

Opinnäytetyö (AMK)

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

2011

Miina Aronen

SALON PATAROUVA OY

– kertomus lounasravintolan perustamisesta



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Miina Aronen

SALON PATAROUVA OY

Salon Patarouva Oy on Salossa Meriniityn teollisuusalueella toimiva lounasravintola. Yrityksen perustaminen ja toiminnan alkuunsaattaminen oli lähtökohta tämän toiminnallisen opinnäytetyön tekemiseen.

Omat lähtökohdat yrittäjäksi ryhtymiseen olivat vahva ammattitaito ja kokemus suurkeittiöympäristöistä. Vuokrasimme toimitilat ja ostimme uudet laitteet. Yrityslainan saimme Finnverasta ja pankista. Lainopillisia ja muita neuvoja saimme Yrityssalosta.

Salon Pararouvan liikeidea on palvella asiakkaita tuottamalla hyviä ja laadukkaita sekä hintakilpailukyvyltään onnistuneita lounas-, kahvila- ja kokouspalveluja alueen työssäkävijöille ja yrityksille. Tutkimusten mukaan tärkeimmät tekijät lounaspaikan valinnassa ovat ravintolan sijainti, lounaan laatu ja hintataso. Salon Patarouvalla on vakiintunut asiakaskunta alueen yritysten piiristä ja siksi toimintaan on hyvät edellytykset. Alueelle perustettiin lyhyessä ajassa kolme muutakin lounasravintolaa joten kilpailu muodostui aikaisempaa haastavammaksi. Olemme vastanneet haasteisiin ja kilpailutilanteeseen monin tavoin. Perusedellytys on lounaan hyvä laatu jossa raaka-aineilla ja ammattitaidolla on suuri merkitys. Uusi laitekanta mahdollistaa lounaan valmistamisen kustannustehokkaasti. Uusittu ravintolasali lisää viihtyisyyttä. Winpos-kassajärjestelmä varmistaa sujuvan asiointin ja laskutuksen. Jamix-keittiöohjelman käyttöönotto mahdollistaa lounasvaihtoehtojen ravintosisältöjen tulostamisen ja katelaskelmien teon. Pitopalvelu on tarpeellinen lisä kannattavuuden parantamisessa joskin kilpailutilanne on vielä haastavampi kuin lounasruokailussa. Keittiöhenkilökuntaa on meidän lisäksi yksi vakituinen henkilö ja kiireapuna käytämme vuokratyövoimaa. Asiakaspalautetta saamme ravintolasalissa olevan vihkon ja nettisivujemme palautelomakkeen kautta ja pyrimme kehittämään toimintaamme palautteen mukaan.

Tavoitteenamme on tulevaisuudessa laajentaa toimintaamme. Mahdollisia tapoja ovat laajentuminen ympäristökuntiin tai verkostoituminen muiden yrittäjien kanssa. Yksi asiakasryhmä on senioriasiakkaat joiden palvelua voisi kehittää. Muualle kaupunkiin olisi mahdollista perustaa jakelukeittiötä jonne ruoka kuljetettaisiin keskuskeittiöstämme Meriniitystä. Yksi mahdollisuus toiminnan laajentamiseen olisi myös Franchising-yrittäjyys.

Markkinointisuunnitelmassamme olen analysoinut kilpailutilannetta ja asiakkaitamme. Kilpailun lisääntyessä meidän on erotuttava kilpailijoistamme. Tärkein asiakasryhmämme ovat alueen yritysten työntekijät ja asiakkaat. Samassa rakennuksessa meidän kanssamme toimii myös itsepalveluhotelli Piihotelli. Hotellin asiakkaat muodostavat meille asiakasryhmän jonka olemme ottaneet huomioon aamiaistarjonnassamme. Pääasiallisena mainontatapana olemme käyttäneet lehtimainontaa.

ASIASANAT: yrittäjyys, asiakaspalvelu, lounas, liikeidea, markkinointisuunnitelma

SCHOLARLY THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree Programme: Hospitality Management

Date: 25.5.2011 | 48

Monica Tamminen

Miina Aronen

SALON PATAROUVA OY

Salon Patarouva Oy is a lunch restaurant in Meriniitty industrial area in Salo. The founding procedure and starting of the operations is described in the present bachelor's.

The owners of the company have strong professional skills and experience from large kitchen environments, which has facilitated the undertaking of the entrepreneur challenge. The company has rented the premises and bought new equipment partly funded by loans from Finnvera and a bank. Yrityssalo provided the starting company with juridical and other consultation.

The business idea of Salon Patarouva is to serve customers by producing competitive and good quality lunch, café and meeting services to companies and their employees as well as private customers in the area. According to studies the location, lunch quality and price are the most important factors when choosing a lunch restaurant. The former restaurant Patarouva had a loyal customer base making it easier to start operations. However, in a short period of time three other restaurants were founded in the area making the competition harder. Salon Patarouva has taken measures to survive in this new business environment. The most important competitive advantages are a good quality lunch strong professional skills and long experience. The new machinery makes it easier to cook food cost-effectively. The new interior has been renovated and the restaurant hall has a new look. The Winpos cashier system was chosen to speed things up at the cash desk and for easier billing. Once the Jamix kitchen program is set up and running and all the recipes are fed into it the restaurant is able to print out the nutritional contents of it's lunches for the customers. Salon Patarouva also provides catering services for parties and special occasions and they are an important part in achieving profitable operation. The company has three employees in addition to the owners and for occasional needs they also rent more personnel. Feedback from the customers is collected by a notebook placed in the restaurant hall as well as by a feedback section in company web pages. The feedback is taken seriously into account when planning the activities.

In the future the company is planning to expand its operations. The alternatives considered are to start operations in other cities and networking with other entrepreneurs. There are many ways to develop the services for senior citizens who are an important customer segment for the restaurant. The central kitchen in Meriniitty could serve other, distribution kitchens elsewhere in the town. In addition, a franchising concept is something which will be considered in more detail.

The marketing plan includes an analysis of the competition and clients. It is vital that Salon Patarouva stands clearly out from its competitors. The most important customer segments of the restaurant are the employees and clients of the companies in the area. In addition, there is a self-service hotel Piihotelli located in the same building with Salon Patarouva. The hotel customers use the services of the Salon Patarouva and they have been taken into account

especially in planning the breakfast. The most common media for advertising for Salon Patarouva is the local newspaper.

Key words: entrepreneurship, customer service, lunch, business idea, marketing plan

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	4
1.1 Yrittäjyyttä ja lounasta	4
1.2 Aiheen valinta	5
2 PÄÄMÄÄRÄNÄ YRITTÄJYYS	6
2.1 Omat lähtökohdat yrittäjyyteen	6
2.2 Salon Patarouva Oy	8
2.2.1 Tie Patarouvaan	8
2.2.2 Salon Patarouva Oy:n perustiedot	9
2.3 Liikeideasta kannattavuuteen ja kasvuun	11
2.4 Tavoitteena tuottavuus	16
2.5 Katseet kasvuun	17
2.5.1 Ketjuuntumalla kasvua	19
3 LOUNASRUOAN MERKITYS HYVINVOINTIIN	20
4 SALON PATAROUVAN MARKKINOINTIVIESTINTÄ	23
4.1 Markkinakuvaus	23
4.2 Asiakassegmentit	23
4.3 Kohdemarkkinat ja markkinapotentiaali	24
4.4 Kilpailu	25
4.5 Markkinointistrategia	26
5 YHTEENVETO	29
LÄHTEET	31
LIITTEET	32
Liite 1. Ensimmäinen mainos	
Liite 2. Kakkukansio	
Liite 3. Haastattelu Teollisuuden Näytelehteen	
KUVAT	
Kuva 1. Salon Patarouvan sali.	14
KUVIOT	
Kuvio 1. Liikeidean neljä osa-aluetta (Edu.fi [viitattu 27.4.2011]).	11
Kuvio 2. Ravintolan sijainnin merkitys ruokapaikan valintaan (Minkkinen 2010, 27).	12

Kuvio 3. Lounaiden osuus aterioista nousussa (Minkkinen 2010, 26).	21
Kuvio 4. Ateriaan sisältynyt pääruoka (Minkkinen 2010, 26).	22

TAULUKOT

Taulukko 1. SWOT-analyysi omasta yrittäjyydestä.	7
--	---

1 Johdanto

1.1 Yrittäjyyttä ja lounasta

Yrittäjyydellä ja yrityksillä on suuri merkitys suomalaisessa yhteiskunnassa. Yritykset työllistävät 2/3 työikäisistä ihmisistä ja verotuloja valtiolle kertyy yrityksistä sekä palkkatulojen verotuksista 80 % (Sutinen & Viklund 2005, 9). Verotulojen lisäksi yrittäjyys on merkittävä tekijä yhteiskuntamme kehittäjänä sillä yritysten innovaatiot tukevat elämäämme monin eri tavoin ja lisäävät maamme tunnettavuutta kansainvälisesti. Yrityksillä onkin merkittävä tehtävä tukea yhteiskuntaamme taloudellisesti sekä luoda uusia työpaikkoja.

Lounasravintolan merkitys yrityksille ja niiden henkilökunnalle sekä muille asiakkaille saattaa olla suuri. Lounasruoan tarkoituksena on täyttää kolmannes elimistön energiantarpeesta. Lounasruokailu on myös sosiaalinen tapahtuma ja joskus myös elämys. Tästä huolimatta suuri osa ihmisistä syö lounaalla ”kaiken minkä rahalla saa”, eli aivan liikaa omaan energiantarpeeseensa nähden.

Terveellinen ja ravitseva lounas parantaa työpäivän vireystilaa ja antaa mahdollisuuden taukoon työaikana. Lounasruokailu edistää näin monin tavoin terveyttä ja työssä jaksamista sillä harvoin kotiolosuhteissa jaksetaan valmistaa työpäivän jälkeen yhtä monipuolisia ja vaihtelevia aterioita kuin lounasravintoloissa on yleensä tarjolla. Eväiden nauttiminen työaikana saattaa osaltaan kaventaa ravinnon monipuolisuutta. Eväiden säilytystilat eivät myöskään aina ole asianmukaiset.

Asiakastapaamisissa lounaalla saattaa olla merkitystä yritysten sopimusneuvotteluissa edistävänä tekijänä. Tällöin ravintolan henkilökunnan ammattitaidolla ja tarjotun lounaan laadulla on suuri merkitys. Ravintolan henkilökunnan ja isäntäyrityksen on hyvä keskustella lounaan sisällöstä. Ravintolahenkilökuntaa on tarpeellista informoida vieraiden kulttuurista, mikäli yritysvieraat ovat saapuneet kauempaa. Molempien, sekä ravintolahenkilökunnan että isäntäyrityksen on tärkeää kunnioittaa asiakkaan, joka mahdollisesti on ulkomaalainen, tapoja ja perinteitä.

Yksi haastavimmista tekijöistä lounasruoan valmistuksessa on kustannustehokkuus. Pyrin opinnäytetyössäni pohtimaan lounasruoan kannattavuutta ja keinoja tehostaa ravintolan toimintaa. Lounasruoan sisältö ja ravitsevuus on hyvin yksilöllistä, joten

sivuan myös ravitsemusta. Tulevaisuudessa ravitsemuksesta tiedotetaan asiakkaille ilmoittamalla annosten energiasisällöt ruokalistassa. Mikäli asiakkaalla on erityistoiveita tai tarpeita lounaan suhteen, niitä toteutetaan mahdollisuuksien mukaan.

