

W niniejszym materiale prezentujemy Państwu przykładowe, wybrane innowacje technologiczne (5), marketingowe (3), organizacyjne (3) i społeczne (3), uwzględnione w ofercie merytorycznej Niepublicznego Branżowego Centrum Umiejętności w dziedzinie gastronomii i kelnerstwa w Tarnowie.

1. CLEANSMOKE (OCZYSZCZONY DYM) - WĘDZENIE NA ZIMNO

Clean Smoke jest zrównoważoną alternatywą dla konwencjonalnego wędzenia. Podczas procesu, w warunkach kontrolowanych, z surowych trocin wytwarzany jest dym wędzarniczy. Dym jest kondensowany z wodą pitną, a następnie zostaje uwolniony w wielostopniowym procesie oczyszczania z niepożądanych substancji szkodliwych, takich jak popiół, smoła, wielopierścieniowe węglowodory aromatyczne, a w tym benzopiren. Zachowane zostają tylko ważne składniki dymu, które są odpowiedzialne za smak, odpowiedni kolor, zakonserwowanie oraz właściwości tekstury wędzonego produktu.

ZASTOSOWANIE:

- Metoda ma na celu zahamowanie powstawania niepożądanych drożdży i pleśni w trakcie dojrzewania produktu;
- Celem wędzenia zimnego jest nadanie produktowi przyjemnego posmaku dymnego i odpowiedniego koloru;
- Technologia zachowuje wszystkie cechy organoleptyczne produktu, takie jak smak, kolor, zapach oraz zapewnia barierę mikrobiologiczną;
- Wędzarze używający CleanSmoke mogą stworzyć o wiele bardziej delikatny aromat dymny. W przypadku dobrego przyprawiania, połączenie różnych nut drewna tworzy dym, który jest znacznie bardziej wyrafinowany niż typowe drewno bukowe;
- Żywność wędzona za pomocą CleanSmoke ma taki sam okres trwałości, jak w przypadku jej tradycyjnego odpowiednika.

KORZYŚCI:

- Skrócenie czasu wędzenia; zmniejszenie ubytków masy w gotowym produkcie;
- Poprawa jakości sensorycznej; wysoka jakość zdrowotna;
- Zmniejszenie kosztów mycia komór; do 90% mniejsze zużycie wody;
- Żywność bez szkodliwych dodatków, jak popiół, smoła i wielopierścieniowe węglowodory aromatyczne (WWA); 30% zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych;
- 50% mniejsze zużycie drzew; 50% mniejsze zużycie energii.

2. COOK & CHILL (UGOTUJ I SCHŁODŹ)

Jest to metoda przygotowywania żywności, która pozwala na przygotowanie potraw z wyprzedzeniem czasowym. Potrawy gotowane są do minimum 70 stopni Celsjusza, do 80 – 90 % całego procesu, następnie szybko schładzane do temperatury poniżej 3 stopni Celsjusza, w czasie nie dłuższym niż 2 godziny. Tak przygotowane potrawy mogą być przechowywane w temperaturze 0-3°C do 3-5 dni w komorach lub szafach chłodniczych. Przy wydawaniu dań należy dokończyć pozostałe 20% procesu gotowania i wydać potrawy w czasie nie dłuższym niż 30 min od zakończenia procesu.

Podstawowe etapy procesu technologicznego produkcji potraw COOK & CHILL to:

przygotowanie surowców ➡ obróbka termiczna ➡ gwałtowne schłodzenie ➡
magazynowanie w temperaturach chłodniczych ➡ odgrzanie i wydanie do konsumpcji

ZASTOSOWANIE:

Technologia znajduje zastosowanie w obiektach, w których przygotowuje się potrawy najpierw schłodzone, a następnie podgrzewane i podawane klientom.

W technologii Cook&Chill zastosowanie znajdują: innowacyjne chłodziarki – zamrażarki, szybkoschładzarki, piece konwekcyjno – parowe. Innowacyjne urządzenia w zestawie optymalizują pracę, zwiększają wydajność i zapewniają bezpieczeństwo żywności, wydłużając okres przechowywania dań, redukując rozprzestrzenianie się bakterii i chroniąc potrawy przed utratą objętości i wysuszeniem. Ułatwiają również poruszanie się w kuchni, zajmując mniej miejsca niż oddzielnie postawione urządzenia.

