

Коммуникации в управлении рестораном «Венеция»

Выполнила: Ямкина А.В.

Группа Укбд-21

Об организации

Ресторан существует на рынке с 2009 года. Руководство осуществляется директором и его заместителем.

В начале открытия ресторана была подобрана команда в большинстве своем до сих пор работающая с нами. Число работников ресторана составляет 50 человек.

Ресторан оснащен всем необходимым оборудованием в соответствии с требованиями Роспотребнадзора. Интерьер, посуда, инвентарь соответствуют заявленному классу обслуживания.

Целевым сегментом данного ресторана является население со средним уровнем дохода, а также население с доходом чуть выше среднего.

Об организации

Миссией сети ресторанов является занятие лидирующей позиции на рынке общественного питания города Ульяновска за счет развития собственной сети предприятий общественного питания, обеспечения максимальной удовлетворенности потребителей и развития культуры обслуживания.

Политика в области качества - непрерывное улучшение качества и конкурентоспособности оказываемых услуг и производимой продукции, отвечающих требованиям и ожиданиям гостей, соответствующих действующим нормам и правилам.

Руководство сети ресторанов «Венеция» несет ответственность за реализацию Политики в области качества и создание условий для творческой, эффективной работы и непрерывного совершенствования оказываемых услуг и производимой продукции.

Об организации

Следовательно, стратегическими целями сети ресторанов являются:

- предвосхищение и удовлетворение потребностей наших гостей;
- повышение лояльности потребителей и узнаваемости брендов;
- обеспечение и повышение высокого уровня обслуживания и качества предлагаемой продукции, за счет повышения профессионального уровня персонала и контроля качества поставляемых продуктов;
- создание атмосферы уюта, комфорта и гостеприимства для гостей;
- постоянное повышение эффективности всех предприятий входящих в сеть ресторанов за счет постоянного улучшения качества оказываемых услуг и предлагаемой продукции, повышения результативности и снижения затрат,
- создание оптимальных условий труда для наших сотрудников, предоставление возможности для карьерного и профессионального роста.

О конкурентах

На данный момент на рынке Ульяновска существует 3 конкурента для нашего ресторана: «Прожектор», «Сидней» и «Федерико».

Исследования в этой области показывают, что наш ресторан обладает оптимальным набором качеств, способствующих удовлетворению потребителей. Однако исследование меню показало, что наиболее разнообразный ассортимент наблюдается в ресторане «Федерико».

Самый высокий уровень обслуживания, наиболее соответствующий по показателям качества и скорости, на данный момент у ресторана «Прожектор»; предполагается, что ресторану «Венеция» для увеличения конкурентоспособности необходимо достичь этого уровня.

Наибольшей конкурентоспособностью на рынке на данный момент обладают рестораны «Прожектор» и «Федерико». По данному показателю наш ресторан отстает только от них. Ближайший же конкурент ресторана «Венеция» – «Сидней» по данному показателю отстает.

1. Коммуникации ресторана

Коммуникации в ресторане «Венеция» являются важным инструментом для взаимодействия руководителей подразделений и эффективности деятельности данного предприятия в целом.

К коммуникациям между рестораном «Венеция» и его внешней средой относятся: средства массовой информации, потребители, надзор за качеством продукции, органы государственного регулирования, политические группы, комитеты, поставщики, конкуренты.

1. Коммуникации ресторана

К средствам массовой информации относятся партнёры ресторана – такие, как салон красоты «Момо», Клиника «Виллабэль», фитнес-клуб «Фитлэнд», «Детский мир», салон красоты «Космо», а также потенциальные партнёры, желающие сотрудничать на взаимных выгодах. Данной стороной коммуникаций занимается маркетинговый отдел и руководитель данного отдела Негматова Ю.А. В данном отделе 3 секции: секция маркетинга, секция публикаций и секция работы с клиентской базой. Разработка и проведение рекламных акций, различные публикации, ответственность за состояние и вид меню, за исследование конкурентов, рекламно-информационные материалы, за информационные и презентационные материалы, за работу с гостями - это основные задачи данного отдела.

Потребители и их пожелания, предпочтения, отношение к кухне ресторана «Венеция» определяются посредством проведения опросов, различных акций, пополнения клиентской базы.

1. Коммуникации ресторана

Что же касается межуровневых коммуникаций, то они происходят между различными подразделениями ресторана. Каждое подразделение тесно сотрудничает со всеми остальными. С такой целью в ресторане «Венеция» существует коммуникационный центр, который создан для движения информационных частиц внутри предприятия.

2. Коммуникационный центр

Коммуникационный центр работает по системе трех корзин. Верхняя корзина с пометкой «Входящие» должна содержать новые сообщения, которые нужно будет просмотреть. Средняя корзина с пометкой «Отложенные» должна содержать те сообщения, которые были просмотрены, но с которыми сотрудник не может немедленно начать работу. Нижняя корзина «Исходящие» должна содержать те сообщения, которые полностью обработаны и сейчас снова готовы для доставки по коммуникационным линиям.

2. Коммуникационный центр

Коммуникационный центр ресторана «Венеция» состоит:

- из коммуникационного центра, расположенного непосредственно рядом с орг.схемой предприятия. Корзины ком. центра устанавливаются для руководителей и всех подразделений. Все корзины имеют бирки с названием поста руководителя и подразделения.
- из коммуникационной корзины для каждого подразделения, которая установлена на рабочем месте так, чтобы было удобно пользоваться всем сотрудникам, и который работает по системе трех корзин;
- из коммуникационной корзины для каждого кабинета, которая состоит из корзин для каждого сотрудника, работающего в этом кабинете, а так же корзин для входящей и исходящей информации сотрудников. Все корзины имеют бирки с наименованием поста.
- каждый сотрудник, у которого есть рабочий стол, должен иметь коммуникационную корзину из трех корзин стоящие одна на другой для входящей, отложенной и исходящей информации.

