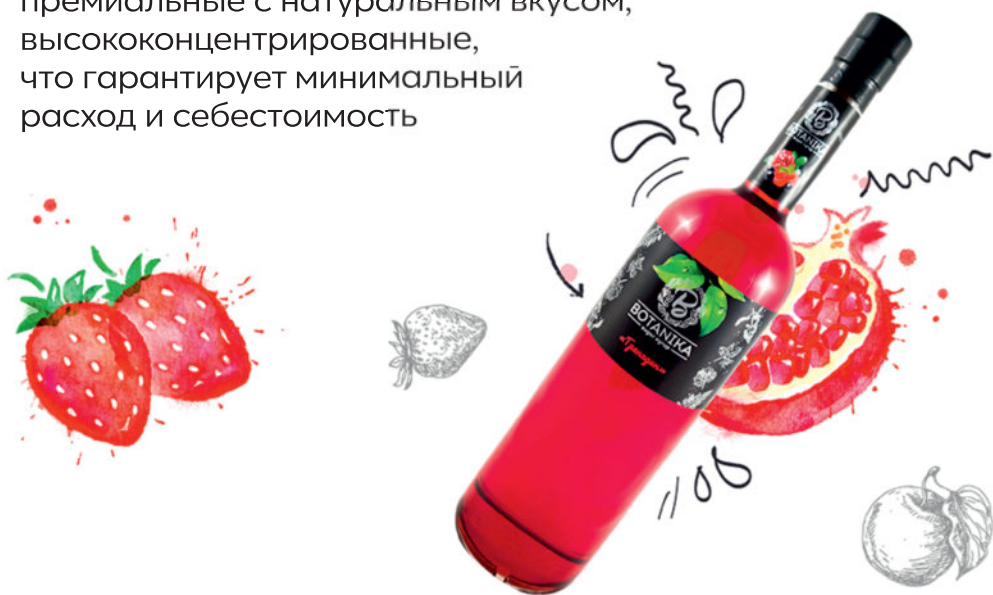
все для индустрии питания

2020

Сахарные сиропы «Ботаника»

- для профессионалов от производителя

премиальные с натуральным вкусом,
высококонцентрированные,
что гарантирует минимальный
расход и себестоимость



Порционная продукция

Преимущества порционных продуктов:

- это удобно и эстетично
- постоянство высокого качества
- расход продукта легко контролировать
- остатки продукта не портятся благодаря надежной защите от внешнего воздействия и имеют больший срок хранения



г. Минск, ул. Бабушкина, 13
+ 375 29 646-03-44 / +375 17 291-87-42 / + 375 29 109-33-96
e-mail: piton-m@yandex.by
www.iceshot.by



ИмЭкс Трейд

Импорт Экспорт Трейд

Комплексное снабжение продуктами питания Отелей, Ресторанов, Кафе

- широкий ассортимент продуктов для Японской, Китайской, Тайской, Вьетнамской, Мексиканской, Итальянской, Европейской, Средиземноморской, Русской, Белорусской кухни, Фаст-Фуда, Баров, Кофеен и др.
- рыба, морепродукты, мясо, птица, картофель фри и картофельные аппетайзеры, мясные и куриные полуфабрикаты, фритюрные масла, сыры, молочные продукты, молочные смеси для мороженого и коктейлей, грибы, ягоды, замороженные хлебобулочные изделия и десерты, соусы, бакалея, специи и приправы, порционные продукты, кофе, напитки и др.



ООО «ИмЭкс Трейд» / УНП 191191598

+ 375 17 396-12-41 / +375 17 252-49-38
www.imextrade.by



г. Минск, ул. Мележа д.1 офис 428
+375 29 767 39 48
+375 44 767 39 48
somasgroup@mail.ru
somas.by

ООО «Сомас Групп» / УНП 192384708

Компания Somas Group — это крупная международная компания в сегменте HoReCa. Мы сотрудничаем с крупнейшими заводами-производителями Западной Европы и США, которые имеют многолетний опыт работы и высочайшее качество производства. Профессиональное кухонное оборудование, предлагаемое нашей компанией, отличается качеством, надежностью и производительностью.



THERMOPLAN -

производит высококачественные суперавтоматические кофемашины для профессионального использования - производство Швейцария

SCRAEGG -

запатентованный прибор для быстрого приготовления амлетов, супов, каш, пюре и множества других блюд, время приготовления до 20 секунд - производство Германия



BWT -

ведущая европейская компания в области технологий очистки воды - производство Австрия

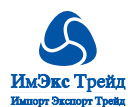


Компания URNEX

специализируется на производстве химических средств для очистки любого вида кофеварочного оборудования с 1936 года - производство США



Официальный дистрибьютор на территории Республики Беларусь
 ООО «ИмЭкс Трейд»
 УНП 191191598
www.imextrade.by





ППИ
ПРОМПРОДИМПЕКС

ВСЕГДА ЕСТЬ ВЫБОР!
КОМПЛЕКСНОЕ ОСНАЩЕНИЕ
ГОСТИНИЦ И РЕСТОРАНОВ
www.ppi.by

Оденем ваш бизнес с иголочки!

Лучшие европейские бренды профессиональной одежды, которые выбирают шеф-повара по всему миру - **Kentaur, Egochef и Bragard**.