KORZYŚCI:

- Wyeliminowanie procesu przetrzymywania gorącej żywności, tak jak wymaga tego system tradycyjny;
- Eliminacja produkcji w okresach szczytowych;
- Lepsza organizacja czasu pracy personelu;
- Brak widocznych negatywnych efektów w smakowitości i wartości żywieniowej;
- Oszczędność kosztów - zakup surowców w większych ilościach po niższych cenach;
- Energooszczędne urządzenia wpływają na niższe koszty zużycia prądu.

3. TECHNOLOGIA SOUS - VIDE

Technologia polega na gotowaniu potraw w próżni w niskiej temperaturze przez długi okres czasu. Technika opiera się na gotowaniu mięs, ryb oraz innych produktów spożywczych, zamkniętych wcześniej szczelnie (próżniowo) w plastikowej torebce w kąpeli wodnej lub parowej (w piecu) o stosunkowo niskiej temperaturze, która nie przekracza 100°C (a nawet 90°C). Niektóre mięsa przygotowane w ten sposób podgrzewane są do zaledwie 60 stopni Celsjusza. Dzięki temu mięso jest bardziej soczyste i miękkie, a warzywa zachowują swój naturalny smak i aromat.

Do gotowania metodą Sous - Vide potrzebne są co najmniej dwa urządzenia: Pakowarka próżniowa do hermetycznego zamykania woreczków oraz cyrkulator sous vide, który utrzymuje temperaturę wody na pożądanym poziomie.

ZASTOSOWANIE:

- Technologia sous-vide jest obecnie szeroko stosowana przez restauratorów oraz do produkcji żywności wygodnej, która nadaje się do bezpośredniego spożycia lub spożycia po krótkotrwałej obróbce, np. rozmrożeniu lub podgrzaniu w kuchence mikrofalowej, w dowolnym czasie i różnorodnych warunkach;
- Metoda jest szczególnie przydatna w przypadku mięsa wagi (wołowina wagi pochodzi z Japonii - najbardziej ekskluzywnie mięso na świecie), które wymaga długiego gotowania, aby stało się miękkie i soczyste;
- Potrawy, których przygotowanie w technologii sous-vide uwypatni ich wszystkie walory, to potrawy mięsne w sosach oraz warzywne mieszanki;
- W wielu przypadkach za pomocą technologii sous-vide przygotowywane są całe dania obiadowe.

KORZYŚCI:

- Ze względu na walory smakowe, a także odżywcze, metoda uznawana jest za jeden z najzdrowszych sposobów przygotowywania posiłków;
- Warunki panujące podczas poszczególnych etapów (pakowanie próżniowe surowców, niska temperatura procesu) pozwalają na ograniczenie strat składników bioaktywnych i zmniejszenie zmian struktury, co w konsekwencji pozwala na uzyskanie produktów o wysokiej jakości sensorycznej i odżywczej;
- Przy sous-vide obserwuje się zmniejszone straty objętości i gramatury przygotowywanych potraw.

4. MIKSOLOGIA MOLEKULARNA W OPCJI ALKOHOLOWEJ I BEZALKOHOLOWEJ

Miksologia molekularna jest częścią kuchni molekularnej. Ten rodzaj barmaństwa skupia się na ingerencji w teksturę, smak lub aromat drinka. Do tego celu wykorzystuje się substancje chemiczne, które wpływają na konsystencję koktajlu. W miksologii molekularnej używa się szeregu specjalistycznych przyrządów gastronomicznych, takich jak opalarki gazowe, syfony ciśnieniowe, pakowarki próżniowe czy pojemniki na ciekły azot.

ZASTOSOWANIE:

Do przygotowywania drinków molekularnych wykorzystuje się następujące techniki:

- Sferyfikacja - polega na zmianie struktury z płynnej w postać kuleczek, niewielkich jak kawior albo większych, jak np. żółtko jajka;
- Żelowanie - polega na powstawaniu alkoholowych galaretek lub makaronów wina, dzięki zastosowaniu wyciągu z alg, który po zmieszaniu z alkoholem i innymi składnikami zastyga przy odpowiedniej temperaturze tworząc m.in. makaron alkoholowy;
- Suspensja - zagęszczenie płynnych substancji;
- Emulsyfikacja - zmiana płynnej substancji w pianę.