1.2 Aiheen valinta

Toimin yrittäjänä lounasravintolassa yhdessä ystäväni kanssa, joten opinnäytetyöni lähtökohtina toimivat yrittäjyys ja lounasruokailu. Idea yrittäjäksi ryhtymisestä tapahtui nopeasti, sillä olimme molemmat miettineet mahdollisuuksia kehittää osaamistamme työelämässä. Emme kuitenkaan olleet saavuttaneet riittävästi toivomiamme haasteita ansiotyössämme esimiehinä suurten ravintolaketjujen yksiköissä.

Mietimme yhdessä mahdollisuuksiamme toimia yrittäjinä heinäkuussa 2010. Aikaa päätöksen tekemiseen oli kaksi viikkoa. Avasimme lounasravintolamme asiakkaillemme lokakuun 1. päivä 2010. Tuona muutamana kuukautena saimme paljon asioita mietittäväksemme ja paljon kehitettävää on vielä edessämme. Näitä asioita aion pohtia tässä työssäni. Kaikkea oman yritykseni perustamisesta en ole voinut kertoa työssäni, koska monet perustamiseen liittyvät asiat ovat osakassopimuksessamme määritelty yrityssalaisuuksiksi.

Toiminnallisessa opinnäytetyössäni kuvaan motiivejani yrittäjäksi ryhtymisestä sekä jäsenän ajatuksia yrittämiseen liittyvistä työtehtävistä ja mahdollisista haasteista. Pohdin opinnäytetyötä tehdessäni pohtia yritykseni niitä kehittämiskohteita, joihin tulevaisuudessa haen vastauksia ja keinoja niiden toteuttamiseksi. Opinnäytetyöni on toiminnallinen opinnäytetyö, jonka tuotos on Salon Patarouva Oy ja prosessi jota kuvaan on oman yrityksen perustaminen. Opinnäytetyössäni ei ole omia tutkimustuloksia, sillä näin aikaisessa vaiheessa yritykseni perustamisesta emme ole ehtineet suorittamaan asiakaskyselyjä emmekä tekemään kartoituksia kilpailijoista (Hakala 2004, 120).

2 Päämääränä yrittäjyys

2.1 Omat lähtökohdat yrittäjyyteen

Monissa yrittäjyyttä käsittelevissä artikkeleissa ja kirjallisuudessa mainitaan yrittäjäksi ryhtymisen olevan pitkän pohdinnan ja itsetutkiskelun sekä suunnittelun tulos (esim. Holopainen 2006, 15) . Ennen yrittäjäksi ryhtymistä on mietittävä omaa osaamistaan ja jaksamistaan ja ennen kaikkea sitä, millaisen yrityksen on perustamassa. Pitää pohtia yrityksen mahdollisuuksia menestyä ja millaisia asiakkaita yritys palvelee. Olen kuitenkin sitä mieltä, että yrittäjäksi ryhtyminen voi tapahtua myös sattumalta sopivan tilaisuuden tullen, kuten itselläni kävi.

Yrittäjäksi ryhtymisessä on kuitenkin aina muistettava huolellinen suunnittelu ja asioiden selvittäminen, vaikkakin se tapahtuisi nopeasti.

Olin jo pitkään miettinyt työpaikan vaihtoa, mutta sopivaa työtä ei tahtonut löytyä. Yrittäjyys ei edes käynyt mielessäni vaikka siitä oli useasti ollut opinnoissa puhetta. Yrittäjäksi ryhtyminen on ollut minulle helppoa koska minulla ei ole paljoakaan henkilökohtaista lainaa, eikä minulla myöskään ole perhettä, josta pitäisi huolehtia. Olen kuitenkin ollut mukavuudenhaluinen ja nauttinut kaikista vapaista sekä muista työnantajan järjestämistä eduista. Työntekijän eduista luopuminen on ollut merkittävä muutos, mutta toivottavasti yrittäjyyden tuoma vapaus korvaa menetyksen. Tällä hetkellä tuntuukin, että oman yrityksen perustaminen on ollut yksi elämän parhaimmista päätöksistä.

Alla olevassa SWOT - analyysitaulukossa olen pohtinut omia resurssejani yrittäjänä toimimisessa.

Taulukko 1. SWOT-analyysi omasta yrittäjyydestä.

<p><u>VAHVUUDET:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - innovatiivisuus - reagointi muutoksiin - koulutus - ammattitaito - yhtiökumppani 	<p><u>HEIKKOUEDET:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - arkuus - oma jaksaminen - talous - työyhteisön tuen puuttuminen
<p><u>MAHDOLLISUUDET:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - osaamisen kehittyminen - taloudellisen tilanteen paraneminen - yrittämisen vapaus 	<p><u>UHAT:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - asiakkaiden puute - rahoituksen puute - oma terveys - talouselämän heikkeneminen

SWOT-analyysin tapaan olen jo aiemmin huomannut olevani melko tunneperäinen ihminen. Olen tehnyt paljon asioita pelkästään sen perusteella, miltä minusta on tuntunut. Välillä kokeilut ovat epäonnistuneet, mutta sinnikkyydellä, perehtymisellä ja kovalla työllä olen saanut aikaan myös onnistumisia. Uutena yrittäjänä olen päättänyt onnistua tässä tehtävässäni. Vahvuuksina minulla on innovatiivisuus, muutosherkkyys, koulutus ja ammattitaito. Näillä ominaisuuksilla pystyn helpommin ja nopeammin reagoimaan muuttuviin tilanteisiin, toteuttamaan asiakkaiden yksilöllisiäkin toiveita sekä varautumaan eteeni tuleviin vaikeuksiin. Nämä vahvuudet antavat myös tukea ja mahdollisuuksia sekä pienentävät uhkakuvia ja riskejä.

Kynnys yrittäjyyteen kaventui, kun hyvä ystäväni ehdotti yrittäjäksi ryhtymistä yhdessä. Nyt minulla on työyhteisön tuki. Jakamalla vastuut ja riskit ajatus ei tuntunutkaan enää hullummalta vaihtoehdolta. Keskustelimme usein yhtiökumppanini kanssa siitä, että meillä molemmilla on samat vahvuudet ja heikkoudet, mutta tukea heikkoihin puoliin löytyy perheeltä ja ystäviltä. Yrityksen perustamisessa ja johtamisessa tarvitaan tietoa monista asioista mm. kirjanpidosta, verotuksesta ja lainsäädännöstä (Yrityssalo Oy:n asiakaslehti 2011, 3), ”Yrityksen menestyminen perustuu osaamiseen”, mutta kaikkea ei tarvitse tietää, riittää kun osaa selvittää ja on utelias (Honkola & Jounela 2000, 47).

2.2 Salon Patarouva Oy

2.2.1 Tie Patarouvaan

Salon Patarouva on Salon teollisuusalueella Meriniityssä sijaitseva lounasravintola. Kiinteistössä on aiemmin toiminut Nokian tuotantoyksikkö, jonka tarpeisiin ravintola on tehty. Nokian aikaan ravintola on ollut jakeluravintolana, jossa ei varsinaisesti ole valmistettu ruokaa vaan se on toimitettu lähellä sijaitsevasta suuremmasta keittiöstä. Nokian supistettua toimintaansa kiinteistön omistaja vuokrasi tilat uudelle yrittäjälle, joka perusti Patarouvan. Patarouva ehti toimia tilassa viitisen vuotta, jonka aikana edellinen yrittäjä sai vakiintuneen asiakaskunnan, mutta työmäärän kasvaessa päätti luopua toiminnasta ja irtisanoi vuokrasopimuksen.

Kuulin ystävältäni asiasta ja keskusteltuamme tulimme siihen tulokseen, että lähdimme selvittämään mahdollisuuksiamme ryhtyä yrittäjiksi. Onneksi saimme heti tuen ja kannustuksen perheiltämme, joiden merkitystä yrityksen perustamisessa sekä yrittäjänä toimimisessa ei voi väheksyä.

Selvitystyö alkoi tutustumalla edellisen yrittäjän kirjanpitoon sillä alun perin meillä oli tarkoitus ostaa yritys. Kirjanpidon tarkastelussa luotimme ammattilaisiin ja asiantuntija-apua löytyikin helposti Yrityssalosta, jonka työntekijät olivat Patarouvan vakinaisia lounasasiakkaita. Patarouvan sen hetkinen omistaja pyysi yrityksestään summaa, joka ei mielestämme vastannut yrityksen arvoa. Oli selvitettävä tarkoin, mitä tuolla hinnalla oli myynnissä. Kirjanpidollisesti yritys oli kunnossa.

Selvitystyötä tehdessämme ilmeni, että yrityksen nimeä ei oltu rekisteröity ja vastaavan niminen ravintola oli myös Tampereella. Tamperelainen Patarouva oli rekisteröity jo aiemmin, joten meidän oli mietittävä mistä myynnissä olevan yrityksen hinta koostuu. Kauppahinta olisi sisältänyt suuren määrän käytettyjä keittiölaitteita, suurehkoja kotikäyttöön tarkoitettuja arkkupakastimia ja erilaisia ruokaryhmiä.

Teimme arvion laitteista ja pyysimme laitearvion uusista vastaavista laitteista Dieta Oy:stä. Laitteiden kustannusarvio saatiin toteutettua vuokranantajalta saamastamme pohjapiirustuksesta sekä omista tarvearvioista asiakasmäärään suhteutettuna. Laitteiden kustannusarvio asennuksineen oli hyvä ja koska edellinen omistaja oli jo aiemmin irtisanonut vuokrasopimuksen, päätimme perustaa oman yrityksen ja ostaa uudet laitteet, joissa olisi myös takuu voimassa.

Ratkaisu laitehankinnoista ja kylmäsäilytyskapasiteetin päivittämisestä miellytti myös Salossa toimivaa terveystarkastajaa. Hän olisi joka tapauksessa vaatinut hankkimaan ajan mukaiset jäähdytys- ja säilytysjärjestelmät. Saimme omavalvontasuunnitelman laadittua vastaamaan omia laitteitamme ja terveystarkastaja Marjo Härkönen hyväksyi omavalvontasuunnitelmamme 14.10.2010. Omavalvontasuunnitelmassa käytimme matkailu-, hotelli-, ravintola- ja vapaa-ajan edunvalvoja ja työmarkkinajärjestön MaRa:n suunnitelmapohjaa. Omavalvontasuunnitelmassamme kuvataan ravintolan toiminnan ja toimintamallit varmistaa ruoan hygieenisen käsittelyn ja turvallisuuden. Toimitilat olivat toimineet aiemmin Nokian henkilöstöravintolana, joten tilaa ei oltu hyväksytty ruoanvalmistustilaksi. Remontoimme sekä ravintolasalin että keittiö- ja sosiaalilat ajanmukaisiksi. Vuokranantaja laittoi terveystarkastajan kehotuksesta käsienvesupisteen kassan viereen ja saimme erillisen tilan siivoustarvikkeille. Remontoinnin ja puhdistuksen jälkeen saatiin hyväksyntä toimia ravintolana 15.12.2010.

Yrityskaupasta luopumisesta oli se hyöty, että olisimme joutuneet palkkaamaan kaikki seitsemän työntekijää vanhoina työntekijöinä, emmekä katsoneet niin suurta henkilökuntamäärää tarpeelliseksi. Palautimme kirjanpito paperit edelliselle omistajalle ja kerroimme, että emme olleet ostamassa yritystä häneltä.

