



Future challenges in hospitality -seminar
30.11.2018, XAMK, Mikkeli
Juha Jokinen, Defose Oy

Asiakkaat haluavat vaihtoehtoja – miten ruokapalvelut voivat vastata asiakkaiden yksilöllisiin odotuksiin?

Elämme kiihtyvästi muuttuvassa maailmassa. Megatrendit, kuten kaupungistuminen, ihmisten huoli ympäristöstä ja digitalisaatio vaikuttavat myös ruokapalveluihin. Näiden lisäksi ruokapalveluala on kohdannut kasvavan ja voimistuvan yksilöllisyyden vaatimuksen.

Yhä harvemmin ihmiset, asiakkaat ja kuluttajat syövät enää nälkäänsä tai saadakseen energiaa. Sen sijaan he viestivät yksilöllisellä syömisellä omaa arvomaailmaansa. Ohi ovat ajat, jolloin lounaalla oli kaikille tarjolla vain yksi ruokavaihtoehto. Ensin rinnalle tuli keitto ja salaatti. Nyt nämäkään eivät enää välttämättä riitä. Kasvisruoka ja hyvinvointia edistävä syöminen ovat yhä useamman kuluttajan ja asiakkaan ajatuksissa.

Lounasruokailultakin odotetaan yhä useammin ravintolasyömisestä tasoista kokemusta. Asiakkaat eivät odota saavansa ainoastaan uusia suosikkiruokia, vaan myös näiden variaatioita – ei siis vain pizzaa, vaan vegepizzaa tai jopa gluteenitonta vegepizzaa.

Monesti ajatellaan, että esimerkiksi koulu- tai sairaalaruoka on oma juttunsa, mutta samat kuluttaja-asiakkaat odotuksineen ruokailevat myös näissä paikoissa. Ruokavalikoiman laajentaminen vaatii tietenkin paikoin merkittäviäkin muutoksia eikä kaikki tietenkään ole toteutettavissa. Siitä huolimatta omaa ajatteluaan ei pidä kahlita. Sushia voidaan odottaa tarjottavan myös paikoissa, joissa sitä ei ole totuttu näkemään.

Asiakkaiden yksilöllisyyden takana olevat syyt ovat moninaiset. Muun muassa allergiat, ekologiset tai vakaumukselliset syyt tai ihan vain yksilölliset periaatteet ja mielihalut vaikuttavat ruokavalintoihin, jotka ovat myös arvovalintoja. Punaisesta lihasta saatetaan tykätä, mutta sitä halutaan välttää esimerkiksi ympäristösyistä.

Ruoka on muutakin kuin ravintoa. Ruoalla palkitaan itseä ja muita, hemmotellaan, hurmataan ja lohdutetaan. Bioinformatiivisen mittaamisen kehittyessä yhä useammalle tulee halutessaan mahdollisuus syödä täsmäruokaa, joka sisältää juuri niitä ravintoaineita ja juuri oikeat määrät, jota kukin yksilö juuri kyseisenä hetkenä tarvitsee. Ehkäpä jonkin ajan kuluttua taskussamme oleva päätelaite kertoo meille mitä meidän tulisi syödä ja myös pian syömisensä jälkeen, kuinka kehomme reagoi juuri syömäämme ruokaan.

Joukkoruokailussa, jossa asiakkaita on paljon, perinteinen kypsennä-tarjoile-menetelmä ei juurikaan anna mahdollisuuksia laajentaa tarjottavien ruokien valikoimaa. Sen sijaan esimerkiksi cook-chill-menetelmät (kypsennä-jäähdytä) voivat olla ratkaisu, koska niiden avulla ruoan valmistus ja tarjoilu voidaan erottaa



ajallisesti toisistaan. Erilaisia ruokia tai niiden komponentteja voidaan valmistaa varastoon, jonka jälkeen niiden viimeistely tarjolle on nopeaa.

Suomessa julkisen sektorin joukkoruokailussa yleisin käytössä olevista cook-chill-menetelmistä yleisin on lyhyen hyllyiän cook-chill-menetelmä, jossa ruokaa ei suljeta pakkaukseen kylmävarastoinnin ajaksi. Tällainen ruoka säilyy kylmässä muutamia päiviä.

Pitkän hyllyiän cook-chill-menetelmiä ovat muun muassa sous vide, jossa ruoka ensin pakataan vakuumiin ja sen jälkeen kypsennetään pakattuna. Toinen pitkän hyllyiän cook-chill-menetelmä on hot-fill eli kuumana pakkaaminen. Siinä pastöroitu ruoka pakataan heti valmistuksen jälkeen kuumana hermeettisesti elintarvikepakkaukseen, jonka jälkeen tuote jäädytetään. Pitkän hyllyiän cook-chill-menetelmillä voidaan saavuttaa useiden päivien, jopa viikkojen säilyvyysaikoja.

Eri ruokien yksiselitteisiä säilyvyysaikoja ei voi lukea kirjoista, vaan ne on aina varmistettava omin tutkimuksin. Tarkoituksena ei tietenkään ole varastoida ruokaa. Vaikka ruoka säilyisikin pitkään, moni ruokapalvelutuottaja tarjoilee tuotteen jo huomattavasti ennen ruoan viimeistä käyttöpäivämäärää.

Vaikka asiakkaat haluavat vaihtoehtoja, palvelun tarjoajan ei tule kuitenkaan aiheuttaa asiakkaalleen valintahalvasta tarjoamalla liikaa vaihtoehtoja ja tarpeetonta yksilöllisyyttä. Syömisen tulee pysyä vaivattomana.

Ruokapalvelun tarjoajalle on keskeistä erottua joukosta ja pyrkiä kertomaan asiakkailleen heitä koskettava ja puhutteleva tarina, joka antaa asiakkaalle syyn valita kyseinen palveluntarjoaja. Yhä useampi asiakas haluaa tehdä syömisestään merkityksellistä, ei vain itselleen vaan myös muille. Kun syömällä voi itse kokea nautintoa ja samalla tehdä hyvää muille, syöminen saa suuremman merkityksen ja hyvän mielen.

Kuinka ammattikeittiö voi siis vastata asiakkaiden yksilöllisiin odotuksiin? Kaiken lähtökohta on asiakkaan tunteminen ("know your customer"). Jos et tunne asiakastasi, et tiedä mitä sinun tulee tarjota ja miksi. Et voi myöskään tietää, mitä on hyvä laatu. Toiseksi ruokapalvelun tarjoajan tulee hankkia itselleen kaikki se osaaminen, jota asiakkaiden odotusten täyttäminen vaatii. Jos tämä vaatii valikoiman kasvattamisen ja uusien tuotantomenetelmien osaamista, niin tämä osaaminen tulee hankkia.

Asioiden pohtimisen ja teoreettisen tutkimisen lisäksi tarvitaan myös rohkeutta kokeilla asioita käytännössä; on siis kokeiltava mikä asiakkaita puhuttelee ja miten he muutoksiin palvelussasi reagoivat. Kokeilujen kautta oppii uutta eivätkä kokeilut ole epäonnistumisia muutoin kuin silloin, jos niistä ei opita mitään.

Juha Jokinen