Zastosowanie miksologii molekularnej:

- kawioiry - owocowe i alkoholowe - w koktajlach łyżkowych i bezalkoholowych;
- ravioli - sferyczne alkoholowe i bezalkoholowe;
- żele alkoholowe i bezalkoholowe, w tym koktajle w różnych postaciach żelowych;
- piany i pianki smakowe: piana zagęszczana i nie zagęszczana - w koktajlach klasycznych z użyciem pian i z puchem ze składników alkoholowych i bezalkoholowych;
- sorbety alkoholowe z zastosowaniem ciekłego azotu oraz suchego lodu, sorbety zagęszczone, popcorn alkoholowy;
- koktajle z alkoholem infuzowanym za pomocą techniki Sous – Vide;
- produkcja syropów smakowych oraz bittersów.

KORZYŚCI:

- Drinki stanowią połączenie unikatowego smaku z niespotykaną estetyką;
- Budowanie karty menu z elementami miksologii molekularnej;
- Odpowiednie umiejętności kelnera, barmana, kucharza, mogą znacznie zwiększyć szanse na zatrudnienie i przyczynić się do podniesienia zarobków, stanowią inspirację do nauki,

przewodzenia własnych badań, rozwijania wiedzy poza standardowym łączeniem istniejących smaków;

- Praca z technikami gastronomii molekularnej daje możliwość ciągłej transformacji pojedynczych smaków i koktajli.

5. BARISTA Z LATTE ART I SELFIE CAFE (WYDRUK NA KAWIE - OBSŁUGA DRUKARKI DRUKUJĄCEJ NA KAWIE)

Innowacja polega na połączeniu techniki malowania wzorków i rysunków na kawie - Latte Art z innowacją w dziedzinie baristyki - drukarki 3D do wykonywania dowolnych obrazów na spienionym mleku na kawie. Filamentem w drukarce 3D jest ekstrakt z kawy, dzięki czemu napój nie zmienia smaku oraz estetyki.

ZASTOSOWANIE:

- Innowacja służy do serwowania przez baristów kawy wraz ze spersonalizowanymi kolorowymi rysunkami na piance w postaci np. logo firmy, grafiki lub selfie, dzięki wykorzystaniu innowacyjnych drukarek 3D;
- Na rynku istnieją modele gotowych urządzeń wraz z aplikacją mobilną. Dzięki aplikacji oprócz standardowych obrazów i tekstów można wykorzystać zdjęcia do wydrukowania selfie na piance. Wystarczy zrobić zdjęcie telefonem komórkowym i przyłożyć telefon do ekranu urządzenia - na podstawie kodu QR drukarka pobiera zdjęcie i drukuje na kawie;
- W przypadku logotypu i reklam wystarczy wgrać logotyp lub inną grafikę do systemu drukarki za pomocą portu USB lub kodu QR;
- W ofercie wielu firm jest także wynajem drukarki 3D - na targi, konferencje, eventy oraz wesela wraz z obsługą profesjonalnego baristy z całym barem kawowym lub jako pojedyncze urządzenie do samodzielnej obsługi.

Dodatkowe funkcjonalności drukarki to druk na piwie, drinkach, koktajlach mlecznych, produktach spożywczych o płaskiej powierzchni np. deserach, ciastkach, czy bułkach do hamburgerów.

KORZYŚCI:

- Aby opanować skomplikowane techniki tworzenia wzorków na kawie, potrzeba dziesiątek lub setek przygotowanych filiżanek kaw ze spienionym mlekiem, drukarka 3D rozwiązuje ten problem poprzez gotowe wydruki łatwe w edycji;

- Stosowanie w drukarkach 3D barwników jadalnych zgodnych z normami UE;
- Odpowiednie umiejętności baristy zwiększają szanse na zatrudnienie i przyczyniają się do podniesienia ich zarobków.