А также мировые новинки посуды, барное стекло, кухонный инвентарь, и многое другое...



Приглашаем Вас посетить
наш шоу-рум по адресу:
Минск, Большое Стиклево, 40/1 (2-ой этаж)
пересечение МКАД и Партизанского проспекта
(ст.м. Могилевская)

+375 17 236-16-14
+375 29 336-16-14
www.ppi.by

ИООО «Промпродимпекс» / УНП 800013306



Легендарные соусы "Tabasco®" – пикантность каждого блюда



Соус "Сладко-острый
перечный" ТМ "Tabasco"
150 мл

☎ 190-900



Соус "Перечный в
Баффало стил" ТМ "Tabasco"
150 мл



Соус зеленый
перечный ТМ "Tabasco"
60мл

☎ 900-1200



Соус "Перечный
Шрирача" ТМ "Tabasco"
256 мл



Соус перечный с
чесноком ТМ "Tabasco"
60мл

☎ 1200 - 3000



Соус перечный
Чипотла ТМ "Tabasco"
60 мл.



Соус красный
перечный ТМ "Tabasco"
60мл/150 мл



Соус Хабанеро
ТМ "Tabasco"
60мл

☎ 3000 - 8000




Соус "Луизианский
перечный" ТМ "Tabasco"
60мл

☎ 8000 - 33000

*Шкала Скювилла была изобретена в 1912 году Ее автор фармацевт Уилбер Скювилл. Она отображает количество вещества который отмечает за остроту перца

Официальный дистрибьютор на территории Республики Беларусь
ООО «ИмЭкс Трейд»
УНП 191191598
www.imextrade.by


ИмЭкс Трейд
Импортер Экспорт Трейд

г. Гродно
ул. 17 Сентября, 49А, оф. 8
г. Минск
Меньковский тракт, 23А

+375 29 899-30-29
+375 44 779-30-29
algotrade.by



ООО «АльгоТрейд»
УНП 591019949

Планируете открыть кафе и ищете поставщика качественного оборудования?
Хотите обновить инвентарь своего ресторана или Вам нужен полный комплекс услуг по подключению и обслуживанию оборудования?

- Работаем по всей Беларуси
- Обширный ассортимент
- Удобный сервис

«АльгоТрейд» предлагает комплексное оснащение предприятий общепита и торговли – кафе, ресторанов, столовых, заведений формата «фаст-фуд», крупных пищевых производств.

- **Тепловое оборудование** – конвекционные печи, жарочно-пекарские шкафы, печи для пиццы, плиты, котлы, электросковороды, кипятивильники, жарочные поверхности и др.
- **Холодильное оборудование** – шкафы, витрины, горки, камеры, столы, лари и др.
- **Электромеханическое оборудование** – мясорубки, миксеры, бликсеры, рыбочистки, сыротерки, шприцы для колбас, фаршемешалки, пельменные аппараты и др.
- **Барное оборудование** – миксеры, блендеры, льдогенераторы, сокоохладители и др.
- **Оборудование фаст-фуд** – аппараты для попкорна, сахарной ваты, хот-догов, шаурмы, картофеля фри, грили, вафельницы, блинницы, фритюрницы и др.
- **Кофейное оборудование** – кофемашины, кофеварки, кофемолки, вспениватели и др.
- **Санитарно-гигиеническое оборудование** – ловушки для насекомых, стерилизаторы
- **Упаковочное и весовое оборудование**
- **Хлебопекарное оборудование**
- **Посудомоечные машины** разных видов
- **Водоумягчители**
- **Оборудование из нержавеющей стали** – столы, моечные ванны, зонты вытяжные, подставки и др.

СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО!

Главное для квалифицированного штата компании «АльгоТрейд» – выгода и комфорт клиента. Специалисты внимательно относятся к потребностям заказчиков, оперативно решают поставленные задачи, предлагают гибкие условия сотрудничества и поддерживают при любых возникающих вопросах.

при ссылке
на каталог
скидка **3%**



Готовые к употреблению гастрономические соусы ASTORIA® оптимальны для применения в качестве вкусовых добавок к готовым блюдам. Имеют яркий вкус и густую пластичную консистенцию, с кусочками натуральных вкусоароматических ингредиентов. Внесут изюминку в ваш фирменный рецепт!



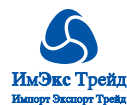
Линейка соусов Астория в дип-пот, 25 г



Линейка соусов Астория в балк, 1 кг



Официальный дистрибьютор на территории Республики Беларусь
ООО «ИмЭкс Трейд»
УНП 191191598
www.imextrade.by



Как наладить работу отеля, чтобы увеличить продажи и повысить уровень сервиса?

Очень часто операционный процесс вовлекает отельера настолько, что времени на то, чтобы посмотреть со стороны на свой бизнес и принять срочные меры практически не остается. Вместе с тем, подобно тому, как «дьявол таится в мелочах», огромная брешь в продажах создается именно там, где вы ее меньше всего ожидаете получить.

Мы побеседовали с практиками-экспертами белорусского рынка гостеприимства и ресторанной сферы, чтобы узнать, какими способами можно увеличить продажи и улучшить уровень сервиса.

1. Наладьте работу по приему входящих звонков.