Rahoituksen järjestettyä pankin ja Finnveran kanssa vuokrasimme toimitilan itsellemme ja teimme keittölaitteiden toimitussopimuksen Dieta Oy:n kanssa. Finnverasta saimme pienlainan, jota myönnetään aloittaville yrityksille investointeihin ja käyttöpääomaksi. Pienlainaa voi hakea yritys, jossa työskentelee maksimissaan viisi henkilöä ja jossa perustaja työllistää itsensä (Yrityssalo.fi [viitattu 6.5.2011]). Starttirahaa Työ- ja elinkeinotoimistosta emme Yrityssalossa käytyjen keskustelujen pohjalta hakeneet, koska olisimme ylittäneet hakukriteerit aikataulullisesti. Työ- ja elinkeinotoimisto vaatii starttirahan yhtenä kriteerinä, että yritystoimintaa ei aloiteta ennen starttirahan myöntämistä. Olimme myös laskeneet, että pystyisimme pyörittämään toimintaamme ilman starttirahaakin, sillä asiakaskunta olisi valmiina.

2.2.2 Salon Patarouva Oy:n perustiedot

Nimi:	Salon Patarouva Oy
Yhtiömuoto:	Osakeyhtiö
Y-tunnus:	2352123-9

Sijaintipaikka:	Salo, Suomi
Perustamisvuosi:	2010
Toimiala:	Lounasravintola, pitopalvelu
Toiminta-ajatus:	Tarjota lounasasiakkaille monipuolista kotiruokaa sekä tuottaa tarjoiluja juhliin.
Tiedot perustajista:	
Nimi:	Miina Laura Helena Aronen
	koulutus: suurtaloukokki, suurtalousesimiehen erikoisammattitutkinto.
	työkokemus: Sodexo Oy 13 vuotta, Fazer Amica 2,5 vuotta
	Marika Anneli Lievonen
	koulutus: suurtalousesimies, restonomi
	työkokemus: Sodexo Oy 12 vuotta

Salon Patarouva on osakeyhtiö, jonka hallitukseen kuuluvat kolme jäsentä. Hallituksen puheenjohtajana toimii Marika Lievonen ja sihteerinä Miina Aronen, jotka molemmat omistavat yrityksestä 50%. Hallituksen varajäsenenä ilman osakkuutta ja äänivaltaa toimii Peter Kanerva. Koska osakkeet ovat jaettu tasan omistajien kesken, oli erityisen tärkeää tehdä mahdollisten kiistatilanteiden varalta erillinen osakassopimus. Sopimuksen meille laati Yrityssalon alkavan yrityksen neuvojan Jari Välimaan kehotuksesta (Välimaa, 20.8.2010) yrityskonsultti Juha-Pekka Taneli. Osakassopimuksessa määritellään mm. toimenpiteet toisen osakkaan halutessa luopua osakkuudestaan.

Yrityksen yhtiömuodoksi valittiin osakeyhtiön sillä omistajia yrityksessä on kaksi. Haluamme pitää yrityksemme tasapuolisena molemmille osakkaille, vaikka osakeyhtiö on monimutkaisempi perustaa. Osakeyhtiötä määrää yhtiölainsäädäntö, joka luo turvaa omistuksessa ja päätöksen teossa ilmaantuviin ongelmiin. Kaikkiin perustamiseen ja yhtiön johtamiseen liittyvissä ongelmissa on apua saatavissa Yrityssalosta, pankista ja omalta kirjanpitäjältä. Osakeyhtiö on taloudellisesti turvallisempi vaihtoehto sillä molemmat osakkaat vastaavat omalla sijoittamallaan pääomalla ja yhtiön veloista

vastaamme henkilökohtaisesti ainoastaan henkilötakauksen verran (Taneli, 23.8.2010).

2.3 Liikeideasta kannattavuuteen ja kasvuun

Liikeidea on kuvaus yrityksen tavasta toimia ja menestyä valituilla markkinoilla (Holopainen 2006, 20).

Liikeidea kertoo yrityksen tavasta ansaita rahaa, se on yrityksen olemassaolon perusedellytys. Liikeideassa on kolme tärkeää osa-aluetta, joita yrityksen perustajan tulisi miettiä etukäteen: mitä myydään, kenelle myydään, miksi myydään ja miksi asiakas ostaisi tuotteen (Edu.fi [viitattu 28.4.2011])?



Kuvio 1. Liikeidean neljä osa-aluetta (Edu.fi [viitattu 27.4.2011]).

Salon Patarouvan liikeidea on palvella asiakkaita kilpailukykyisesti tuottamalla hyviä ja laadukkaita sekä hintakilpailukyvyltään onnistuneita lounas-, kahvila-, ja kokouspalveluja alueen työssäkävijöille ja alueella vaikuttaville yrityksille. Missio on tarjota asiakkaille herkullista kotiruokaa edulliseen hintaan ja tarjota pieni lepoetki kauniissa ravintolasalissa keskellä arjen työkiireitä.

Salon Patarouva sijaitsee Salon Meriniityssä, joka on suuri teollisuusalue. Palvelut suunnataan erityisesti yritysten henkilökunnalle, joten palvelun on toimittava nopeasti, jotta asiakkaat voivat nauttia monipuolisen lounaan lounastauon puitteissa. Ei ole yhdentekevää missä ravintola sijaitsee, sillä uusimpien tutkimusten mukaan myös

ravintolan sijainnilla on suuri merkitys asiakkaan valitessa ruokapaikkaa. Työtahdin kiristyessä työntekijät mielellään valitsevat ravintolan, joka on lähellä, johon on helppo tulla ja jossa on reilusti parkkitilaa.



Kuvio 2. Ravintolan sijainnin merkitys ruokapaikan valintaan (Minkkinen 2010, 27).

Lounasruoan tulee olla täyttävää ja ravitsevaa. Suuri osa asiakkaista on miehiä, joten tarjottu lounas on lihapainotteista. Tämä asettaa suuria haasteita lounaan katetta laskiessa, joten lounaan tulee olla myös laadukasta ja hinnaltaan edullista. Kevyempänä vaihtoehtona tarjotaan päivittäin salaatti- tai keittolounas hintaan 5,80€.

Yritykset voivat halutessaan tukea henkilökuntansa lounasta liittymällä laskutusasiakkaiksi, josta ei peritä laskutusveloitusta. Lounassetelit ovat myös mahdollisuus tukea lounasta, joten asiakas voi myös maksaa lounassetelillä. Olemme kehittäneet kanta-asiakkaillemme erityisen uudelleenladattavan lounaskortin, jolla

lounaan voi ostaa edullisemmin. Lounaskortti sisältää 11 lounasta, jolloin yhden lounaan hinnaksi tulee 7,09€, normaalihinnan ollessa 7,60€. Kaikki hinnat ovat verollisia hintoja.

Yrityksen imago:

- laadukas kotiruoka
- makuja maailmalta
- nykyaikaisuus
- palvelualltius
- joustavuus
- yksilöllisyys
- ajan hermolla

Lounasruoan laadulla on yrityksessä erittäin suuri merkitys, sillä kilpailu toimialueellamme on kiristynyt entisestään uusien lounasravintoloiden myötä, joita on alueelle avattu viimeisen vuoden aikana kolme lisää. Näin ollen asiakkailta on mahdollisuus valita, missä he haluavat nauttia lounaansa. Perinteisen kotiruoan lisäksi asiakkaille tarjotaan mahdollisuus maistaa myös uusia makuja kuten aasialaisia lounasvaihtoehtoja, wokia ja intialaista ruokaa. Olemme myös ottaneet valikoimiimme pizaa ja hampurilaisia, jotta kaikki löytäisivät mieleisensä lounasvaihtoehdon.

Aloittaessamme yritystä uusimme ravintolan ja keittiön. Nykyaikaisilla laitteilla on helpompaa ja taloudellisempaa valmistaa maittavia aterioita ja uusittu ravintolasali palvelee lounasasiakkaitten lisäksi myös vaativimpiakin tilausasiakkaita erilaisissa juhlissa, sillä asiakaspaikkoja on 130. Salin sisustuksessa olemme pyrkineet lämminhenkisyyteen ja pieneen ylellisyyteen, koska sen uskotaan parantavan lounastauon laatua. Ravintolasalilla on suuri merkitys ravintolan imagoon ja se on yrityksen paras käyntikortti maittavan lounaan lisäksi.

Palvellessamme lounasasiakkaittamme on toimivalla linjastolla ja kassajärjestelmällä sekä ystävällisellä ja reippaalla henkilökunnalla lähes yhtä suuri merkitys, kuin maittavalla ja laadukkaalla lounaalla. Asiakkailtamme on rajoitettu lounasaika, joten lounaslinjastossa ei saa kulua aikaa odotteluun, jotta jokainen saa nauttia lounaansa rauhassa.

Kassajärjestelmäksi hankittiin Winpos-järjestelmä, josta saadaan lähetettyä pankkikorttitapahtumat suoraan pankkiin ja tulostettua myyntiraportit kirjanpitoa varten

päivittäin. Kassajärjestelmän lisäksi olemme luoneet viivakoodilla toimivan 11 lounasta sisältävän lounaskortin nopeuttaaksemme palvelua. Asiakas voi ostaa lounaskortin hintaan 78,00€ ja korttia voi ladata uudelleen.

Henkilökuntavalinnoissamme olemme suureksi onneksi onnistuneet ja saaneet iloiset ja ammattitaitoiset työntekijät piristämään ja palvelemaan vaativiakin asiakkaita. Pyrimme aina mahdollisuuksien mukaan palkitsemaan reipasta henkilökuntaa yhteisin illanvietoin sekä lahjakortilla kampaajalle. Henkilökunnallamme on myös mm. ruokaetu ja mahdollisuus ottaa yli jäänyttä ruokaa kotiin sekä ostaa tuotteitamme edullisesti. Tällä hetkellä Salon Patarouvassa työskentelee vakituisia henkilöitä kolme ja tarvittaessa käytämme kiireapuna vuokratyövoimaa.



Kuva 1. Salon Patarouvan sali.

Ravintolamme on avoinna arkisin kello 6.15-15.00. Lounasaikamme on kello 10.30-14.00 sekä lauantaisin kello 10.30-14.00. Osa asiakkaistamme eivät kuitenkaan ehdi lounaalle tuona aikana, joten olemme varautuneet palvelemaan vakioasiakkaitamme myös lounasajan jälkeen.

Palvelemme myös erikoisruokavaliota noudattavia asiakkaita. Pääsääntöisesti laktoosittomille ja keliakikoille varaamme aina tarjottavaa. Myös muut ruoka-aineallergiat otamme huomioon aina pyydettyäessä mahdollisuuksien mukaan.

Meillä on ravintolasalissa palautevihko, johon asiakkaamme voivat kirjoittaa palautetta henkilökunnalle ja toiveita ruokalistan suhteen. Palautevihkoon voi kirjoittaa nimettömänä ja se on kaikkien nähtävillä, sillä kaikki eivät halua kasvojen kertoa mielipiteitään. Luemme palautteet päivittäin ja vastaamme niihin. Näin kaikki asiakkaat näkevät, mitä mieltä muut asiakkaat ovat ja varmistuvat siitä, että keittiöhenkilökunta myös reagoi saatuaan palautetta. Pienessä lounasravintolassa asiakkaan on helpompi saada toiveensa kuuluville ja päästä osalliseksi yrityksen kehittämistä kuin isossa ravintolassa. Tämä on yksi kilpailuetumme suuren ketjuravintolan kupeessa.

Palautetta voi antaa myös internetsivuston www.salonpatarouva.fi/palaute kautta, josta viestit tulevat suoraan yrityksen sähköposteihin. Asiakaspalautteet ovat erityisen tärkeitä toiminnan kehittämisen kannalta, koska tällä hetkellä vasta muokkaamme toimintaamme. On ollut mukavaa huomata, että suuri osa asiakaspalautteista ovat olleet positiivisia. Olemme saaneet myös parannusehdotuksia ja ruokatoiveita.