2. Коммуникационный центр

Для того чтобы просьбы, идеи, заявления, одним словом послания, быстро доходили до нужного адресата, необходимо пользоваться коммуникационным центром и правильно оформлять послания. При составлении сообщений необходимо пользоваться образцами, которые вывешены на видном месте рядом с коммуникационной корзиной в каждом подразделении.

Очень важно при составлении посланий указывать должность адресата и фамилию, а также указывать должность и фамилию тому человеку, который пишет послание. Послание должно направляться только должности, промежуточные посты указывают вверху послания. Первый получатель помечается стрелкой и рядом со стрелкой ставится дата отправления.

2. Коммуникационный центр

Если сообщение было получено, но нет возможности быстро на него ответить (вопрос требует времени), то необходимо сообщить об этом отправителю в письменном виде, чтобы он знал о том, что сообщение получено, и вопрос решается.

Послания, которые необходимо отправить в другие подразделения, нужно вкладывать в корзину «исходящие», далее ответственный за ком. центр подразделения доставляет сообщения до коммуникационного центра, который расположен рядом с оргсхемой.

Нельзя допускать того, чтобы адресованные сообщения были «похоронены» в корзинах, необходимо отвечать на них своевременно.

3. Менеджер по коммуникациям

В ресторане «Венеция» также существует менеджер по коммуникациям, в обязанности которого входит следующее:

1. Послания направлять их точно.

2. Забирать в назначенное время адресованные его подразделению

послания из коммуникационного центра, который расположен рядом с оргсхемой и доставлять в корзину своего подразделения, а также отправлять сообщения по тому же самому маршруту, но в обратном порядке.

3. Отвечать за распределение посланий между сотрудниками своего подразделения, либо кабинета, в котором работает ответственный.

3. Менеджер по коммуникациям

4. Следить за тем, чтобы все послания оформлялись согласно требованиям предприятия и были датированы.

5. Следить за правильным распределением информации в системе трех корзин.

6. Если ответственных за одну коммуникационную корзину в подразделении несколько человек, то они должны передавать друг другу корзину в полном порядке.

7. Ответственные должны быть в курсе всех изменений на оргсхеме. При изменении в оргсхеме, происходят изменения, связанные с корзинами центра связи. Необходимо информировать себя систематически изучая оргсхему.

3. Менеджер по коммуникациям

8. Все ответственные должны сообщать о произошедших нарушениях в работе коммуникационного центра:

- утери сообщений;
- неправильно доставленных сообщений;
- неправильно оформленных сообщений;
- устаревших сообщений;
- утерянных сообщений;
- о неполученных ответов на сообщения.

4. «Руководитель-подчиненный»

Две трети всей деятельности на предприятии – это деятельность, основанная на коммуникациях «руководитель – подчиненный». В ресторане «Венеция» данный вид коммуникаций представляется в виде: обмена информации о способах деятельности, эффективности работы, вознаграждениях, способностях работников, проблемах, изменениях, результатах, усовершенствованиях и т.д. Данный вид коммуникаций осуществляется через написание посланий, отчётов, предоставление статистик каждый четверг до 14:00, которые позволяют определить эффективность той или иной деловой недели. Помимо этого в ресторане «Венеция» имеется пресс-центр, находящийся на кухне – на него вывешиваются намечающиеся мероприятия в ресторане, чтобы все могли ознакомиться. Существует ещё один пресс-центр в служебном помещении ресторана, на котором вывешиваются различные объявления, дни рождения сотрудников, информация о собраниях и т.д.

5. Др. виды коммуникаций

Межличностные коммуникации – это то, как люди общаются и взаимодействуют друг с другом внутри предприятия. В данном случае здесь действует система внутренних коммуникаций, через которую сотрудники передают друг другу послания, изучают приказы руководителей и иную информацию, связанную с деятельностью данного заведения.

Коммуникации в малой группе тоже имеют место быть. Коллектив в процессе работы делится на несколько малых групп, в каждой из которых находится индивид, взаимодействующий с непосредственным руководителем. Такое практикуется при повседневной работе ресторана, при работе на банкетах – выделяются бригады и бригадиры, которые взаимодействуют в процессе проведения мероприятия с менеджером банкетной службы.

5. Др. виды коммуникаций

Внутренняя оперативная коммуникация - это коммуникации между отделами предприятия, отчёты отдела реализации продукции, ведомости складского учёта, которые передают информацию о потребностях отделу оперативного планирования производства.

Особенно важно, чтобы в процессе коммуникаций была обеспечена обратная связь. В ресторане «Венеция» обратная связь имеет место быть, т.к. хорошо развита система коммуникаций и также существует отдельный человек, отвечающий за своевременность и оперативность передачи информации во вне организации и внутри неё – менеджер по коммуникациям.

6. Выводы

Таким образом, каналами коммуникаций в ресторане «Венеция» является внутренняя коммуникация по системе трёх корзин, система внутренних посланий между подразделениями, и эффективная работа менеджера по коммуникациям, который отвечает за своевременность, достоверность и полноту информации, что непосредственно влияет на достижение поставленной цели ресторана. Помимо этого в ресторане «Венеция» имеет место быть свой внутренний сайт, что упрощает и ускоряет обмен информацией среди руководителей подразделений.