

SERWETKI NA STÓŁ



Największą popularnością w ofercie Duni cieszą się serwetki w kolorze białym, a także wzór w czarno-białą kratkę

FUNKCJONALNOŚĆ I ESTETYKA TO DWA GŁÓWNE TRENDY OBSERWOWANE W KATEGORII DYSPENSERÓW I SERWETEK DO NICH. PODAJNIKI SĄ TAK PROJEKTOWANE, ABY KLIENT NIE WYCIĄGAŁ WIĘCEJ NIŻ JEDNEJ SERWETKI NA RAZ, A SAME SERWETKI CORAZ CZĘŚCIEJ ZAWIERAJĄ NP. LOGO RESTAURACJI.

Autor: Ilona Mrozowska

Higiena to podstawa każdego dobrze prowadzonego lokalu gastronomicznego. I nie ma znaczenia, czy mowa o barze mlecznym, szybkiej obsłudze, czy modnej restauracji, w której serwowane są dania z najwyższej półki. Pierwszy kontakt klienta z lokalem rozpoczyna się od wyboru stolika, a bród odstrasza. Jak wynika z raportu firmy Makro Cash & Carry „Polska na Talerzu 2015”, do ponownego odwiedzenia lokalu zniechęca nie tylko jakość dań (na ten czynnik wskazało 72 proc. badanych), obsługa (61 proc.), ale także brak czystości właśnie (55 proc.).

Okazuje się nawet, że brud odstrasza klientów bardziej niż np. zbyt wysokie ceny (50 proc.). I nie chodzi tu tylko o toalety, ale także inne produkty, które pozwalają zachować czystość podczas posiłków, jak na przykład dyspensery i serwetki. Miejsce ich usytuowania zależy od formy prowadzonego lokalu i sposobu konsumpcji, ale zasada jest prosta. Klient powinien mieć możliwość sięgnięcia po serwetkę w miejscu spożywania posiłku lub/i w miejscu jego odbierania. Coraz częściej, zwłaszcza w dobrych lokalach, liczą się też funkcjonalność oraz estetyka produktów. Najtańsze cienkie serwetki podane

w srebrnych stojakach rodem z PRL sprawdzają się więc w barach szybkiej obsługi, ale w modnych restauracjach już niekoniecznie. Ważne jest też samo dozowanie. Nowoczesne dyspensery są tak projektowane, aby gwarantować wyciągnięcie tylko jednej serwetki na raz, co bezpośrednio wpływa na ograniczenie zużycia oraz kosztów ponoszonych przez restauratorów. – Z naszych badań wynika, iż rozwiązania oferowane przez markę Tork potrafią ograniczyć zużycie o minimum 25 proc. w porównaniu z tradycyjnymi systemami serwetek dyspenserowych – podkreśla Wojciech Nizio, brand communication manager w firmie SCA Hygiene. Przyznaje on także, że jeśli klientowi zależy głównie na ekonomice rozwiązania i dużej wydajności, wybiera on standardową białą serwetkę. Przybywa jednak tych klientów, którzy kładą nacisk na jakość samego produktu oraz poszukują elementów odróżniających od innych. Są to np. wysokiej jakości serwetki mające specjalny dekor lub spersonalizowany nadruk, który zapada klientowi w pamięć. – Z niezależnych badań wynika, że 75 proc. użytkowników zwraca uwagę na nadruki na serwetkach, a 70 proc. zapamiętuje informację na nich zawartą – zapewnia Wojciech Nizio.

Także Mariusz Petelczyc, koordynator sprzedaży w firmie Lamix, informuje, że oferowane przez firmę serwetniki z obu stron mają specjalną kieszeń, w której umieszczana jest grafika. Każdy klient może więc pozostawić tę proponowaną przez Lamix lub włożyć własną spersonalizowaną grafikę, na przykład menu restauracji. Jeśli chodzi o kwestię wyciągania serwetek, to ich produkcja opiera się na technologii pozwalającej na ząbienie się poszczególnych listków, co oczywiście ma zapobiegać wyciąganiu z podajnika więcej niż jednej serwetki na raz. – Każda serwetka produkowana jest tak samo. Nie dzielimy produktów na nisko i wysokobudżetowe. Jedyne rozróżnienie wynika z zależności od wielkości dyspensera – dodaje Mariusz Petelczyc.

Lamix produkuje serwetki białe z wielowarstwowej bibułki celulozowej, w dwóch różnych rozmiarach. Nowością, która pojawi się w sprzedaży w czwartym kwartale tego roku, będą tzw. serwetki Tab-Nap, a więc pakowane jednostkowo w kartonowe pudełko, które dzięki specjalnemu designowi i grafice stanowi jednocześnie podajnik do serwetki.

Wszystkie serwetki z oferty Duni przeznaczone do klasycznych dyspenserów metalowych to serwetki jednowarstwowe. Największą popularnością cieszą się serwetki w kolorze białym, a także wzór w czarno-białą kratkę. W portfolio Duni są także kolory: żółty, czerwony, granatowy oraz ekologiczny kraft. Ten ostatni

cieszy się coraz większą popularnością w nadrukach indywidualnych. – Wykonujemy też indywidualne nadruki na klasycznych serwetkach jednowarstwowych do dyspenserów metalowych oraz na serwetkach Duni-soft 20 x 20 cm w jednorazowych dyspenserach kartonowych – mówi Joanna Rybak, specjalista ds. obsługi klienta w firmie Duni Sales Poland. – Największe zamówienie jest właśnie realizowane dla Tesco Bistro, ale otrzymujemy też bardzo dużo zleceń bezpośrednio od restauracji i hoteli – dodaje.