Ежемесячно мы проверяем методом «Тайный звонок» белорусские отели и в 4 отелях из 5 потенциальный звонок не заканчивается бронированием или заказом услуги. Главная проблема контактных служб – они работают как инфоцентр и не применяют никаких технологий, позволяющих конвертировать звонок в заказ услуги или получение контакта для дальнейшей работы с потенциальным гостем.

Проблема в данном случае кроется не всегда в людях. Чаще всего в отеле упущен какой-либо бизнес-процесс, отсутствует

стандарт приема телефонного звонка или контактные департаменты не обладают необходимой информацией. Данную проблему легко устранить коротким и эффективным обучением сотрудников и формированием наглядного понятного стандарта, который будет легко внедрить и которому будет легко следовать. Помните, любой звонок в ваш отель стоит денег. Денег, которые вы вложили в разработку сайта, рекламу, зарплату маркетолога. И непрофессионально принятый звонок – это потеря не только денег, но и репутации.

2. Определите, кто отвечает за продажи в вашем отеле.

Практика показывает, что в малых и средних отелях функцией специалиста или менеджера по продажам пренебрегают ввиду ограниченности персонала. За продажи отвечают все. Особенно часто эта функция достается службе приема и размещения (Front Office). Но любой опытный управленец скажет: «Если отвечают все, значит не отвечает никто». Здесь важно четко разделять 2 типа продаж:

1) Продающий сервис, который прекрасно может реализовывать служба приема и размещения (грамотная работа со входящими звонками и гостями «от стойки» (walk-in), продажа основных услуг, up-sale, cross-sale и т.д.)

2) Активные продажи заключаются в привлечении потенциальных клиентов, анализе рынка, эффективной работе с имеющейся клиентской базой, мониторинге деятельности конкурентов. Эта функция не может быть совмещена с





работой администратора, потому что он вовлечен в операционную деятельность, и она поглощает все его время.

Вопрос, кому поручить функцию активных продаж, в каждом случае решается индивидуально, но выход есть всегда. Найти опытного менеджера по продажам, особенно со знанием гостиничной отрасли в любом городе крайне сложно, но вы всегда сможете «вырастить» такого человека в своей команде и это станет одной из лучших инвестиций. Он станет прекрасным помощником управляющему, будет нести ответственность за предназначенную только ему функцию и позволит отелю зарабатывать гораздо больше.

3. Предвосхищайте ожидания гостей

Хороший сервис в наши дни, когда путешественники становятся все более искушенными, уже не заключается просто в следовании стандартам. По-настоящему хороший сервис заключается в предвосхищении ожиданий гостя.

Сделайте упражнение. Представьте себе объект гостеприимства, похожий на ваш, но в другой стране. Вы туда отправляетесь как гость, который обычно приезжает к вам. Что вы ожидаете там увидеть? Какой приём получить? О чем бы вы хотели, чтобы отель позаботился, пока вы на пути к нему? Может быть понятную навигацию на подъезде к отелю или еще лучше карту со схемой проезда? А может дополнительные удобства для ребенка, который путешествует вместе с вами и был упомянут при бронировании? Или заготовленный заранее на стойке ресепшн сэндвич,

потому что вы приезжаете поздно, когда ресторан уже не работает?

А после этого подумайте, может ли ваш отель предложить что-то подобное своим гостям и чем удивляете вы? Такое же упражнение можно провести и со своей командой, а лучшую идею внедрить в работу. Вы получите и свежее решение, и счастливого сотрудника, которого услышали и сочли его мнение важным.

4. Оптимизируйте производственные процессы в ресторане

Увеличение прибыли напрямую зависит от работы сердца вашего заведения – кухни, высоких стандартов качества приготовленных блюд.

Иногда, чтобы поднять продажи в ресторане, достаточно просто провести инвентаризацию и оптимизацию производственных процессов. Ввести современные процессы технологии вакуумации продукции, шоковой заморозки, приготовление блюд методом су-вид. Использовать на кухне высокотехнологичное и специальное оборудование. Заменить существующее оборудование на более производительное и одновременно энергосберегающее. В то же время оптимизировать технологию приготовления можно и с учетом уже установленного оборудования на кухне. Основная цель — обеспечить стабильное качество вне зависимости от смены, сократить время приготовления блюд, себестоимость и трудозатраты. И как результат — стабильное качество приготовленных блюд для ваших посетителей и увеличение прибыли заведения.

5. Любите и развивайте свой персонал

Гостеприимство – это бизнес людей для людей. Вы никогда не сможете построить работу отеля и получать прекрасные отзывы, если персонал чувствует себя несчастным. Самыми частыми ошибками здесь, как правило, являются:

- прием на работу человека с высокими компетенциями и ограничение его полномочий и права принятия решений
- запрет общения с коллегами и участия в профессиональных мероприятиях отрасли
- отсутствие обучения персонала в отеле или ресторане, как с профессиональной точки зрения, так и с точки зрения развития личностных качеств сотрудников. Никакая внешняя мотивация сотрудников не будет срабатывать, пока вы не разбудите их внутреннюю мотивацию
- нежелание принимать помощь внешнего аудита сервиса и бизнес-процессов («Тайный гость», «Тайный звонок», операционный аудит объекта). Профессионалам индустрии гостеприимства с многолетним опытом и знанием специфики белорусского рынка извне гораздо легче найти точки, требующие улучшения на конкретном объекте. К внешним специалистам и тренерам персонал, как правило, расположен лучше и это позволяет нам найти лучшее решение проблем с учетом всех факторов. Кроме того, это служит прекрасным инструментом мотивации и проявлением заботы о своей команде.