Tässä muutamia saamiamme asiakaspalautteita ja vastauksia:

- ”Tilliliha maistuisi joskus.”
 - Kiitos palautteesta, voimme laittaa sen listallemme.
- ”Pahuksen hyvää”
 - Kiitos, mukavaa, että maistui =).
- ” Pihvi oli lämmin ja tarpeeksi iso!”
 - Kiitos, pyrimme aina valmistamaan pihvit menekin mukaan, suoraan pannusta lautaselle.
- Kahvi paha!
 - Kiitos palautteesta.

Palautevihon ja kotisivun palautekanavan kautta pyrimme tekemään palautteen antamisen mahdollisimman helpoksi asiakkaillemme. Palautteiden avulla pystymme keräämään tietoa asiakkaistamme ja heidän toiveistaan, jotta pystyisimme tulevaisuudessa palvelemaan heitä entistä paremmin. Pyrimme myös keskustelemaan asiakkaittemme kanssa mahdollisimman usein, esimerkiksi asiakkaan palauttaessa

astioitaan lounaan jälkeen saatamme kysellä maistuiko ruoka ja miltä kuluvan viikon ruokalista vaikuttaa.

Pitopalvelussa hankimme asiakaspalautteita kysymällä asiakkaan mielipiteitä tarjoilusta laskun maksun yhteydessä. Jos asiakkaalle lähetetään lasku, soitamme tilaisuuden jälkeen varmistaaksemme, että asiakkaamme on ollut tyytyväinen palveluumme.

Tulevaisuudessa olemme suunnitelleet toteuttavamme kattavan asiakaskyselyn, jonka pohjalta lähdemme kehittämään toimintaamme. Mahdollisuuksien mukaan keräämme asiakkailtamme ruokatoiveita, joiden pohjalta teemme viikon kestävän lempiruokaviikon.

Uudistetun keittiön ja ravintolasalin lisäksi pyrimme mahdollisuuksien mukaan uudistamaan ruokalistaamme, joka on neljän viikon kiertävä ruokalista. Kiertävä ruokalista helpottaa aterioiden suunnittelua sekä katelaskentaa. Voimme katsoa, kuinka paljon lounasruokailijoita jonkin ruokavaihtoehdon tarjolla ollessa on ollut. Mikäli päivä on ollut hiljainen, poistamme vaihtoehdon listalta, tai jos asiakkaita on ollut paljon, lisäämme mahdollisesti vastaavia aterioita listallemme. Katteiden seuranta päivittäin on erittäin tärkeää ja toteutuneet raaka-ainekustannukset helpottavat tulevaisuuden suunnittelua.

Uudistaaksemme listaamme haemme uusia reseptejä alan eri julkaisuista ja olemme tiiviisti yhteydessä tavarantoimittajiin, jotka kertovat uutuustuotteistaan ja antavat uusia ideoita erilaisten raaka-aineiden ja mausteseosten käytössä.

Kaikki uudet reseptimme syötämme Jamix-ohjelmaan, joka on ravintolaan suunniteltu resepti- ja katelaskentaohjelma. Näin saamme heti laskettua aterian hinnan ja näemme, voiko kyseisen reseptin ottaa ruokalistaamme. Mikäli emme saavuta tuotteessa katetavoitettamme, katsomme voiko raaka-aineita korvata muilla, edullisemmilla tuotteilla. Uutena palveluna asiakkaillemme saamme piakkoin Jamix-ohjelman kautta tulostettua myös tuoteselosteet sekä aterioiden energiasisällöt. Tämä auttaa asiakkaitamme valitsemaan heille sopivimmat ateriavaihtoehdot.

2.4 Tavoitteena tuottavuus

Lounasravintola Salon Patarouvan päätehtävä on tarjota asiakkailleen maittavaa ja terveellistä itse valmistettua lounasruokaa taloudellisesti. Toivomme asiakkaittemme saavan herkullisen lounaan lisäksi terveellistä ja monipuolista ruokaa. Haluamme olla

alueen paras ruokapaikka, jossa asiakas saa vastinetta rahoilleen sekä ystävällistä ja yksilöllistä palvelua.

Panostamme jatkuvasti valmistamiemme tuotteiden laatuun. Ainoat käyttämämme ainekset ovat makkara ja hampurilaisten sämpylät. Muut tuotteet kuten kastikkeet valmistamme alusta asti itse. Myös kaiken ruoka- ja kahvileivän leivomme päivittäin omassa keittiössämme. Näin ollen ruokiemme ja leivonnaistemme lisä- ja säilöntäainepitoisuudet ovat hyvin pienet ja kaikki tarjottavat tuotteet ovat takuuvarmasti tuoreita.

Tavoitteenamme lähitulevaisuudessa on saada yrityksemme taloudellisesti kannattavaksi joulukuuhun mennessä, sillä tilikautemme päättyy 31.12.2011. Tavoitteen saavuttamiseksi olemme mm. kiinnittäneet huomiota sähkön ja veden kulutukseen sekä valmistamiemme aterioiden katteisiin.

Toimiessamme esimiehinä suurissa ravintolaketjuissa, olimme havainneet keittiöohjelmien edut katelaskelmissa ja kannattavuuden parantamisessa. Heti alusta asti meille oli selvää, että hankimme ravintolaamme erillisen keittiöohjelman, johon saamme tallennettua ruokaohjeitamme ja pystymme seuraamaan kustannuksia.

Perehdyttäminen keittiöohjelman hallintaan oli erittäin kallista, sillä olisimme joutuneet maksamaan kouluttajan matkat, palkkiot ja täyden ylläpidon kahden päivän ajalta. Lisäksi olisimme joutuneet palkkaamaan itsellemme sijaisen. Onneksi Salon seudun ammattiopiston lehtori Sirkka-Liisa Frantti lupautui auttamaan. Lehtori Frantti pyysi saada tutustua työelämään yrityksessämme ja samalla hän lupautui ohjaamaan meidät alkuun Jamix-ohjelman kanssa.

Nyt olemme tavoitteeseen pääsemiseksi syöttäneet käyttämiämme ruokaohjeita, raaka-aineita hintoineen ja ruokalistoja Jamix-keittiöohjelmaan. Ohjelman avulla pystymme päivittäin seuraamaan toteutuneita kustannuksia jakamalla menekin ruokailijamäärillä, jotka saamme tulostettua päivittäin kassaraportistamme.

2.5 Katseet kasvuun

Alusta asti meille oli selvää, että tulevaisuudessa lähdemme kasvattamaan liiketoimintaamme ympäristökuntiin ja mahdollisesti koko Suomeen. Verkostoituminen on yritysten välistä yhteistyötä. Verkostoitumalla yritykset hakevat kustannustehokkuutta, liiketoiminnan kasvua, informaatiota, joustavuutta, oppimista ja

reagointinopeutta (Toivola 2006, 13). Verkostoitua voi eri alojen yrittäjien kesken. Tulevaisuudessa Salon Patarouva verkostoituu muutamien lähialueiden yrittäjien kanssa, sillä kaikkien ei kannata valmistaa samanlaisia tuotteita omissa keittiöissään. Voisimme esimerkiksi valmistaa keskustassa sijaitsevaan lounaskahvilaan erilaisia salaatteja ja he vastavuoroisesti valmistaisivat meille vitriiniin myyntituotteita, esimerkiksi täytettyjä sämpylöitä ja patonkeja. Näin voisimme molemmissa paikoissa tarjota asiakkaillemme entistä laajemman tuotevalikoiman.

Verkostoitumiseen voi myös liittyä erilaisia riskejä, esimerkiksi toisen yrityksen vähäinen sitoutuminen tai yrityksen salaisten tietojen vuotaminen kolmannelle osapuolelle, mutta kaikkien panostuksella se voi olla hyvin hedelmällistä. Verkostoituminen vaatii osapuolilta ihmistuntemusta, luotettavuutta ja luottamusta, yhdenmukaisia arvoja, halua kehittyä sekä halua tulla toimeen erilaisten ihmisten kanssa (Honkola & Jounela 2000, 31).

Riskien minimoimiseksi ennen verkostoitumista yritysten olisi hyvä tehdä kirjallinen sopimus jossa määritellään yhteistyön raamit. Sopimukseen kirjataan myös sopijaosapuolien oikeudet ja velvollisuudet sekä toimintamallit sopimuksen purkamiseksi (Hämäläinen [viitattu 5.5.2011]).

Tällä hetkellä suurin asiakasryhmä on alueen työntekijät, kuitenkin tulevaisuudessa näiden ihmisten ikääntyessä ja jäädessä pois työelämästä, voidaan heidän olettaa edelleen käyttävän meidän palvelujamme. Väestön ja asiakaskantamme ikääntyessä voidaan tulevaisuudessa tarjota senioriasiakkaillemme ruoan kotiinkuljetusta yhdessä paikallisen kuljetuspalveluja tuottavan yrittäjän kanssa. Voimme palvella tätä asiakasryhmää Salon Patarouvaan lounaalle järjestetyllä taksikyydillä pientä korvausta vastaan taksiyrittäjän kanssa. Taksiyrittäjällä on hyvä olla kuljetuskalustossaan pikkubussi, jolloin matkan hinta voitaisiin jakaa osallistujien kesken, eikä hinta nousisi kovin korkeaksi. Taksi noutaa halukkaat kodeistaan tai palveluasunnosta lounaalle ja paluukyyti kuuluu samaan hintaan.

Salon Patarouva on helppokulkuisella alueella, johon pääsee autolla oven eteen. Sijaintimme on ensimmäisessä kerroksessa, jolloin myös pyörätuolilla on helppo tulla ravintolaamme.

Tarkoituksena on myös perustaa eri puolille kaupunkia muutamia jakelukeittiöitä, jonne lounasruoat toimitetaan kuumina lämpölaatikoissa. Näin voimme toimia pienemmissä yksiköissä eikä meidän tarvitsisi panostaa kalliisiin keittiölaitteisiin. Myös vuokra- ja

käyttökustannukset ovat edullisemmat, jolloin saamme myydystä lounasruoasta paremman katteen. Olemme suunnitelleet tulevaisuudessa ketjuuntuvamme lähialueille.

Tällä hetkellä aloitamme neuvottelut erään uuden terveyskylpylän ruokatoimituksista. Tarkoituksenamme on, että omistajataho palkkaa keittiöalan työntekijän Salosta, vaatimuksena ajokortti. Salon Patarouva valmistaa ja pakkaa kylpylään vietäväksi aamiaistarvikkeet mm. sämpylät, leikkeleet, kasvikset ja puuron. Lounas- ja päivällisruoka toimitettaisiin kypsänä ja jäädytettynä tai raakana lisukkeineen. Omistajien palkkaama työntekijä noutaa tuotteet Salon Patarouvasta aamulla, kuljettaa paikalle ja tarjoilee ruoat. Lounaan ja päivällisen henkilö joutuisi lämmittämään tai kypsentämään sekä tarjoilemaan ruoat. Astiat palautetaan seuraavana aamuna noudettaessa uudet ruoat.

2.5.1 Ketjuuntumalla kasvua

Franchising on kahden yrityksen välinen yhteistyömalli, jossa toinen, franchising-antaja, luovuttaa käyttöoikeuden toiselle, franchising-yrittäjälle itse kehittämäänsä ja testaamaansa liikeideaan korvausta vastaan. Franchising-yrittäjät käyttävät yhtenäistä tunnusta (Holopainen 2006, 92).

Franchising on markkinointijärjestelmä, jossa toinen yritys franchising-antaja luovuttaa toiselle itsenäiselle yritykselle luvan korvausta vastaan ja tietyin ehdoin käyttää toimivaa ja testattua liiketoimintakonseptiaan (Suomen Franchising-yhdistys ry 2007, 14). Verkostoitumisen lisäksi kasvua voi tavoitella lisäämällä valmistuspisteitä muihin kuntiin tai kaupunkeihin. Useampaan toimipisteeseen vaaditaan enemmän henkilökuntaa ja tämä nostaisi merkittävästi henkilöstökuluja. Useampien toimipisteiden johtaminen on haastavaa ja aikaa vievää.