6. CROSS - SELLING

Metoda marketingu, która zyskuje coraz większą popularność, polegająca na oferowaniu gościom dodatkowych produktów lub usług, które mogą uzupełnić ich obecne zamówienie. Założeniem strategii jest zwiększenie kwoty zakupu podczas jednej transakcji. Głównym celem metody jest maksymalizacja rachunku. Cross – selling w gastronomii rozumiany jest jako sprzedaż dodatkowych produktów, dań i napojów do już złożonego zamówienia.

ZASTOSOWANIE

- Metoda ta stosowana jest bardzo często w dużych sieciowych restauracjach oraz kawiarniach;
- Do głównego dania w restauracji można polecić gościom pasujące wino lub przekąski jako idealne uzupełnienie posiłku.
- Sprzedaż dań po niższej cenie generuje większą sprzedaż i większy przychód dla restauracji;
- Zamiast sprzedawać pojedyncze, konkretne pozycje z menu, klient zamawia od razu zestaw składający się na przykład z przystawki, dania głównego, deseru oraz napoju w cenie niższej, niż gdyby zamówił każde z tych dań oddzielnie;
- W sprzedaży a la carte proponowane są napoje na początku posiłku, jeszcze przed przyjęciem zamówienia na danie główne;
- W kawiarniach i barach sugeruje się ciastka do kawy (lub kawa do ciastka) oraz napój do kanapki.

W metodzie można zaproponować klientowi: przystawki, przegryzki do napojów, dodatkowe surówki do dania głównego, pairing alkoholi, desery, napoje gorące do deserów, likiery deserowe.

KORZYŚCI

- Komunikacja pomiędzy klientem a personelem, ma na celu zdiagnozowanie korzyści, jakie klienci mogą zyskać dzięki skorzystaniu z propozycji;
- Metoda w pierwszej kolejności ma na celu zadowolenie gościa, a potem korzyść dla lokalu, to sprawia, że więcej gości będzie wyrażać pozytywne opinie o lokalu, a grono stałych klientów będzie się powiększać;
- Dla kelnerów cross selling jest narzędziem do uzyskania wyższej prowizji ze sprzedaży oraz osiągnięcia pewnych wyników sprzedażowych;

- Zwiększenie wartości zamówienia;
- Większa lojalność klienta; wzrost zadowolenia klienta;
- Wypracowanie większej premii przez kelnerów;

7. UP - SELLING

Technika ta polega na proponowaniu gościom wyższej jakości produktów (droższej alternatywy z karty) lub usług, które spełnią ich oczekiwania na wyższym poziomie. Metoda ma na celu maksymalizację wartości zamówienia.

ZASTOSOWANIE

Innowacja marketingowa ma na celu namówienie klienta do zakupu droższego produktu zamiast tego wybranego pierwotnie lub pakietu dodatkowych usług, które zwiększą kwotę zakupu. Najlepszym sposobem wdrożenia jest sprzedaż sugestywna i odpowiednia konstrukcja oferty oraz menu.

W tym celu rekomendowane jest powiększanie porcji poprzez proponowanie:

- Dodatkowych składników: płatne sosy, podwójny ser, dodatki do pizzy, syrop do kawy;
- Droższych odmian zamówionego dania/napoju: stek z wyższej jakości mięsa, herbata zimowa lub czajniczek zamiast standardowej herbaty, droższy alkohol zamiast podstawowego, woda premium zamiast zwykłej;
- Zamianę dodatku podstawowego na dodatek premium: lepszy alkohol do koktajli, zamiana ziemniaków na frytki za dopłatą;
- Większej porcji czyli up sizingu: micha pierogów, duża kawa, większa sałatka, deska serów na dwie osoby, butelka wina zamiast kieliszka wina;
- Zestawów zawierających wybrane danie: kanapka + napój, kurczak + frytki + napój;
- Elementów dań na sztuki w sprzedaży dań składających się z elementów policzalnych: nuggetsów, krewetek, sajgonek.

KORZYŚCI

- Promowanie nowości i ofert specjalnych;
- Komunikacja pomiędzy klientem a personelem ma na celu rozpoznanie korzyści, jakie może zyskać klient oraz przekonanie klienta do skorzystania z droższej propozycji;
- Poznanie gustu klienta ma na celu dostosowanie propozycji z menu, w celu zaproponowania dokładnie tego, czego oczekuje klient;

- Maksymalizacja zysku z każdej transakcji;
- Zwiększenie wartości zamówienia;
- Wypracowanie większej premii przez kelnerów;
- Wzrost zadowolenia klienta.