t.me/phcbelarus

телеграм-канал
с полезной информацией для отельеров



info@phc.company



Елена Конон,

Эксперт-практик в области продаж, маркетинга, PR и управления доходами в сфере гостеприимства. Опыт подготовки специалистов по продажам, маркетингу и управлению доходами в хостелах, загородных и городских отелях 3 и 4 звезд. Соорганизатор Делового гостиничного форума «Три кита гостеприимства». Бизнес-спикер, участник международных конференций по гостеприимству. Опыт работы в государственных и сетевых отелях - 10 лет.



Екатерина Черепович,

Эксперт-практик в сфере общественного питания, эксперт-аудитор, разработчик системы менеджмента качества ХАССП в общественном питании. Более 10 лет опыт производственной деятельности в сфере разработки технологической документации и разработки, сопровождения систем менеджмента качества.

О компании:

PHC: Professional Hospitality Company (ООО «Пиэчси») - белорусская гостиничная компания, чья команда объединяет лучших профессионалов с многолетним опытом в сфере HoReCa на рынке Беларуси, а также наших экспертов из России, Украины, Польши и СНГ, чтобы сделать гостиничный бизнес Беларуси прибыльным и эффективным.

Гостиничная компания PHC специализируется исключительно на работе с предприятиями индустрии гостеприимства и работает на рынке Беларуси с 2017 года. В портфолио компании: участие в открытии и обучение персонала в гостинице «Несвиж» (3 звезды), аудит проекта на стадии строительства отеля «Атриум» (г.Могилев, 4 звезды), аудит деятельности санаториев Беларуси, тренинги и семинары для отельеров и рестораторов, индивидуальные программы обучения для развития карьеры в гостеприимстве.

13 ошибок при открытии отеля

Гостиничный бизнес в Беларуси становится все более привлекательной и интересной сферой. Особенно для непрофильных инвесторов. Однако стоит заметить, что для того, чтобы отель стал зарабатывать деньги, не достаточно просто сделать хороший ремонт и нанять профессиональную команду. Нужно разработать концепцию и четко выполнять принятую у гостиничных девелоперов последовательность действий:

- Идея
- Концепция
- Инвестиции
- Проектирование
- Строительство
- Оснащение
- Открытие
- Управление
- Возврат инвестиций

Какие ошибки чаще всего совершают непрофильные инвесторы, приступая к реализации проекта?

1. Адаптация личного опыта инвестора к условиям рынка

Как правило, лучшие идеи приходят нам во время путешествий. С бизнесами происходит тоже самое. Когда собственники, имеющие возможность много путешествовать и накапливать опыт разнопланового отдыха привозят домой свои идеи и пытаются реализовать их точь-в-точь как они видели, возникают большие проблемы. Одно из главных правил гостиничного бизнеса – «Месторасположение. Месторасположение. Месторасположение». В бизнесе нужно четко понимать потребность и емкость рынка. Поэтому не всегда Шале или SPA-комплекс, которые так нравятся инвестору в горах какой-нибудь европейской страны смогут быть также успешны в Беларуси.

2. Излишние необоснованные вложения

На сегодняшний день на рынке также сильно мнение о том, что чтобы продавать отель гостям дорого, для этого нужно как следует в него вложиться. Однако уже первые месяцы операционной работы показывают, что мраморные полы, дорогие люстры, мебель из массива дорогого дерева и многие излишества не только не оправдывают своих вложений, но и неудобны и неэкономичны в эксплуатации. Инвестиция в качественную гостиничную кровать, напольное покрытие, систему кондиционирования и звукоизоляцию принесут гораздо больше ценности вашему отелю, чем визуальная картинка.

3. Неправильное сочетание номеров (Room Mix) и соотношение площади (полезная и общая)

Гостиничный бизнес развивается уже не первое столетие и за это время в нём сложились неоспоримые правила. Поверьте, за эти годы многие отельеры совершали ошибки и совсем не стоит их повторять. Так, есть классические правила для соотношения номеров кинг, твин, люкс для городских и загородных отелей, для бюджетных отелей и отелей премиум класса. Кроме того, сейчас существуют гостиничные кровати, которые могут объединяться и использоваться по отдельности в зависимости от того, номера какой категории вам нужны



под заезд гостей. Планирование и работа с профессионалами на этапе «Идея» и «Концепция» помогут избежать излишних затрат в дальнейшем.

4. Риски размещения в в объектах культурного наследия (ОКН)

Если при выборе места для вашего объекта гостеприимства вы воспользовались правилом «Месторасположение. Месторасположение. Месторасположение», да еще и выбрали район и интересными объектами показа, высокая вероятность, что для строительства отеля вы выберете и так называемый ОКН – объект культурного наследия.

Несомненные плюсы с точки зрения продаж данного объекта и его позиционирования очевидны. Однако в данном случае инвесторы должны учитывать, что переоборудование имеющегося здания стоит порой дороже, чем строительство нового. И вместе с тем, с такими зданиями также идут определенные обременения, касающиеся запрета на перепланировки, изменения фасада, а также переоборудование прилегающей территории. Этот аспект должен быть обязательно учтен на этапе разработки концепции.