Franchising on yksi vaihtoehto kasvun tavoitteluun. Sijoittamalla uuden yrittäjän tukemiseen voi olla helpompi keino päästä uusille markkina-alueille. Uusi yrittäjä toisella paikkakunnalla saattaa olla tietoisempi kannattavasta liikepaikasta ja tuntee paikkakunnan asukkaita entuudestaan. Näin on ehkä helpompi sijoittua eri paikkakunnille. Yrittäjän motivaatio franchising-yrityksen pyörittämisessä on hedelmällisempää kuin palkata omaa henkilökuntaa hoitamaan yritystä. Franchising on myös taloudellisesti turvallisempi tapa kasvaa sillä yritys, joka ottaa liiketoimintakonseptin on itse vastuussa yksikkönsä tuloksesta ja kannattavuudesta. Jokainen yrittäjä rahoittaa myös itse omat investointinsa (Suomen Franchising-yhdistys

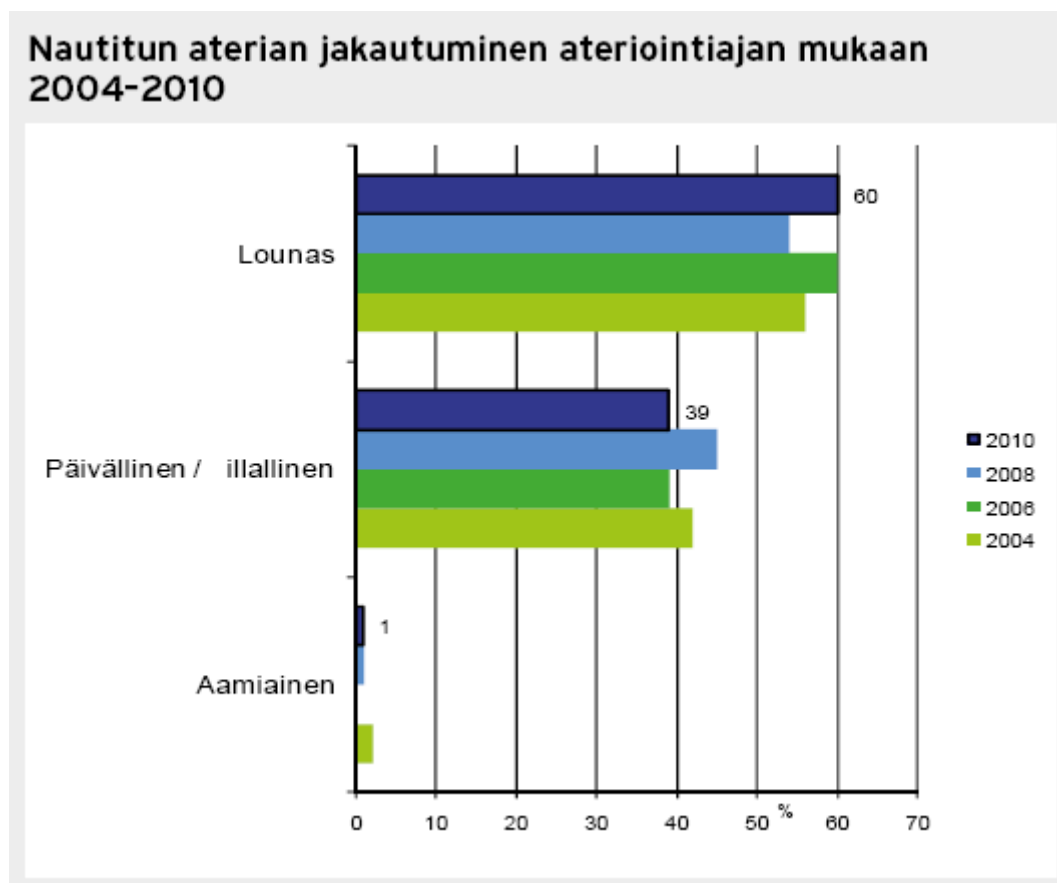
ry 2007, 47). Raaka-ainehankinnoissa ketjuuntuminen on taloudellisempaa sillä monet tukkuliikkeet tarjoavat alennuksia vuosiostoista. Ostot on hyvä keskittää tiettyyn yhteiseen tukkuliikkeeseen, jolloin keskitetyistä ostoista saadaan yhdessä suurempi vuosialennus. Myös hankittavien raaka-aineiden kertaostohinnoista olisi helpompi neuvotella jos ostovolyymi on iso.

3 Lounasruoan merkitys hyvinvointiin

Suomessa on ainutlaatuinen pohjoinen ruokakulttuuri, joka on saanut vaikutteita Venäjältä ja Ruotsista. Rajoituksena ravinnolle on arktisuus. Entisaikojen niukkuus ja nykyinen yltäkylläisyys asettavat suomalaisille arvot ruoan suhteen. Pula-aikana kaikki ruoka oli pyhää, koska se oli ankaran työn takana. Nykyisin ruokaan liitetään ekologisuus, vastuullisuus, terveellisyys ja nautinto (Ruokatieto [viitattu 6.4.2011]).

Päivittäin 34 % suomalaisista aterioi kodin ulkopuolella (Nielsen.com [viitattu 1.5.2011]), joten ei ole yhdentekevää millaista lounasruokaa tarjoamme. Perheeseen pienentyessä ja molempien vanhempien työskennellessä kodin ulkopuolella nautittu lounas voi olla hyvinkin tärkeä. Perheen lapset saavat lounaan koulussa tai päivähoitossa ja vanhemmat lounasravintoloissa. Myös yksin elävät ja vanhukset nauttivat usein lounaansa kodin ulkopuolella, sillä näiden asiakasryhmien on ajoittain tarpeetonta valmistaa yhtä monipuolista ruokaa kotona. Pieniä annoksia valmistettaessa kotona, raaka-ainehävikki nousee suureksi ja nostaa valmistuskustannuksia. Vanhuksilla on myös kaupassa asiointi vaikeaa jos liikkuminen on iän tuomien sairauksien vuoksi hankalaa.

Lounasravintolassa nautittu lounas on joillekin koko päivän aterioinnin ravitsevin osa ja päivän ainoa lämmin ateria.

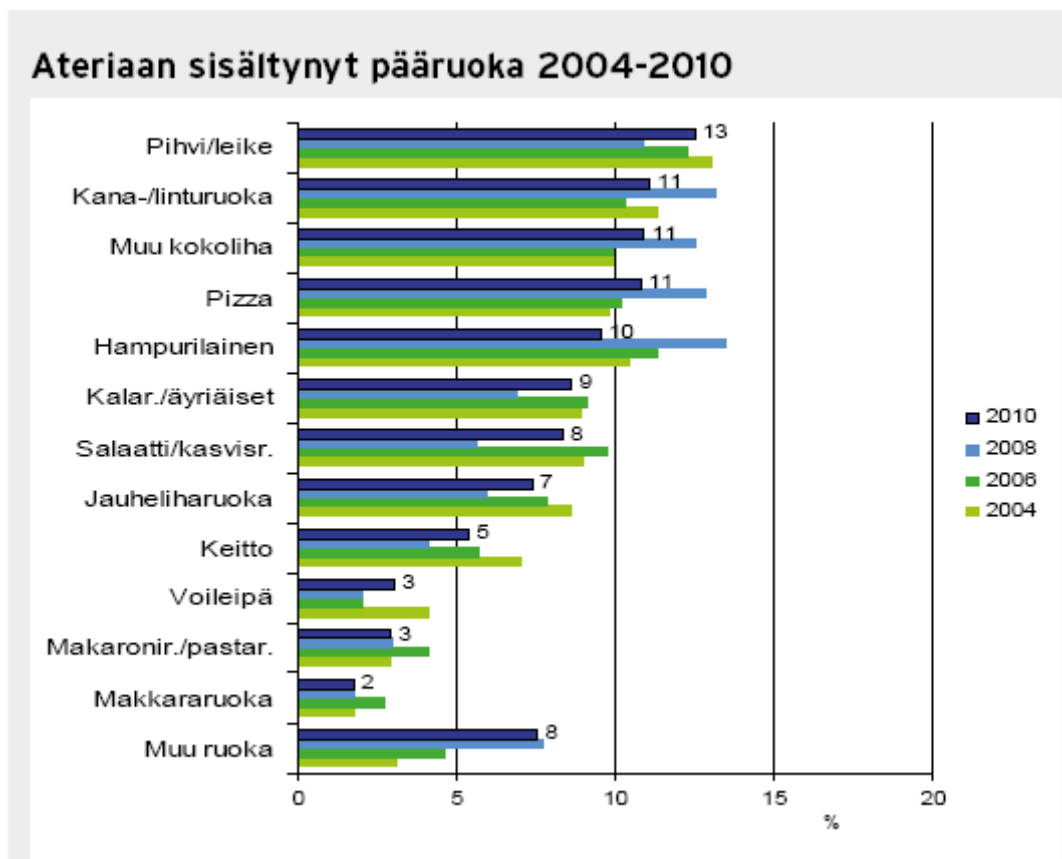


Kuvio 3. Lounaiden osuus aterioista nousussa (Minkkinen 2010, 26).

Henkilöstöravintoloissa aterioivien on todettu syövän muita terveellisemmin ja monipuolisemmin. Lounasravintolat ovat oivallisia paikkoja tiedottaa terveellisestä ravinnosta. Työikäisten päivittäinen energian tarve on yksilöllistä. Energian tarpeeseen vaikuttavat työn kuormittavuus ja ihmisen aktiivisuus (Kara 2005, 41).

Suuri haaste lounasravintolassa on kannattavuus, sillä vaihtoehtoja on oltava moneen makuun ja useiden eri ruokalajien valmistaminen vie työaika ja nostaa hukkaprosenttia. Nykyisin erilaiset ruoka-aineallergiat ja dieetit haastavat ruokapalvelujen tuottamisessa. Gluteenittomat ja laktoosittomat raaka-aineet maksavat perinteisiä raaka-aineita enemmän ja ruoka-annokset pitää valmistaa yksilöidysti. Uusina tulokkaina ovat ”karppaajat”, jotka välttävät hiilihydraatteja ja jättävät ravinnostaan yleensä aterian edullisimmat osat, perunan, pastan, riisin ja leivän pois. Korvaavana tuotteena ”karppaajat” syövät enemmän lihaa, kalaa ja kasviksia. Nämä raaka-aineet ovat kuitenkin huomattavasti kalliimpia. Alla olevasta, Minkkisen

tekemästä kuviosta voimme todeta, että kolmen kärjessä aterian pääraaka-aineena ovat liharuoat. Viime vuodesta ovat selvästi suosittuun kasvattaneet myös kala- ja kasvisruoka.



Kuvio 4. Ateriaan sisältynyt pääruoka (Minkkinen 2010, 26).

Pitopalvelu ja erilaiset juhlien ja tapahtumien järjestäminen on välttämätöntä lounastoiminnan lisäksi kannattavuuden parantamisessa.

4 Salon Patarouvan markkinointiviestintä

Markkinointisuunnitelma on keskeinen osa liiketoimintasuunnitelmaa. Markkinoinnin suunnittelu ja kohdentaminen oikeisiin asiakasryhmiin on hyvä tehdä jo perustettaessa yritystä. Keskeisiä kysymyksiä markkinointisuunnitelmaa tehtäessä ovat: mitä myydään, kenelle myydään ja miten mainostaminen toteutetaan? Mainostamiseen kannattaa varata resursseja jo yrityksen budjettia laadittaessa (Edu.fi [viitattu 25.4.2011]).