8. NEUROMARKETING GASTRONOMICZNY

Neuromarketing to połączenie wiedzy marketingowej oraz podstaw psychologii człowieka. Dziedzina wykorzystuje narzędzia pomiarowe stosowane w naukowych badaniach psychofizjologicznych i wiedzę o zachowaniach człowieka w procesie optymalizacji bodźców marketingowych. Neuromarketing gastronomiczny to zestaw narzędzi i strategii mających zastosowanie w obsłudze restauracji, jego celem jest nadanie priorytetu obecnym i potencjalnym gościom.

ZASTOSOWANIE

Neuromarketing gastronomiczny jest dziedziną marketingu gastronomicznego opartą na procesie wyboru restauracji i jedzenia, które będzie spożywane przez gości. Po jego zbadaniu uzyskuje się wyniki, które ułatwiają projektowanie profili konsumenckich w celu zastosowania strategii marketingowych, które mogą pomóc w zwiększeniu atrakcyjności produktów i usług dla nowych klientów. Nowoczesne metody badań reakcji konsumentów na dane bodźce pozwalają na stworzenie produktu trafiającego idealnie w gusta klientów.

Wykorzystanie technik neuromarketingowych w gastronomii:

- Pisanie perswazyjne: używanie słów opisujących smaki i zapachy poszczególnych dań spowoduje, że klienci będą je sobie wyobrażać i z ciekawością próbować;
- Wykorzystanie nazwy pochodzenia produktów: jest synonimem wysokiej jakości, świeżej i naturalnej żywności, informowanie w menu o każdym ze składników, z których składa się każde danie;
- Strukturyzacja menu: jako pierwsze w menu umieszcza się pożądane dania i napoje a także specjalności lub sugestie dnia, wyniki badań wykazały, że 35% klientów restauracji wybiera dania z pierwszej strony karty;
- Porcje: umieszczanie w menu różnych wielkości porcji, klienci najchętniej wybierają porcje średnie;
- Profesjonalne obrazy: wykorzystanie profesjonalnych zdjęć podkreśla jakość oferowanych dań, zdjęcia powinny uchwycić każdy szczegół, fakturę i kolor dania;

- Sposób patrzenia w menu: klienci zwracają większą uwagę na pewne obszary w menu: lewy górny i prawy dolny róg są tymi, które przyciągają najwięcej uwagi;
- Waga menu: w neuromarketingu ważne jest, aby menu restauracji miało umiarkowaną wagę, nie było ciężkie i nie do opanowania, zbyt lekkie powoduje, że ludzie nie przywiązują do niego większej wagi;
- Czcionka: dla części pikantnej w menu zalecane są czcionki kanciaste, w części poświęconej deserom użyć należy zaokrąglonych czcionek;
- Kolory: kolor czerwony, pomarańczowy lub żółty zwiększają apetyt klientów, niebieski ma tendencję do zmniejszania apetytu, zieleń i brąz są odpowiednimi odcieniami aby stworzyć naturalną i zdrową atmosferę;

Metody neuromarketingu wykorzystywane w badaniach:

- Eye - tracking - najczęściej wykorzystywana metoda - pozwala zbadać jakie obszary zainteresowały klienta, na jakich zatrzymał wzrok na dłużej oraz określić kolejność wyboru ścieżki spojrzenia danego konsumenta;
- Pomiary ciśnienia krwi i tętna;
- Analiza napięcia głosu;
- Analiza mikro ekspresji mięśni twarzy;
- Pomiary reakcji skórno-galwanicznej;
- Obserwacja aktywności układu oddechowego.

KORZYŚCI

- Zrozumienie potrzeb konsumentów;
- Rozpoznanie segmentu klientów;
- Oszczędność czasu i pieniędzy;
- Wzrost zadowolenia klienta.