5. Откладывание принятия важных решений на потом

В гостиничном бизнесе не бывает мелочей. Очень часто на этапе идеи мы рассуждаем о будущем проекте весьма укрупненно. При разработке концепции также многие вопросы остаются для решения «инвестора из будущего» - какую программу будем выбирать для размещения гостей, где будут работать и/или жить сотрудники, если объект удален от населенных пунктов, где и насколько качественно мы будем стирать текстиль, кто будет поставщиком того уникального ингредиента или продукта, на котором построена концепция нашего ресторана и т.д. Стоит понимать, что все детали нужно продумывать заранее. Именно для этого уже на этапе проработки концепции привлекаются профессионалы с гостиничным опытом, чтобы помочь инвестору не допустить ошибки, поставить правильные критические вопросы и предусмотреть все аспекты, влияющие на дальнейшую операционную деятельность.

6. Не придавать значение IT части проекта

Не затрагивая банальных утверждений, что никто сейчас не представляет свою жизнь без интернета, хотелось бы обозначить важность другого аспекта IT и инженерных систем – безопасность, рациональное использование ресурсов, сокращение затрат и удобство гостя. Развитие технологий на сегодняшний день при правильном их использовании позволяет сокращать затраты объекта гостеприимства путем управления освещением и кондиционированием в помещении, благодаря специальным датчикам, делать коммуникацию гостя с отелем быстрой и бесперебойной – от этапа бронирования до заказа услуг в номер и получения отзывов после проживания гостей. Посмотрите вокруг, какие технологии удобны вам в повседневной жизни? А ведь все это можно реализовать и для ваших гостей.

7. Выбор PMS (программного обеспечения для управления заселением в отель) без понимания задач, которые нужно решать

Однажды Сэм Уолтон сказал: «Опережайте ожидания своих клиентов. Дайте им то, чего они хотят, и ещё чуть-чуть больше». Спустя десятилетия эта фраза не только не утратила свою ценность, но, пожалуй, только сильнее укоренилась в современном бизнесе. Люди хотят положительных эмоций. И если есть то, за что они готовы платить больше, то это отменный сервис.

Какую роль в этом играет современная система автоматизации? Давайте на секунду представим, что номер, который клиент предварительно забронировал, перед поселением оказался занят. Или (даже не знаем, какая из ситуаций хуже) его поселили в неубранный номер. Администратор просто забыл передать службе housekeeping, чтобы подготовили комнату. Какую эмоцию в таком случае получит гость и захочет ли он после этого к вам вернуться? Некачественный сервис и подобные упущения персонала могут стать той «ложкой дегтя» в вашем отеле. И обратная сторона – уже на рецепции гость понимает, что его ждут: номер готов, в комнате ждет презент, а к кофе предлагают сладости без глютена, зная о его вкусовых предпочтениях. Посоветует ли он ваш отель своим знакомым? Вернется ли он после такого обратно?

Несомненно, обеспечить подобный сервис, улучшить репутацию, наладить правильную работу и управлять одновременно всеми процессами можно только с помощью современной системы автоматизации. Программное обеспечение позволяет хранить всю нужную для вас информацию о госте, автоматизировать процесс бронирования и поселения, подобрать необходимый номер, учитывая предпочтения клиента, наладить работу housekeeping, снизить количество возможных ошибок со стороны персонала. Также программа позволяет автоматизировать другие направления в деятельности отеля, такие как SPA или ресторан, объединяя при этом все в единую взаимосвязанную систему. И это лишь малая доля возможностей, которые открывает многофункциональная система автоматизации. В результате, вы сможете получить больше прибыли и снизить затраты на привлечение дополнительного персонала.

Однако собственнику стоит очень внимательно подходить к выбору PMS с учетом специфики своего отеля. PMS, которая используется в крупных сетевых отелях не всегда целесообразна для загородного отеля от 30 до 70 номеров. На сегодняшний день на белорусском рынке представлено несколько проверенных компаний, предлагающих соотношение «цена-качество», подходящие именно для вашего объекта.

8. Начинать продавать и рекламировать гостиницу после ее открытия

Если гостиничный проект построен по представленной выше схеме, то к периоду 8-6 месяцев до открытия вы можете начинать процесс продаж, а точнее увеличения узнаваемости объекта на рынке. Для этого вам нужно чёткое позиционирование продукта, укрупнённая ценовая политика, презентационные материалы и хороший менеджер по продажам, который начнёт выстраивать коммуникацию с местным рынком и подключать удалённые

каналы продаж. Одна из специфик гостиничной услуги – несохраняемость. Номер, не проданный сегодня, не может быть продан завтра. Поэтому рассчитывать на загрузку с первых дней открытия отеля можно лишь в том случае, если вы своевременно и правильно разработали маркетинговый план, наладили систему продаж и начали работу над загрузкой отеля не позднее, чем за 6 месяцев до открытия.