4.1 Markkinakuvaus

Aloittaessamme Salon Patarouvan suunnittelua ja entisen yrittäjän lopetettua toimintansa, yrityksen perustamisen edellytykset tuntuivat helpoilta, sillä Meriniityn alueella ei juuri muita lounaspaikkoja ollut. Laadimme suunnitelmat ja budjetit edellisen yrityksen tuloksen perusteella, josta meillä oli tietoa ennakolta, sillä olimmehan ostoaikeissa tarkastelleet edellisen yrittäjän kirjanpitoa. Pian kuitenkin huomasimme, että muutkin alueen ravintolayrittäjät olivat huomanneet lounasravintolan puutteen Meriniityssä ja vuokrasivat kilpaa tyhjiillään olevia toimitiloja.

Uusia lounasravintolayrittäjiä tuli hetkessä lisää samaiselle alueelle meidän lisäksi kolme. Kilpailu asiakkaista tällä hetkellä on näin ollen kovaa, sillä potentiaalisten asiakkaiden määrä teollisuusalueelle ei ole lisääntynyt. Päinvastoin, odotamme jännityksellä Nokian tilanteen kehittymistä. Sillä on vaikutusta koko alueen ja koko Salon liiketoimintaan merkittävästi.

4.2 Asiakassegmentit

Salon Patarouva palvelee asiakkaitaan Salon Meriniityssä, joka on suuri teollisuusalue. Samassa rakennuksessa toimii myös Piihotelli, joka on ilman henkilökuntaa toimiva hotelli. Hotellin asiakkaat varaavat huoneen internetin kautta ja kirjautuvat sisään ja ulos aulassa olevalla päätteellä. Ongelmatilanteissa hotellivieraita auttaa ISS:n, joka on suuri kiinteistöpalveluja tuottava yritys. Yhteyden päivystysnumeroon saa aulassa olevalla puhelimella, johon ei tarvita erikseen puhelinnumeroa. Hotellin palveluja käytetään pääsääntöisesti lähialueen yritysten vieraiden tarpeisiin. Hotellin vieraiden ja muiden ohikulkijoiden tarpeisiin olemme järjestäneet aamuisin aamupalatarjoilun. Asiakas voi ostaa tuoreita sämpylöitä, kahvia, puuroa ja muita aamiaistarvikkeita omien

mielitekojensa mukaan. Kaikki tuotteet ovat hinnoiteltu erikseen, joten asiakas maksaa vain siitä, mitä haluaa aamiaisellaan syödä.

Lounasasiakkainamme ovat pääsääntöisesti lähialueen yritysten henkilökuntaa ja niiden asiakkaita. Lauantaisin lounasasiakkainamme ovat lähiyritysten henkilökunnan lisäksi perheet. Perheiden ravintolalasku muualla saattaa olla moninkertainen, sillä me tarjoamme lounaan samaan hintaan kuin arkisin. Yksinäiset ja perheettömät asioivat meillä lauantaisin, koska monipuolista lounasta ei aina kannata valmistaa vain yhtä annosta.

Salon Patarouva palvelee myös pitopalveluna erilaisissa juhlissa. Valmistamme ruoat kotiin vietäväksi tai menemme paikan päälle hoitamaan koko tilaisuuden. Meiltä voi myös ostaa tuotteita kotiin vietäväksi, take away-annoksia tai usean lajin aterioita suurellekin määrälle. Valmistamme leivonnaiset, voileipäkakut ja täytekakut monenlaisiin juhliin. Asiakkaittemme tilausta helpottaaksemme olemme tehneet kakkukansion, jossa on kuvia ja tuoteselosteita valmistamistamme kakuista. Asiakkaan on helpompi kuvan perusteella päättää, millaisen kakun tai voileipäkakun haluaa ostaa. Kakkukansio löytyy myös internetsivuiltamme, joita ylläpitää hallituksemme varajäsen Peter Kanerva.

Salon Patarouvassa on asiakaspaikkoja 130. Meillä voi järjestää halutessaan perhe- tai yritysjuhlia tarjoiluineen. Noin 30 hengen kabinettia voi varata kokouksiin tai pienempiin tilaisuuksiin. Kaunis, remontoitu ravintolasalimme sopii hienompiinkin juhlatilaisuuksiin. Tilavuokraa emme järjestetyistä juhlista peri, mutta edellytyksenä on, että tarjotut tilaisuuksiin ostetaan Salon Patarouvasta. Anniskeluoikeuksia meillä ei ole, mutta jos asiakas haluaa juhlassaan tarjoilla vierailleen vaikka kuohuviiniä, asiakas ostaa juomat itse ja me tarjoilemme ne asiakkaan ohjeiden mukaisesti.

4.3 Kohdemarkkinat ja markkinapotentiaali

Salossa asukkaita on n. 55 000. Näistä suuri osa asuu haja-asutusalueilla, kaukana Salon keskustasta (Salo.fi [viitattu 28.4.2011]). Osa työssäkäyvistä ihmisistä tulee Saloon ympäristökunnista ja kaupungeista kuten Paimiosta ja Turusta.

Pienelle yritykselle mainonta on melko kallista. Olemme mainostaneet yrityksemme palveluja Salon Seudun Sanomissa ja ilmaisjakeluna toimitetussa Salonjokilaaksossa. Yhden käyntikorttikokoisen mainoksen hinta on lähes 200€. Usein toistuvat mainokset ovat hieman edullisempia, mutta mainoksen tavoitavuus on haasteellinen, sillä kaikille

salonseutulaisille ei ilmesty edellä mainittuja lehtiä. Moni asiakkaistamme asuvat ympäristökunnissa, joten kaikissa paikallislehdissä ilmoittaminen on kallista.

Lehtimainonnan lisäksi olemme jakaneet lähialueen yrityksiin mainoslehtisiä ja keränneet työntekijöiden sähköpostiosoitteita pienten kilpailujen muodossa. Näihin osoitteisiin lähetämme viikoittain lounaslistat ja tietoa yrityksemme ajankohtaisista tapahtumista. Olemme tämän lisäksi jakaneet hotellihuoneisiin mainoksia palveluistamme suomeksi ja englanniksi.

4.4 Kilpailu

Kilpailu lounasravintola-alalla ja pitopalvelussa Salossa on kovaa. Aloittaessamme lounasravintolatoimintamme, kilpailijoita meillä Meriniityn alueella oli vain yksi, mutta nyt lounasta tarjoavia yrityksiä lähialueella on jo meidän lisäksi kolme. Eri lounaspaikkojen hinnat ovat lähes samat, mutta potentiaalinen asiakasmäärä on pysynyt lähes samana, joten asiakkaat ovat jakautuneet lounasravintoloiden kesken. Nyt on pidettävä tarjotun lounaan laatu hyvänä, jotta pystymme kilpailemaan muiden ravintoloiden kesken.

Laadun lisäksi on pyrittävä erottumaan kilpailijoista positiivisella tavalla. Tämän vuoksi tarjoamme lounaspalvelujamme myös lauantaisin, ensimmäisenä alueen ravintoloista. Suunnitelmissamme lähitulevaisuudessa on tarjota ”pikaruokaa” asiakkaillemme, lähinnä itse valmistettuja hampurilaisia ja panineja. Aloitamme myös erikseen hinnoitellun salaattibuffeen kevyemmäksi lounasvaihtoehdoksi. Salaattibuffeesta asiakas saa ottaa kasviksia niin paljon, kuin haluaa ja proteiini vaihtoehtojen määrä olisi rajoitettu koskemaan paria vapaasti valittavaa vaihtoehtoa.

Toiveena on, että saisimme lähitulevaisuudessa ravintolaan wokkipisteen, jossa asiakkaan toiveiden mukaisesti valmistettaisiin wokkiannos asiakkaan silmien edessä. Tällä hetkellä emme kuitenkaan taloudellisesta tilanteesta johtuen pysty toteuttamaan näihin suunnitelmiin vaadittavia linjastomuutoksia ja laitehankintoja.

Keväällä 2011 palvelemme lounasasiakkaitamme entistäkin paremmin, sillä käytössämme olevalla Jamix-keittiöohjelmalla pystymme liittämään lounaslistaamme tuoteselosteen kaikkiin tarjolla oleviin ateriavaihtoehtoihin. Tätä tietoa lähdemme myös mainostamaan erikseen, sillä moni asiakkaistamme haluaa tietää aterioiden energiasisällön sekä mahdollisesti allergiaa aiheuttavat raaka-aineet. Toivomme

tuoteselosteiden lisäävän asiakasmääriä sellaisten ihmisten joukosta, jotka välttävät hiilihydraatteja tai haluavat muuten tietää, mitä syövät.

Pitopalvelussa kilpailutilanne on erittäin haastava. Meidän on vaikea lähteä toteuttamaan juhlia koteihin tai muihin juhlatiloihin, koska yrityksellämme ei ole autoa. Meillä molemmilla on omat autot käytössä, mutta ruokien ja astioiden kuljetukseen autot ovat riittämättömät. Myös lainsäädännöllinen omavalvonta asettaa suuria haasteita. Pyrimmekin aina ensisijaisesti tarjoamaan asiakkaillemme omaa ravintolasaliamme juhlatilaksi sillä erillistä tilavuokraa emme peri. Tilan käyttöön saamiseksi riittää, että asiakas ostaa meiltä tarjottavat ruoat. Iltaisin ja yöhön jatkuvasta juhlinnasta veloitamme tarjoilutuntiveloituksen josta sovimme erikseen asiakkaan kanssa.

Pitopalvelun saralla teemme yhteistyötä Salossa pitkään toimineen Salon MLP-ravintolan kanssa, josta saamme tarvittaessa lainaksi astioita ja kuljetuslaatikoita. Olemme luoneet oman juhlamenuun MLP-ravintolan juhlasali Aleksanteriin, jonne asiakkaat voivat halutessaan tilata tuotteita. Olemme myös harkinneet yhteistyötä muiden yrittäjien kanssa. Meiltä saa esimerkiksi suosituksia orkestereista erilaisiin juhliin ja voimme tarvittaessa myös varata orkesterin valmiiksi jos asiakas haluaa. Jokainen yritys kuitenkin vastaa itse omasta laskutuksestaan. Kauttalaskutusta meidän kauttamme ei saa sillä toimimme niin pienellä budjetilla, että emme voi vastata muille yrityksille jos asiakkaamme joutuu maksuvaikeuksiin eikä huolehdikaan omaa laskun maksuaan määräaikaan mennessä.

Suurin ongelma pitopalvelussa on kilpailijoidemme alhainen hintataso. Kilpailijamme ovat toimineet pitkään ja saaneet tunnettavuutta kauan ennen meitä. Tämän lisäksi koemme, että kilpailijamme hinnoittelevat tarjoilunsa niin alas, ettemme pysty toteuttamaan vastaavia tarjoiluja samaan hintaan. Suuri osa kilpailijoistamme käyttää paljon teollisesti tuotettuja ruokia, koska itse valmistaen ne tulisivat kalliimmiksi myydä eteenpäin.

4.5 Markkinointistrategia

Markkinointistrategian tarkoituksena se, että asiakkailla on tarve johon yritys vastaa. Yrityksen tehtävänä on saada asiakkaat ostamaan tarvitsemansa tuote, tässä tapauksessa lounas, juuri omasta yrityksestä. Tavoitteena on kertoa tuotteesta ja sen

ominaisuuksista niin houkuttelevasti ettei asiakas halua ostaa sitä muualta. Markkinointistrategian tavoitteet ovat:

1. Saada asiakkaat kiinnostumaan ja ostamaan.
2. Saada asiakkaat tyytyväisiksi ja ostamaan jatkossa.
3. Saada tyytyväiset asiakkaat ostamaan enemmän ja tuovan uusia asiakkaita.
4. Valitsemaan asiakkaat niin, että kolme ensimmäistä tavoitetta toteutuvat. (Tikkanen 2005, 173).