Plastikowe, metalowe, kartonowe

Dozowniki najczęściej wykonane są z plastiku, ponieważ jest to tworzywo na tyle wytrzymałe,

że bardzo dobrze sprawdza się w miejscach o dużym natężeniu ruchu. Dodatkowo plastik jest relatywnie mało skomplikowanym tworzywem do obróbki, dzięki czemu cena dozowników może pozostać na poziomie niezbędnego minimum. Jest to też produkt najczęściej przekazywany klientom za darmo, w ramach współpracy lub za symboliczną kwotę. Tak jest w przypadku m.in. firmy SCA Hygiene. – Nasi klienci w dużej mierze korzystają z możliwości wynajęcia dozowników za symboliczną kwotę, dzięki czemu nie ponoszą kosztów ich zakupu, a jedynie zobowiązują się do kupowania serwetek z naszej oferty – mówi Wojciech Nizio. W portfolio

REKLAMA





Według Wojciecha Nizio, brand communication managera w firmie SCA Hygiene (Tork), przybywa klientów, którzy kładą nacisk na jakość samego produktu oraz poszukują elementów odróżniających go od innych

marki Tork najlepiej sprzedają się dozowniki o małych rozmiarach, gdyż odsetek małych lokali gastronomicznych w Polsce jest najwyższy. Ponadto mają one kompaktowy rozmiar, dzięki czemu można je ustawić także na małych stolikach, np. w lodziarniach. Obecnie głównym produktem z tej kategorii jest system N10 – Tork Xpressnap Snack – mały dozownik do serwetek w składce na stolik.

Do większych lokali samoobsługowych Wojciech Nizio poleca dozowniki o dużej pojemności, np. Tork Xpressnap – dozownik do serwetek w składce na ladę. Restauracje, których właścicielom zależy na dłuższej interakcji z klientem i atmosferze zachęcającej do spędzenia w tym miejscu więcej czasu, firma zachęca do umieszczenia dozowników z serwetkami na każdym stoliku, aby klienci mieli stały dostęp do wszystkich potrzebnych elementów bez konieczności wstawania od stołu. Dozowniki mogą być wykorzystane jako reklama lub po prostu dodatkowe narzędzie do komunikacji z klientami. W ofercie Tork każdy dozownik do serwetek dyspenserowych ma bowiem specjalne panele reklamowe AD-a-Glance, na których można umieścić dowolny przekaz. Ponadto wchodząc na stronę www.tork.pl, można samodzielnie zaprojektować taką reklamę, korzystając z dziesiątek przygotowanych szablonów. – Od jakiegoś czasu obserwujemy też rosnące zainteresowanie produktami klasy premium, nawet w kontekście systemów serwetkowych. Chodzi tu przede wszystkim o wyższej jakości serwetki mające dodatkowo personalizowane napisy lub dekor, a także o wysokiej klasy dozowniki wykonane z unikalnych materiałów, np. z drewna orzecha – dodaje Wojciech Nizio.

W ofercie firmy Duni obok metalowych dozowników nowością są dozowniki kartonowe. – Nasza firma duży nacisk stawia na ekologię, czego rezultatem są produkty linii ecoecho. Dodatkową zaletą tych jednorazowych dyspenserów jest higiena – serwetka, której chce użyć klient, nie była wcześniej dotykana przez inną osobę – podkreśla Joanna Rybak. Zaznacza ona, że dla przedstawicieli, właścicieli, menedżerów pojęcie dobrej jakości nabiera nowego znaczenia. Zaczynają zwracać uwagę nie tylko na jedzenie i jego sposób podania, ale też na całą otoczkę miejsca – obrusy, serwetki, bieżniki pasujące do wystroju. – Jak wiadomo, jemy przede wszystkim oczami. Dodatkowy miły akcent w postaci pięknej, starannie ułożonej serwetki natychmiastowo podnosi walory lokalu – uważa Joanna Rybak.

Podajniki do serwetek wielokrotnego użytku oferowane przez Lamix wykonane są z plastiku ABS. Każdy podajnik ma dużą, gumową stopę zapobiegającą przesuwaniu się po powierzchni blatu lub stołu, co ma zapobiegać ich przypadkowemu zrzuceniu. Jak podkreśla Mariusz Petelczyc, każdy menedżer wie, że realne korzyści finansowe osiąga się dzięki powracającym klientom. A jest to możliwe głównie dzięki odpowiedniemu menu, serwisowi, ale także dostępności produktów niezbędnych w utrzymaniu higieny i czystości. – Mam tu na myśli zarówno serwetki, jak i produkty znajdujące się w toaletach. Klient powinien czuć się doceniony i uszanowany przez najwyższej jakości serwetki, ręczniki do rąk i papier toaletowy. Badania konsumenckie dowodzą, że jakość i poziom restauracji oceniany jest przez klientów

DOZOWNIKI MOGĄ BYĆ WYKORZYSTANE JAKO REKLAMA LUB PO PROSTU DODATKOWE NARZĘDZIE DO KOMUNIKACJI Z KLIENTEM



W firmie Lamix nowością, która pojawi się w sprzedaży w IV kw. tego roku, będą tzw. serwetki Tab-Nap, a więc pakowane jednostkowo w kartonowe pudełko

także po czystości toalet – mówi Mariusz Petelczyc. Jego zdaniem podobny wpływ na te oceny mają inne środki, które pozwalają zachować czystość podczas posiłków. Dla restauracji ważne jest również to, aby koszty, które muszą ponieść na zapewnienie takiego standardu, były przystępne. I tu na rękę restauratorom idą producenci. Jak informują, dyspensery sprzedawane są nawet po 1 sztuce, ale już serwetki – w ekonomicznych opakowaniach zbiorczych.