9. Открываться в высокий сезон

В гостиничной практике есть такой термин как «Pre-opening», или «Предоткрытие». Оно делается для того, чтобы сотрудники отеля смогли на практике отработать навыки командной работы, освоиться с работой с PMS в режиме «реального времени», когда вам одновременно приходится разговаривать с гостем, принимать оплату и пытаться ответить на входящий телефонный звонок, сохраняя при этом улыбку и спокойствие. На этапе предотвращения многие Стандартные операционные процедуры, разработанные заранее, в теории, подлежат корректировке. Именно поэтому большой ошибкой является открытие объекта в высокий сезон. Большая вероятность ошибок и неслаженной работы несомненно скажется на репутации отеля. А, как известно, первое впечатление можно произвести только 1 раз.

10. Сначала сделать ресторан, а потом пригласить Шеф-повара для разработки меню

В своей работе мы часто повторяем – каждый должен заниматься своим делом. Инвестор может видеть, каким должен быть ресторан с точки зрения гостя, но только Шеф-повар сможет выстроить технологический процесс, сформировать меню и выдержать вектор работы, заданный собственником. Привлекайте экспертов на этапе проектирования и прислушивайтесь к их мнению.

11. Сделать SPA по собственному проекту и рассчитывать, что оно будет прибыльным

SPA является неотъемлемым атрибутом хорошего отеля и все более востребованной услугой среди гостей. Однако не многие знают, что в построении SPA есть свои правила и принципы, которые позволяют гостю получить максимальный эффект от посещения, а собственнику – заработать на продаже сопутствующих услуг и удержании гостя. SPA в отеле часто выглядит в глазах инвестора, как дополнительная точка дохода, но совсем не учитываются строительные и эксплуатационные затраты, а также работа профессионального персонала. В этом и кроются самые большие риски решения запуска SPA без привлечения профильных проектантов и девелоперов.

12. Работать без стандартов или по чужим стандартам

Разработка стандартов на первый взгляд кажется очень скучной процедурой, поэтому соблазн взять уже разработанные кем-то стандарты весьма велик. И ошибкой это будет не только потому, что стандарты другого отеля сделают ваш сервис обезличенным или попросту не подойдут вам ввиду отличий концепции и процессов. Чужие стандарты никогда не будут у вас работать, так как, если ваша команда не приняла участия в их создании и внедрении – они так и останутся на полке у руководителя как методическое пособие. Вместе с тем, подойти к разработке стандартов можно креативно и с учетом методик обучения. Вы можете использовать технику брейнсторминг, видео- и аудио-материалы, делать блок-схемы, инфографику. Этому легко научиться, зная как не утяжелить стандарт и сделать его по-настоящему рабочим.

13. Думать, что высокий сервис нужен только в 5-звездочных отелях

К счастью, право на качественный сервис имеют гости в любом средстве размещения. Мы живем во времена, когда стандартные подходы к сегментации, позиционированию, путешествиям как таковым и поведенческим моделям кардинально меняются. Сервис всегда делается людьми. А 5-звездочный сервис делается счастливыми людьми, независимо от того, работают ли они в роскошном сетевом отеле, хостеле или мотеле у границы. Уже 2 года наша компания работает с инвесторами и практиками гостиничного бизнеса в Беларуси. За каждой ошибкой стоят конкретные примеры, но мы знаем, как это можно изменить. Прочитав эту статью, вы сделали первый шаг!

Мы желаем вам успехов

в реализации самых смелых гостиничных идей и поможем избежать ошибок.

PHC Professional
Hospitality
Company

О компании:

PHC: Professional Hospitality Company (ООО «Пиэчси») - белорусская гостиничная компания, чья команда объединяет лучших профессионалов с многолетним опытом в сфере HoReCa на рынке Беларуси, а также наших экспертов из России, Украины, Польши и СНГ, чтобы сделать гостиничный бизнес Беларуси прибыльным и эффективным.

Гостиничная компания PHC специализируется исключительно на работе с предприятиями индустрии гостеприимства и работает на рынке Беларуси с 2017 года. В портфолио компании: участие в открытии и обучение персонала в гостинице «Несвиж» (3 звезды), аудит проекта на стадии строительства отеля «Атриум» (г.Могилев, 4 звезды), аудит деятельности санатория в Беларуси, тренинги и семинары для отельеров и рестораторов, индивидуальные программы обучения для развития карьеры в гостеприимстве.

+375 29 572-05-63



@phcbelarus

телеграм-канал

с полезной информацией для отельеров



email:

info@phc.company



www.dilins.by

+375 (17) 375 56 46 | +375 (17) 375 23 72
+375 (29) 697 37 71 | admin@dealings.by

Для вас мы разработали и подтвердили в Министерстве Здравоохранения Республики Беларусь антимикробную активность на наши средства для обеззараживания рук «Септодил и Септодил Плюс» на основе 70%-го изопропилового спирта и средства для санитарных комнат с активных хлором «Б1 и Р2».

Все производимые нами продукты вы сможете найти и заказать на нашем сайте DILINS.BY.

Тысячи клиентов выбрали нас и вот почему:

- быстрая доставка (удобная и качественная доставка, собственный автопарк, возможна доставка сегодня сегодня);
- доступные цены (высокая социальная ответственность, выполнение всех взятых на себя обязательств, оптовые закупки сырья, прямые контракты со сторонними производителями);
- широкий ассортимент (сопутствующие товары от прямого импортера);
- производитель (возможность сотрудничать напрямую с производителем, постоянное наличие, стабильно высокое качество, исключение из закупок посредников).



АНТИКРИЗИСНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ!

**Гель для рук антибактериальный 70% спирт,
с подтвержденной антимикробной активностью
от 5,7 руб за 500 мл**

Мы сохранили для вас цены 2019 года



Туалетная бумага
для диспенсеров
0,80 руб. / 180 м



Средство моющее
жидкое для полов
от 3,75 руб. за 5 л



Губки для мытья
посуды 5 шт. в уп.
0,4 руб. за 1 уп.



Салфетки бумажные
белые 24x24 см
0,35 руб. за 100 шт.



Средство чистящее
с активным хлором
от 0,91 руб. за 1 л



Диспенсер жидкого
мыла 500 мл
от 4,8 руб. за 1 шт.



Мыло жидкое
от 3,45 руб. за 5 л



Средство для грилей
и духовок, антижир
от 0,91 руб. за 1 л



Бумажные полотенца
200 шт. в упаковке
от 0,8 руб. за 1 уп.



Средство
для мытья посуды
от 3,94 руб. за 5 л



Перчатки полиэтиленовые
одноразовые
от 2 руб. за 100 шт.



Перчатки резиновые
хозяйственные
от 0,7 руб. за пару

И многое другое, необходимое вам, по лучшим ценам!



www.dilins.by

+375 (17) 375 56 46 | +375 (17) 375 23 72
+375 (29) 697 37 71 | admin@dealings.by



Сибирь



РУСАЛ

РОСМОП



Ресторанный консалтинг

Открытие нового заведения или грамотная отладка процессов в уже работающем ресторане или кафе требует внушительного объема профессиональных знаний и опыта. В подавляющем большинстве случаев попытки неопытных рестораторов реализовать эту задачу самостоятельно не приводят к желаемым результатам. Наиболее разумное решение, которое позволит достичь нужного эффекта и при этом сэкономить время и финансы – это привлечь профессионалов в области ресторанного консалтинга.



Мы готовы оказать вам помощь в решении этой задачи.

Квалифицированные специалисты помогут вам разобраться во всех деталях, важных для успешной и прибыльной работы ресторана.

Опытные профессионалы помогут вам грамотно организовать работу заведения с учетом всей специфики – концепции ресторана, его расположения в городе, конкуренции и многих других факторов.

В зависимости от стоящих перед вами задач вы можете заказать необходимые услуги как по отдельности, так и в комплексе.

НАШИ УСЛУГИ:

- ⇒ аудит заведения, консультации профессионалов,
- ⇒ разработка концепции ресторана, бизнес-планирование,
- ⇒ постановка и отладка процессов управления заведением и персоналом,
- ⇒ разработка меню,
- ⇒ разработка внутренней рабочей документации (технологические карты, рабочие бланки, чек-листы и прочее),
- ⇒ подбор оборудования, посуды и инвентаря,
- ⇒ подбор и обучение персонала,
- ⇒ фотосъемка меню,
- ⇒ разработка сайта,
- ⇒ раскрутка и продвижение заведений,
- ⇒ арт-менеджмент



+375 29 709-11-11
info@chefs.by
www.chefs.by

Обучение персонала

Обучаем руководящий состав, персонал кухни, бара и зала

Успешность любого ресторана или кафе во многом зависит от квалификации и профессионализма людей, которые в нем работают. Поэтому владелец или управляющий ресторанного бизнеса всегда заинтересован в регулярном обучении своих сотрудников. Повышение квалификации персонала полностью оправдывает финансовые вложения, поскольку позволяет поднять обслуживание гостей на качественно новый уровень.

Преимущества обучения персонала в заведении без отрыва от производства:

- ☑ Экономия вашего времени и времени ваших сотрудников,
- ☑ Учебный процесс организован непосредственно на производстве в реальной рабочей обстановке в знакомом для персонала пространстве,



- ☑ Программа обучающего курса составляется индивидуально, именно для вашего заведения по вашим запросам,
- ☑ По завершении курса персонал работает с теми же самыми материалами, оборудованием, инвентарем и посудой, что и во время обучения. А это повышает эффективность обучающего курса,
- ☑ Обучение на производстве менее дорогостоящее по сравнению с обучением с отрывом от работы: подобный формат избавляет от трат на проезд, проживание, командировочные.

Наибольшей популярностью пользуется обучение на предприятии по индивидуальной программе.

Обучение на предприятии включает:

- ⇒ Составление плана индивидуального курса (темы курса подбираются в зависимости от ваших пожеланий и уровня знаний персонала),
- ⇒ Выезд специалиста и проведение теоретических и практических занятий,
- ⇒ Предоставление обучающих материалов или журналов рецептов блюд/напитков,
- ⇒ Выдача сертификатов о прохождении обучающего курса.



Одноразовая посуда из бумаги, сахарного тростника и крахмала, картонная упаковка с барьерными свойствами - всё изготовлено из качественных и материалов, она удобна в использовании: не промокает, не оставляет пятен от жира, не обжигает руки и дольше сохраняет продукты тёплыми, в ней можно разогревать в микроволновке. Она экологически чистая, разлагается в почве и компостируется.