Uutena yrityksenä olemme markkinointistrategian toisessa kohdassa. Asiakkaat ovat kiinnostuneita toiminnasta ja käyneet tutustumassa tuotteisiin aloitettuumme yritystoiminta syksyllä 2010. Nyt tärkeää on pitää asiakkaat tyytyväisinä. Lähdimme mainostamaan Salon Patarouvaan ensisijaisesti lehtimainontana paikallislehdissä ja selkeillä internetsivuillamme. Pyrimme saamaan kotisivuillemme mahdollisimman paljon tietoa meistä, mutta kuitenkin niin, että sivut pysyisivät selkeinä ja helppolukuisina. Jaoimme myös yhden viikonlopun aikana lukuisia mainoslehtisiä lähialueiden yrityksiin ja kotitalouksiin (LIITE 1).

Yrityksemme sijaitsee Piihotellin yhteydessä, joten teimme mainoslehtisiä suomeksi ja englanniksi hotellihuoneisiin. Pyrimme näin jakamaan tietoa yrityksestämme lähialueen yrityksiin ja hotellivieraille. Internetsivuillamme kerromme toiminnastamme ja tiloistamme ja sieltä löytyy viikoittain ruokalistamme hintoineen. Lähetämme ruokalistat sähköpostitse asiakkaillemme, jotka ovat ilmoittaneet meille sähköpostiosoitteensa. Osan markkinointiin käytettävistä sähköpostiosoitteista saimme, kun joulukuussa 2010 toteutimme joulukalenteriarvonnan. Arvontaan sai osallistua jättämällä salissa olevaan lasimaljaan käyntikorttinsa. Päivittäin arvoimme osallistujien kesken pieniä tuotepalkintoja.

Ruokalistoja on myös saatavana tulostettuina paperille salimme aulasta. Osa asiakkaistamme, joilla ei kotonaan ole mahdollisuutta katsoa ruokalistaa sivuiltamme, soittavat meille ennen ruokailemaan tuloaan. Sivuiltamme löytyvät kaikki palvelumme sekä yhteystietomme lisätietoja varten. Teemoista ja tapahtumista ilmoitamme verkkosivuillamme.

Helmikuussa 2011 alkaen myimme valmistamiemme munkkeja ja voisilmäpullia Salon LP Viestin kahvioon. LP Viesti on salolainen naisten lentopallojoukkue, joka on

menestynyt sekä Suomessa että kansainvälisesti. Myyntikojussamme meillä oli Salon Patarouvan mainoksia ja kakkukansio (LIITE 2), jonka avulla kerroimme toiminnastamme asiakkaillemme. Myyntivoitto tuotteistamme meni LP Viestin hyväksi. Saimme kuitenkin näkyvyyttä ja väliaikakuulutuksissa mainostettiin tuotteitamme.

Tammikuussa 2011 teimme uuden mainoskampanjan, jossa kerroimme toiminnastamme, pitopalvelusta ja yhteistyöstämme MLP-ravintolan kanssa. Mainoslehtiset, joita oli tuhat kappaletta, jaettiin kotitalouksiin Salon ja Halikon alueella ilmaisjakelulehden Salonjokilaakson mukana. Samaan aikaan tilasimme ulos mainostauluja, johon teimme kahdenlaiset mainoskyltit lauantai- ja arkimainontaan. Luvat mainostaulujen laittoon pyysimme Salon kaupungin teknisestä virastosta, yhdyskuntateknisten palvelujen johtajalta Petri Virtaselta.

Pitopalvelua mainostamme verkkosivuillamme. Ravintolasalissamme oleva kakkukansio, jota täydennämme aika ajoin kerättyämme kuvia valmistamistamme tuotteista, mainostaa omalta osaltaan myytäviä tuotteita. Kakkukansio löytyy myös kotisivuiltamme, jossa on myös valmiita ateriakokonaisuuksia hintoineen, joita voi tilata ravintolastamme.

Markkinoimme Salon Patarouvan palveluja teollisuuden yrityksille, juhla- kokous- ja näyttelytiloina, kun Teollisuuden Näytelehti teki artikkelin palveluistamme ja teimme samalla mainossopimuksen samaiseen lehteen (LIITE 3). Kesäkuun alussa mainostamme tuotteitamme Salon Vilpas-koripallojoukkueen peleissä suurella mainoslakanalla, koripallojoukkueen kotisivuilla sekä huippupelaajan pelipaidassa. Vastineeksi tarjoamme lounaan pelaajille sekä joukkueen valmentajalle aina maanantaista perjantaihin pelikautena 2011-2012.

5 Yhteenveto

Salon Patarouva Oy on toiminut nyt noin kahdeksan kuukautta, joten olemme edelleen ”lapsen kengissä”. Uusia, selvitettäviä asioita tulee päivittäin, työ tuskin muuttuu lähitulevaisuudessa rutiiniksi. Uusi Salon Patarouva on otettu asiakkaiden keskuudessa positiivisesti vastaan ja olemme saaneet kävijöiltämme paljon hyvää palautetta sekä ruoasta että asiakaspalvelusta. Lähes vuoden kestäneestä ”projektista” voin sanoa olevani tyytyväinen ja erittäin ylpeä.

Salon Patarouva on nyt osa lounasperinnettä Salossa ja toivomme kasvattavamme asiakaskuntaamme entisestään. Pyrimme markkinoimaan kauniita tilojamme juhliin ja yritystapaamisiin. Palvelualtis ja ystävällinen henkilökuntamme on aina valmis tarjoamaan elämyksiä ja iloisia hetkiä arjen keskellä. Joustavuudella ja asiakasystävällisellä ilmapiirillä saavutamme tulevaisuudessa tavoitteemme olla Salon menestynein ja suurin yksityinen lounasravintola.

Kerron yrityksestäni projektina, koska toivon, että elämällä on minulle vielä jotain annettavaa. Olen päättänyt katsoa yrittäjyyden antamat mahdollisuudet ainakin siihen asti, kunnes yrityslaina on maksettu kokonaisuudessaan. Tähän on aikaa suunnitelmien mukaan viisi vuotta.

Kehitettävää on vielä paljon, koska kilpailu kovenee alalla entisestään. Lähitulevaisuudessa tavoiteinamme on asiakastyytyväisyyskyselyn lisäksi laajentaa valikoimaamme hampurilaisbufeella lauantaisin. Verkostoituminen tapahtuu lähitulevaisuudessa ja ketjuuntumista suunnitellaan. Ennen sitä meidän on panostettava mainontaan ja profiloitava oma asiakaskuntamme, jotta voisimme tarjota heille parhaat mahdolliset palvelut. Tavoitteenamme on ensi lokakuussa osallistua Salossa järjestettäville lifestyle-messuille, Sekaisin Salosta, jotka järjestetään lokakuussa. Tavoitteenamme on kertoa palveluistamme ja maistattaa uutuustuotteitamme suurelle yleisölle. Uskon messutapahtuman tuovan meille uusia asiakkaita erityisesti nuorista ja lapsiperheistä. Tämän vuoksi heti syksyllä panostamme lauantain lounastarjontaan sekä pitopalvelun markkinointiin.

Opinnäytetyössäni olen pohtinut erilaisia menetelmiä yritykseni kannattavuuden ja kasvun parantamiseksi. Työ on ollut erittäin käytännönläheistä, Gary Hamelia mukaillen ”kuvittele, suunnittele, kokeile, arvioi, kasva” (Hamel 2001, 300). Nämä ovat

avaimet uudistumiseen ja innovaatioihin. Työssäni ei ole tutkimustuloksia, joita analysoida, koska olemme vasta alkuvaiheessa.

Toivon, että opinnäytetyöni antaa muille, yrittäjyyttä harkitseville uskallusta ja positiivista mieltä toteuttaa omia haaveitaan. Yrittäjäksi ryhtyminen voi tapahtua nopeasti, kuten itselläni tapahtui. Kyllä työ opettaa ja tekemällä oppii!

LÄHTEET

Sähköiset lähteet:

Edu.fi [viitattu 25.4.2011]. Saatavissa www.edu.fi > materiaaleja ja työtapoja > verkko-oppimateriaalit > ammatillisen koulutuksen verkko-oppimateriaalit > markkinointisuunnitelma > markkinointistrategia

Nielsen.com [viitattu 1.5.2011]. Saatavissa <http://fi.nielsen.com> > Uutiset > Kodin ulkopuolella syötyjen annosten määrä kasvoi.

Ruokatieto [viitattu 6.4.2011]. Saatavissa www.ruokatieto.fi > Ruokakulttuuri > Suomalaisen ruokakulttuuri ulottuvuuksia.

Salo.fi [viitattu 28.4.2011]. Saatavissa www.salo.fi > Salo-tietoa > Salo lukuina > Keskeisiä tilastotietoja Salosta 2010.

Yrityssalo.fi [viitattu 6.5.2011]. Saatavissa www.yrityssalo.fi > Alkavat yritykset > Alkavan yrityksen rahoitus ja tuet > Finnvera aloittavalle yrittäjälle.

Kirjalliset lähteet:

Hakala, Juha T 2004. Opinnäyteopas ammattikorkeakouluille. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Hamel, Gary (suom. Ritva Liljamo) 2001. Vallankumouksen kärjessä. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Holopainen, Tuulikki 2006. Yrityksen perustajan opas – Silta yrittäjyyteen. 13. uudistettu painos. Helsinki: Edita Prima Oy.

Honkola, Jaakko & Jounela, Tetta 2000. Palveluosaamisen piruetit. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Kara, Raija 2005. Suomalaiset ravitsemustuositukset - ravinto ja liikunta tasapainoon. Helsinki: Edita Prima Oy.

Lankinen, Heikki & Minkkinen, Pauli 2010. Vitriini 8 / 2010.

Suomen Franchising-yhdistys ry 2007. Franchising Suomessa. Porvoo: Painoyhtymä Oy.

Sutinen Mika & Viklund Esa 2005. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. Nummijärvi: Kirjakas Ky

Tikkanen, Henriikki 2005. Markkinoinnin johtamisen perusteet. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Toivola, Tuija 2006. Verkostoituva yrittäjyys, strategiana kumppanuus. Helsinki: Edita Prima Oy.

Yrityssalo Oy:n henkilöstö 2011. Yrityssalo Oy:n asiakaslehti. Salo: Salon Lehtitehdas

Painamattomat lähteet:

Hämäläinen Sami [viitattu 5.5.2011]. Lakimies MaRa ry.

Taneli, Juha-Pekka 2010. Yrityskonsultointi 2. ja 6.9.2010 Tuhkelotie 15, Salo.