9. WIRTUALNY MANAGER (MANAGER PRACUJĄCY ZDALNIE)

Innowacja stworzona w celu ułatwienia codziennej pracy w restauracji oraz obniżenia kosztów wynikających z zatrudnienia na stałe wykwalifikowanego i skutecznego managera restauracji. Innowacja polega m.in. na zakupie usługi wirtualnego managera, pracującego zdalnie.

ZASTOSOWANIE:

- Rozwiązywanie problemów restauratorów, związanych z funkcjonowaniem restauracji;
- Codzienny kontakt zdalny z wirtualnym managerem oraz systematyczne spotkania stacjonarne (minimum 2 razy w miesiącu);
- Szkolenie nowych pracowników oraz podnoszenie kompetencji pracującego personelu;
- Pozyskiwanie nowych pracowników przez wirtualnego managera;
- Reklama restauracji;
- Współpraca managera wirtualnego z kilkunastoma restauracjami.

KORZYŚCI:

- Obsługa kadrowa, kompleksowa pomoc w rozwiązywaniu problemów z personelem, w czasie rzeczywistym;
- Oszczędność czasu właścicieli restauracji, niskie koszty dla restauratora związane z zaangażowaniem wirtualnego managera;
- Tworzenie działań grupowych między restauracjami np.: wspólna sprzedaż i promocja w grupach docelowych;
- Fachowe doradztwo;
- Zarządzanie zmianami;
- Wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań, pomoc wdrożeniowa dla nowych procedur;
- Obsługa administracyjna.

10. STANDARYZACJA RECEPTUR

Innowacja polega na opracowaniu zestawu receptur na podstawie których sporządzana jest kalkulacja przygotowywanych dań i napojów. Daje to gwarancję powtarzalności dań i napojów bez zmian w jakości, jakie wynikają z różnego doświadczenia kucharzy w procesie przygotowywania potraw.

W recepturze gastronomicznej znajduje się:

- Nazwa dania i przynależność do grupy (zupy, dania główne, desery, napoje gorące itp.);
- Liczba wyprodukowanych dań z podanych gramatur - szt., porcja, litr, itp.;
- Składniki wraz z dokładnymi gramaturami i jednostkami;
- Niezbędne wyposażenie do przygotowania dania lub napoju;
- Kolejność wykonywanych czynności i sposób przygotowania;
- Czas obróbki wstępnej i przygotowania dania w całości;
- Sposób serwowania, zasady podawania na talerzu, ilość poszczególnych składników;
- Informacja o możliwych zamiennikach w przypadku braku jednego ze składników;
- Zdjęcie gotowego dania na talerzu.

ZASTOSOWANIE

Receptury gastronomiczne oprócz przygotowywania dań (zup, dań głównych, deserów, napojów gorących, itp.) znajdują także zastosowanie w kontroli stanów magazynowych.

Pozwala to na dokładne obliczenie food costu, czyli kosztu przygotowywania serwowanych dań.

W ramach innowacji istnieje wiele programów komputerowych, które ułatwiają nie tylko tworzenie procedur, ale łączenie ich także ze stanami magazynowymi. Automatycznie generowana jest lista zakupów, gdy kończy się jakiś produkt. Systemy do standaryzacji receptur dedykowane są dla branży gastronomicznej w tym: restauracji, pizzerii, lokali sushi, bistro, food trucków, pubów, barów, cukierni, kawiarni, lodziarni.

KORZYŚCI

- Zapewnienie spójności smaku, tekstury i wyglądu dania, niezależnie od tego, kto je przygotowuje;
- Spełnienie standardów jakościowych, ekonomicznych i wielkościowych lokalu;
- Lepsza kontrola stanów magazynowych; ustalenie właściwej ceny dania za porcję jedzenia.
- Oszczędności finansowe; oszczędność czasu.

11. TABLETY DOTYKOWE DLA GOŚCI RESTAURACJI

Innowacje w organizacji pracy lokalu gastronomicznego mogą dotyczyć wykorzystania tabletów dotykowych w lokalach gastronomicznych do składania zamówienia przez klientów. Zamiast tradycyjnej, papierowej karty dań, klient dostaje do ręki tablet pozwalający na złożenie zamówienia. Wraz z listą pozycji menu prezentowane są atrakcyjne zdjęcia dań i napojów w menu. Innowacja polega na polepszeniu interakcji pomiędzy restauracją a gościem.