Преимущества нашей компании:

- большой ассортимент одноразовой посуды и упаковки, столовых приборов: бумажные стаканы и тарелки; бумажные креманки, миски и салатники; картонная упаковка; пластиковая упаковка; одноразовые столовые приборы; огромный выбор сопутствующих товаров
- в ассортименте продукция любого ценового и качественного сегмента: от эконом до премиум
- одноразовая посуда для любых целей и заведений: для кафе, вендинга, фаст-фуда, корпоративов и дней рождений
- вся посуда пригодна для использования как взрослым, так и детям
- нанесение логотипа и собственного дизайна: бумажные стаканы с лого, бумажные тарелки с лого, пакеты с лого, упаковка из картона с лого, сахар порционный с лого
- доставим товар в любую точку Республики Беларусь

Мы всегда стараемся внести в ассортимент и предложить своим заказчикам новинки в области общепита и фаст-фуд индустрии, прислушиваемся к пожеланиям клиентов.

Перспективным направлением является использование эко-упаковки и эко-посуды из натуральных материалов — тростника, соломы, бамбука, древесины, многослойного картона. Товары из этих материалов бесследно и в кратчайшие сроки разлагаются в почве при утилизации не нанося вреда окружающей среде. Чего нельзя сказать про одноразовую пластиковую посуду. Премиальная эко-посуда и столовые приборы повышает статус заведения, и даже увеличение цены не оттолкнет клиента.

ОТ ЗНАТОКОВ МЕКСИКАНСКОЙ КУХНИ



Мексиканские лепешки TORTILLAS



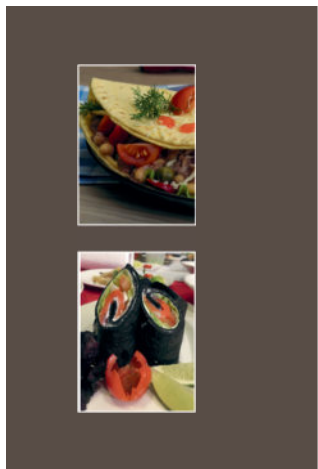
Ø12
30 см

Ø10
25 см

Ø8
20 см

Ø12
30 см


Ø10,5
27 см



Кукурузные чипсы
«НАЧОС»

Пюре из Авокадо
«Guacomole Suprim»

Официальный дистрибьютор на территории Республики Беларусь
ООО «ИмЭкс Трейд»
УНП 191191598
www.imextrade.by


ИмЭкс Трейд
Импортер Экспорт Трейд

Компания

является импортером фруктов, свежей зелени. Ресторанов» достигла сотрудничества с самыми Европы, Израиля и стран компания тесно сотрудничает производителями свежих осенью 2018 года запустила вакуумированных овощей, что свежий товар и при этом увеличить ассортимент, быстрая доставка на собственном транспорте, приём заявок 24/7 и опыт наших работников позволяют реализовывать товар среди все большего и большего количества ресторанов, кафе и отелей.



ООО «Планета Ресторанов» и поставщиком овощей, для HoReCa. «Планета успеха благодаря лучшим поставщикам СНГ. Одновременно с отечественными овощей и зелени. Компания собственное производство позволило снизить цену на самый объём. Качество продукции, большой



приём заявок
24/7



полное наличие ассортимента
фруктов, овощей и свежей зелени



доставка в любое время,
удобное для клиента

Приглашаем Вас к сотрудничеству!

+375 29 348-02-35 / +375 29 368-03-95

planeta_restoranov@mail.ru



planeta_restoranov

planetarestoranov.by

ООО «Планета Ресторанов» / УНП 690670441



Лучший
вкус в
мире –
это...



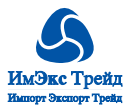
the fresh taste of the land





РЕКЛАМА

Официальный дистрибьютор на территории Республики Беларусь
 ООО «ИмЭкс Трейд»
 УНП 191191598
www.imextrade.by



2020

Январь

ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Февраль

ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	

Март

ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Апрель

ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Май

ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Июнь

ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Июль

ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Август

ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Сентябрь

ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Октябрь

ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Ноябрь

ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Декабрь

ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		



+375 44 761-43-08
e-mail: mail@alufoil.by
www.alufoil.by

ООО «Алуфойл» - официальный дилер группы компаний «СТУДИОПАК» (Украина, Киев) в Республике Беларусь.

Экологически чистая одноразовая посуда из пищевой алюминиевой фольги для приготовления и хранения пищи, доставки еды, использования в кулинарии, кейтеринге. Полная комплектация картонно-алюминиевыми и пластиковыми крышками.

Преимущества контейнеров из алюминия



Уникальный сплав

Уникальный сплав, разработанный в соответствии с требованиями нашей компании и покрыт специальным пищевым маслом. Контейнеры из алюминиевой фольги от СтудиоПак безопасно использовать в микроволновой печи.



Универсальная упаковка

Контейнеры можно использовать для приготовления, разогрева, хранения, заморозки, транспортировки и сервировки.



Экономичные контейнеры

Одноразовые контейнеры экономят время на мытье посуды, деньги на моющие средства и воду.



Экологически устойчивые

Контейнеры на 100% состоят из алюминия, после использования они подлежат полной переработке и проходят бесконечное количество таких циклов.



Безопасность и качество

Алюминиевая фольга, из которой изготавливают контейнеры, благодаря технологии на 100% стерильной.

Качество и безопасность для здоровья подтверждена европейскими сертификатами ISO.

