

Piilu kulisside taha: kuidas Tallinna restoranid end suveks valmis seadsid?

Restoranide jaoks on suvi vaieldamatu tipphooaeg, milleks on ettevalmistusi tehtud juba varakevadest. Aasta kõige tihedamaks kolmeks kuuks tuleb toitlustusettevõtetal enamasti leida rohkem töötajaid, lisada menüüsse kergemaid valikuid ja sõlmida suurema nõudluse rahuldamiseks aegsasti ka kokkuleppeid tarnijatega. Sellest, mida suvi Tallinna restoranide jaoks tähendab, räägivad Brööder Kebabi juht Alex Toom ja Sanga võileivabaari omanik Vlad Borouhhin.

Kuigi klientide suvised eelistused on restoranidele hästi teada, ei tähenda soojemate ilmade tulek menüüs enamasti suuri kannapöördeid, vaid pigem väiksemaid täiendusi.

“Võileivabaarina arendame oma menüüd pidevalt, kuid soojal ajal muudame maitset värskemaks,” kirjeldas Sanga omanik Vlad Borouhhin.

Tema sõnul tõusevad esile niisiis kergemad kastmed, ürdid, hooajalised köögiviljad, erksam happesus ja mängulisemad kombinatsioonid. Eriti tähtsaks muutuvad suvel joogid. “Soe ilm muudab külma joogi osaks külastuskogemusest. Meie uuest joogimenüüst on eriti hästi vastu võetud maasika matcha ja vanilli pilve virsiku jäätet,” lisas Borouhhin.

Ka Brööderis on suvist menüüd täiendatud tervislikuma valikuga, kinnitas kebabirestorani juht Alex Toom. Samuti tuleb suvisel ajal mõelda turistidele, keda Tallinnas soojade ilmadega rohkem ringi liigub. Brööderi kogemuse järgi soovivad turistid sageli midagi ehtsalt eestimaist. „Toidu puhul hinnatakse käsitööna valminud roogi ning seda, et restoran ei kasuta poolfabrikaate ega valmisprodukte,“ sõnas Toom.

Samas on turistid huvitatud proovima ka siinseid versioone rahvusvahelistest maitsetest. Borouhhini sõnul leiab Sanga menüüst seetõttu maailmaköögist inspireeritud võileibu ja juooke.

Suvi muudab seda, kus inimesed toitu naudivad

Nii, nagu muutub suvel see, mida süüakse, muutuvad ka olukorrad ja paigad, kus restoranitoitu auditakse. Soe ilm meelitab inimesi rohkem väljas sööma, kuid kaasaostmine ja kojuvedu jäävad jätkuvalt oluliseks viisiks nautida lemmikrestoranide toitu nii parkides, randades, vabaõhu tegevuste ajal kui ka kodus.

Ka suvekuudel on Wolt ja teised tarneplatvormid restoranide jaoks oluline müügikanal, isegi kui inimesed kasutavad ilusaid ilmasid üha rohkem ära terrassidel ja väljas einestamiseks. “Sellest hoolimata moodustavad Wolti tellimused suvel umbes 30 protsenti Brööderi müügist. Talvel on pilt vastupidi, sest jahedal ajal tellitakse toitu koju märksa rohkem,” märkis Toom.

Ka Sanga kogemus näitab, et suvel võidab kohapeal söömine. Hea ilm toob inimesed restorani, sest lisaks toidule otsitakse atmosfääri, kohtumisvõimalusi ja linnas olemise tunnet. Samas ei kao kaasaostmine ega kojuvedu kuhugile.

Tellimisharjumuste muutumist on näha ka suuremas pildis ja kõikides riikides. „Suvisel ajal liiguvad inimesed rohkem välja sööma. Samal ajal näeme, et toidu kohaletoometamine on üha enam osa inimeste suvistest tegevustest – järjest rohkem tellitakse toitu parkidesse, randadesse, avalikele üritustele ja teistesse avalikesse ruumidesse. Ilm mõjutab seejuures jätkuvalt palju: vihmased päevad kasvatavad nõudlust kojuveo järele,” ütles Wolti võtmekliendihalduse juht Soomes ja Baltikumis Irina Kuzina.

Suvel vajatakse lisatööjõudu

Kuna suvel langeb restoranidele suurem koormus nii turistide kui ka aktiivsemalt linnas liikuvate kohalike inimeste tõttu, on vaja klientide teenindamiseks enamasti töötajate arvu suurendada. Brööderi kollektiiv kasvab suveperioodil umbes 30 protsendi võrra ning lisatöötajate otsimine algab varakult. Kuigi hea töötaja leidmine on alati väljakutse, on ettevõtte hinnangul aidanud neid tugev tööandjabränd ja toetav kollektiiv, kes suudab uued inimesed kiiresti välja õpetada.

Ka Sangas nähakse vajadust lisakäte järele. Borouhhini sõnul on hooajalist abi võimalik leida, eriti noorte seast, kes soovivad koolivaheajal töötada. “Märksa keerulisem on leida kogenud teenindajaid, kes oleksid usaldusväärsed, kiired ja valmis pikemalt pühenduma. Sageli alahinnatakse seda, kui palju oskusi kvaliteetne klienditeenindus tegelikult nõuab,” lisas ta.

Kuigi suve seostatakse restoranide jaoks eelkõige suurema külastajate arvu ja elavama linnapildiga, algab ettevalmistus tipphooajaks juba kuid varem. Nii Brööderi kui ka Sanga kogemus näitab, et edukaks suveks tuleb aegsasti planeerida personali, varusid ja töökorraldust ning kohandada menüüd vastavalt hooajalistele eelistustele.

Samal ajal tuleb arvestada, et klientide käitumist mõjutavad jätkuvalt nii ilm kui ka turismivoog. Restoranide jaoks tähendab see vajadust olla paindlik ning valmis teenindama nii terrassidel ja söögikohtades einestavaid külalisi kui ka neid, kes eelistavad tellida toidu parki, randa või koju.

Teave Wolt kohta

Wolt on Helsingis asuv tehnoloogiaettevõte, mis pakub veebiplatvormi tarbijatele, kaupmeestele ja kulleritele. Platvorm ühendab inimesi, kes soovivad tellida toitu ja muid kaupu, nende müümisest ja kohaletoomisest huvitatud inimestega. Selleks arendab Wolt erinevaid tehnoloogilisi lahendusi alates kohalikust logistikast kuni jaemüügitarkvara ja finantslahendusteni. Platvorm opereerib Wolt Market kaubamärgi all oma toidupoode. Wolt'i teenuste hulka kuuluvad Wolt+ (tellimusteenus klientidele), Wolt at Work (toidu tellimine töötajatele ja kontoritesse kohalevedu), Wolt Drive (kiire viimase miili tarne kaupmeestele) ja Wolt Self-Delivery (teenus kaupmeeste partneritele, kellel on oma kullerid). Wolt'i missioon on muuta kohalikku kogukonda panustamisega linnaelu paremaks. Wolt asutati 2014. aastal ja ühendas 2022. aastal jõud DoorDashiga.

Kontaktandmed

Piret Pert

Head of Communications, North Region

press@wolt.com

Kopeeri link

<https://press.wolt.com/et-EE/267897-piilu-kulisside-taha-kuidas-tallinna-restoranid-end-suveks-valmis-seadsid/>