ZASTOSOWANIE

Wiele nowoczesnych restauracji wyposażonych jest w inteligentne tablety do obsługi restauracyjnych zamówień, dzięki czemu kolejne realizacje trafiają w czasie rzeczywistym bezpośrednio do szefa kuchni. Innowacja przeznaczona jest w szczególności dla: restauracji, pizzerii, kawiarni, małej gastronomii, klubów, sieci lokali, fast food-ów. Umieszczenie w ofercie profesjonalnych i atrakcyjnych zdjęć dań i napojów dodatkowo wpływa na wyobraźnię osoby zamawiającej i skłania do szybszego zamówienia.

W menu do wykorzystania są filtry zawężające listę pozycji do wybranych kategorii (np. śniadanie, obiad, kolacja, zupy, napoje itp.). Następnie koszyk zamówienia wyświetla podsumowanie wybranych dań i napojów, które zostaną przekazane do realizacji. Użytkownik wskazuje numer stolika, godzinę wykonania zamówienia. Odpowiednia aplikacja może sugerować także klientowi napoje i przystawki pasujące do złożonego zamówienia. Obsługa lokalu widzi na bieżąco stan wszystkich zamówień na ekranie i może modyfikować ich status.

KORZYŚCI

Tablety pozwalają zaoszczędzić czas oczekiwania na realizację zamówienia przez gości, poprzez wyeliminowanie ewentualnych pomyłek przy składaniu zamówień, zarządzanie statusem zleceń z poziomu wygodnego panelu, wprowadzanie zmiany w menu w dowolnej chwili oraz poznanie tych pozycji menu, które cieszą się największym zainteresowaniem. Automatyzacja działań optymalizuje czas pracy personelu restauracji. Tablety eliminują konieczność zapisywania kolejnych zleceń w formie papierowej.

- Szybkie tworzenia zamówienia; ustawianie zamówień w odpowiedniej kolejności;
- Podgląd statusu zamówienia; bieżący stan wszystkich zamówień na ekranie;
- Zarządzanie statusem zleceń; optymalizacja czasu pracy;
- Łatwe podsumowania kasowe;
- Źródło informacji dla wszystkich pracowników;
- Wyeliminowanie klasycznej, papierowej formy przekazywania zamówień.

12. POSMAKUJMY ŚWIATA - LET'S TASTE THE WORLD

Innowacja skierowana do uczniów z niepełnosprawnością w stopniu lekkim i umiarkowanym, którzy uczą się w klasach o profilach kucharz i cukiernik.

Innowacja społeczna polega na zapoznaniu uczniów z tradycyjnymi przepisami krajów partnerskich. W ramach metody uczestnicy porównują sposób przygotowania i podania potraw oraz poznają przepisy, składniki oraz instrukcję wykonania dań.

Na zajęciach wykorzystywane są takie narzędzia technologiczne jak: Canva, Paint, Paint 3D, Genially, Edytory zdjęć i video.

ZASTOSOWANIE

- Poznanie tradycyjnych przepisów kulinarnych krajów partnerskich;
- Poznanie i opanowanie użycia nowych narzędzi TIK;
- Włączenie w międzynarodową współpracę osób z niepełnosprawnościami, integracja i wyrównanie szans edukacyjnych;
- Włączenie młodych osób niepełnosprawnych w projekty międzynarodowe i zintegrowanie ich z w pełni sprawnym społeczeństwem;
- Zapoznanie się z kulturą i tradycjami krajów partnerskich;
- Przełamanie barier językowych, społecznych i emocjonalnych u uczniów z niepełnosprawnością w stopniu lekkim i umiarkowanym;
- Rozbudzenie samodzielności uczniów.

KORZYŚCI

- Kanał na YouTube, na którym można znaleźć instruktaże wykonania potraw;
- Książka z przepisami międzynarodowymi;
- Padlet ze świętami kulinarnymi obchodzonymi w krajach partnerskich;
- Padlet z zakodowanymi pytaniami kulinarnymi;
- Filmy o szkołach i krajach partnerskich;
- Książka przedstawiająca uczestników projektu;
- Ankiety, relacje ze spotkań online, zdjęcia i filmy z realizacji działań projektowych.

13. JEM ZDROWO I KOLOROWO

W ramach innowacji społecznej uczestnicy projektu razem pracują nad wspólnymi produktami: quizami, ankietami Google Forms, prezentacjami wykonanymi w Google Slides oraz Canva, kolekcjami Wakeleta, akrostychem (wierszem) projektowym i książką kucharską StoryJumper.

Uczestnicy oglądają i dyskutują nad pomysłami uczniów z innych szkół partnerskich, mają także możliwość zobaczyć się „na żywo” podczas spotkania z ekspertem.

Uczniowie omawiają efekty wspólnej pracy oraz dyskutują o już stworzonych produktach (np. plakatach, hasłach) i planują kolejne działania projektowe.

ZASTOSOWANIE I PRZEBIEG

- Oglądanie i dyskutowanie nad pomysłami uczniów z innych szkół partnerskich;
- Podział zadań w projekcie pomiędzy uczniów;
- Przygotowywanie quizu o szkołach;
- Udział w konkursie na logo projektu;
- Tworzenie prezentacji w Canvie;
- Stworzenie książki kucharskiej w programie Story Jumper;
- Przygotowanie wspólnego wiersza projektowego na platformie Zumpad;
- Udział w spotkaniach na żywo z ekspertem;
- Omawianie efektów wspólnej pracy;
- Dyskusja o stworzonych produktach (np. plakatach, hasłach).

KORZYŚCI

- Zwrócenie uwagi na sposób odżywiania się polskich nastolatków;
- Podniesienie świadomości uczniów dotyczącej produktów żywnościowych;
- Zachęcenie do wybierania zdrowej żywności;
- Rozwijanie umiejętności pracy w grupie, wyszukiwania i selekcjonowania informacji oraz zarządzania własnym czasem.

14. KAWIARNIE toMy

Innowacja społeczna powstała z inicjatywy Fundacji Leny Grochowskiej, która wspiera aktywizację osób z niepełnosprawnością intelektualną. Innowacja polega na promowaniu inkluzji społecznej poprzez zatrudnianie osób z niepełnosprawnościami i wspieranie ich talentów oraz umiejętności w różnych dziedzinach.

ZASTOSOWANIE

W ramach innowacji zatrudniane są osoby z niepełnosprawnościami w charakterze kelnerów i baristów.

- W restauracjach podziwiać można prace wykonane przez utalentowanych (niepełnosprawnych) pracowników fundacji: ceramiczne dekoracje, rękodzieła, rzeźby;
- Kawiarnie rozwijają ofertę kulturalną: otwartą scenę (miejsce gdzie można bezpłatnie organizować koncert, spotkanie autorskie czy prelekcję), specjalna uwaga poświęcona jest artystom amatorom i osobom z niepełnosprawnościami;
- W kawiarniach organizowane są: warsztaty ceramiczne, współprowadzone przez utalentowanych artystów z niepełnosprawnościami;
- Kawiarnię zaopatruje: pracownia piekarniczo-cukiernicza, w której pracują osoby z niepełnosprawnościami, wypieki powstają ręcznie z naturalnych składników zgodnie z tradycyjnymi recepturami;
- Wspieranie osób z niepełnosprawnościami przez instruktorów: w wykonywaniu bardziej złożonych zadań, zmniejszanie poziomu stresu osób niepełnosprawnych;
- Pracownicy mają krótsze godziny pracy oraz więcej dni urlopu wypoczynkowego.

KORZYŚCI

Lokale oferują wysokiej jakości rzemieślniczą kawę, ciastka oraz wypieki.

- Połączenie lokalu gastronomicznego z miejscem zatrudnienia dla osób z niepełnosprawnościami wyróżnia kawiarnie na tle konkurencji;
- Unikatowe doświadczenia dla klientów; wspieranie ważnych społecznie inicjatyw;
- Wzmacnianie cech i umiejętności osób niepełnosprawnych (głównie z niepełnosprawnością intelektualną);
- Tworzenie warunków do włączania osób z niepełnosprawnością intelektualną do aktywności społecznej i zawodowej;
- Okazja do nauki rzemiosła; wyzwalamie kreatywności, przełamywanie barier i stereotypów.