Välimaa, Jari 2010. Aloittavan yrityksen neuvonta

LIITTEET

Liite 1. Ensimmäinen mainos

Liite 2. Kakkukansio

Liite 3. Haastattelu Teollisuuden Näytelehteen

www.salonpatarouva.fi

SALON PATAROUVAN -AAMIAINEN klo 6:15 - 9:30

Puuro 1,50€

Kokoa sämpyläsi: Sämpylä 0,50€
Kananmuna +0,50€
Leikkele +0,50€
Kasvikset +0,50€

-LOUNAS klo 10:30 - 14:00

Joka päivä 2 lounasvaihtoehtoa **7,30€**

keittolounas ja salaattilounas **5,60€**

Saat lounaasi vieläkin halvemmalla ostamalla yhdentoista
lunaan Lounaskorttimme hintaan 75€

Viikon lounaslistan löydät osoitteesta www.salonpatarouva.fi



LOUNASRAVINTOLA - KAHVILA

Salon

PATAROUVA

Joensuunkatu 1

Avoinna ark. 6:15 - 15:00



Salon
PATAROUVA

MARIKA LIEVONEN
Yrittäjä

Salon Patarouva Oy
Joensuunkatu 1
24100 SALO

GSM 040 704 2911
marika.lievonen@salonpatarouva.fi

Puh. (02) 733 5012

www.salonpatarouva.fi



Salon
PATAROUVA

MIINA ARONEN
Yrittäjä

Salon Patarouva Oy
Joensuunkatu 1
24100 SALO

GSM 040 827 8362
miina.aronen@salonpatarouva.fi

Puh. (02) 733 5012

www.salonpatarouva.fi

Kakkukansio



Pitopalvelu
Salon
PATAROUVA
Joensuunkatu 1, 24100 SALO

Tuorejuustokakku



Sitrus-juustokakku

Sisältää:

keksejä, voita, sokeria, kananmunaa,
maizenaä, sitruunaa, liivatetta, tuorejuustoa,
kermaa, appelsiinia.

12/HLÖ (VL)

Kysy hinta



Tuorejuustokakku



Valkosuklaakakku

Sisältää:

keksejä, voita, liivatetta, sitruunaa,
valkoista suklaata, tuorejuustoa, sokeria,
vaniljasokeria, kananmunaa, kermaa.

12/HLÖ (VL)

Kysy hinta



Tuorejuustokakku



Suklaa-juustokakku

Sisältää:

keksejä, voita, liivatetta, suklaata,
tuorejuustoa, sokeria, vanilliinisokeria,
kananmunaa, kermaa.

12/HLÖ (VL)

Kysy hinta



Tuorejuustokakku



Juustokakku

Sisältää:

voita, sokeria, kananmunaa, vehnä jauhoja, perunajauhoja, leivinjauhetta, maitorahkaa, tuorejuustoa, sitruunaa, vanilliinisokeria.

16/HLÖ (VL)

Kysy hinta



Kermatäytekakku



Mansikka/marjakermatäytekakku

Sisältää:

kananmuna, sokeria, perunajauhoja,
vehnäjäuhoja, leivinjauhetta,
mansikoita/mustikoita, kermaa,
vanilliinisokeria, hilloa, liivatetta.

10/HLÖ (VL)

Kysy hinta



Makea Piirakka



Persikkapiirakka

Sisältää:

voita, sokeria, kananmunaa, vehnä jauhoja,
perunajauhoja, leivinjauhetta,
vanilliinisokeria, persikoita, kermaviiliä.

10/HLÖ (VL)

Kysy hinta



Voileipäkakku



Kinkkuvoileipäkakku

Sisältää:

vaaleaa/tummaa vuokaleipää, kinkkua, maustekurkkua, omenaa, ruohosipulia, majoneesia, mausteita, kasviksia.

10/HLÖ (VL)

Kysy hinta



Suolainen Piirakka



Broileripiirakka

Sisältää:


voita, vehnä jauhoja, leivinjauhetta, juustoa, broileria, kananmunaa, kermaa, mausteita, ananasta, sipulia.

10/HLÖ (VL)

Kysy hinta



- Ensi syksynä tulee ensimmäinen vuosi täyteen yrittäjänä, sanovat **Miina Aronen ja Marika Lievonen** täynnä nuoren yrittäjän toimintaintoa. Liikevaihto on kasvanut kuukausittain. Tällä hetkellä meitä on töissä kolme vakituista henkilöä ja kaksi harjoittelijaa. Lisäksi käytämme ammattitaitoisia tilapäisiä työvoimaa tarjoilijoina ja kiereapulasina. Kasvuunniitelmiä ja visioita on vaikka muille jakaa. Tarkoituksemme on kuitenkin kasvaa yksikkönä hallitusti, niin että pystymme palvelemaan entistä paremmin myös teollisuutta ja yritysmaailmaa.



**Ilmainen kabinetti yrityksenne käyttöön,
vain tarjoilu on maksullista.**

Uutta eurooppalaista lounasruokala- ja kokous-/juhlapalvelutoimintaa Salossa edustaa Salon Patarouva Oy. Paikalliset tuote-esittelyt ja myyntinäyttelyt hoidetaan nykyisin kabineteissa ja juhlasaleissa, joissa tuotteet saadaan näyttävästi esille. Entisaajan kalvosulkeiset ovat vaihtuneet videotykkipohjaisiin DVD-esityksiin, joissa tuotteet esitellään toiminnassa. Eikä siinä vielä kaikki, sillä tuote-esittelyn lomassa voidaan kutsuvieraille tarjota lounas tai kahvia asiakkaan toivomusten mukaan.



Juhlasaliin mahtuu noin 120 henkilöä. Tilat ovat viihtyisät ja siellä löytyy paikkansa myös orkesterille ja esiintyjille.

- Meillä ei ole sömöpakkia, myhätilevät Salon Patarouvan veltjat Miina Aronen ja Marika Lievonan. Kun myyntintyöteilyt järjestetään esimerkiksi metallialan yrityksille ja niiden henkilökunnalla, parinteiset hotellit koetaan usein liian hienoiksi ja sinne ei mennä työtasussa keskellä työpäivää. Miall käy paljon paikallista työväestöstä päivitään, joten myyntintyöteilyyn voi tulla aivan työtasussa, sanoo Miina Aronen, yrittäjä ja Salon Patarouva Oyn osakas.

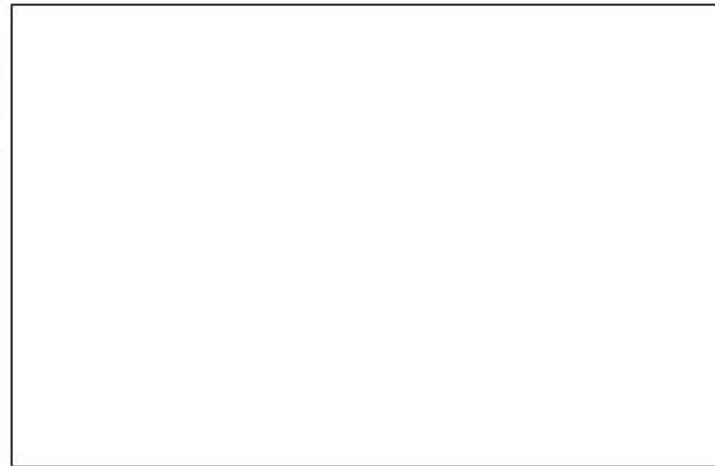
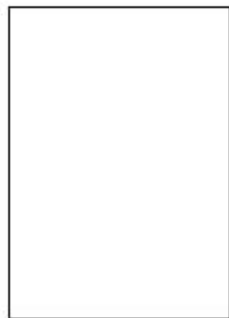
Yhtiön toinen osakas, Marika Lievonan, joka myös on yrittäjäntä toiminnassa mukana, kertoo, miten toimittoloja voidaan käyttää myös yhtiökokousten ja tilintarkastusten pitämiseen. Hänen mukaansa yhtiökokousten pitminen puolisettomalla maaperällä, hyvän tarjoilun kera, antaa osakkaille hyvää mieltä ja ukoia omistamansa yhtiön kykyyn kehittyä entistä parempaan suuntaan. Lisäksi järjestetään koulutustilaisuuksia hyvinkin nopealla varoitusaajalla.

Nykyiset tilat mahdollistavat juhlien (vuosipäivät, häät) järjestämisen kokonaisvaltaisena palveluna. Tuohon juhlapalveluun kuluu yleensä orkesteri, ja muuta ohjelmaa imitaattorista saakuriin jne. Juhlasaliin mahtuu 100-120 henkilöä.

- Usein esitetty kysymys on, onko meillä alkoholi tarjontaa? - Meillä ei ole a-ohjuksia, koska haluamme erottaa uudenlaisiksi lounasravintolaksi, yrityksiä palvelevaksi ykköksi.

Asiakas, joka järjestää juhlat, tuo alkoholitilaukset juomat tullestaan, me kyllä tarjoilemme ne sitten kutsuvieraille annettujen ohjeiden mukaan. Tuote-esittelyjen, myyntintyöteilyiden tai koulutustilaisuuksien yhteydessä tarjotaan usein ruokaa viivokaiden kera tai kahvia.

Yllättävintä yrityksen palveluissa on se, että kabinettivuokra ei peritä, jos varaa ruuat tilaisuuteen heiltä. Totta se todellakin on, että järjestäessään jonkin tilaisuuden Salon Patarouvasa, tuo tila on ilmainen, vain tarjoilu maksaa.



Pienten tilaisuuksien järjestäminen on mahdollista pikku kabinetissa, jonne mahtuu enimmillään noin 30 henkilöä, joihin siellä voi sopia rauhasa pientä tilaisuuksia tarjoiluineen.

Tilaisuuksiin saapuvat vieraat voivat nauttia talon antimista joko itsepalvelu-linjastosta tai erikseen tilaisuuteen tehdyn kattauksen mukaisesti.

Majoitus hotellin puolella

Salon Patarouvan tilojen välittömässä läheisyydessä sijaitsee Pii Hotelli. Hotelli toimii siltä erillisenä yhtiönä ja jonka toimintapariate on myös hyvin uudenaikainen, sillä varaukset



Kattaukset tehdään tapahtuman mukaisesti. Linnat ja asetelmat kuuluvat juhlapäivän, kokoukset menevät arkisemmin. Kabinetin saa käyttöön veloituksetta, edellytyksenä kuitenkin on, että tarjotut tilat Patarousta kabinetin varauksen yhteydessä, - ja eihän asiakkaita voi kutsua tilaisuuksiin ilman tarjousta. Miten se mainoslause menikään, että hyvä ruoka - tyytyväinen mieli.

sinne tehdään Internetin kautta. Respa ei ole. Tuo hotelli toimii ilman palvelus henkilökuntaa, itsepalvelu-periaatteella, siltä uusimman eurooppalaisen trendin mukaisesti. Hotellin asiakkaat saavat samaisensa ja lounaansa Patarouvan kattauksista.

Uusiinta uutta on lounaskortti, jota voidaan käyttää erikseen tai yhdessä lounas setelin kanssa.

Kun halutaan lahjoittaa asiakkaille hyvää mieltä, annetaan heille lounaskortti, joka oikeuttaa lounaaseen. - Meillä käy hyvin paljon lounaskortti-asiakkaita, siltä yritykset ovat ostaneet lounaskortteja ja jakaneet niitä siltä asiakkailleen. Näin menetellen esimerkiksi jonkin tuotteen maahan-tuoja tai myyjä voi luoda parempia asiakassuhteita.

Ruoka valmistetaan pääasiallisesti suomalaisten tuottajien tuoreista raaka-aineista, paitsi tietty ulkomaan herkut kuten eksoottiset kasvikset, joita hankimme tukkuportaan kautta. Ruoka valmistetaan itse paikallisilla kokonaisuudessaan siltä leipä myöden, sanoo Miina Aronen.

Molemmat yhtiöt pyrkivät osakkaat Miina Aronen ja Marika Lieven omaavat pitkästä työkokemuksensa suurkeittämistä ja lisäksi tustalta löytyy alan koulutusta. Tämän johdosta pitopalvelu kuuluu oleellisena osana lounasravintola Salon Patarouva Oyn toimintakuvaa. Käytännössä se merkitsee ruokailuun yksittäisiin tilaisuuksiin, joihin ovat niin häst kuin hantajatsetkin, unohtamatta tietenkään yhtiöiden omia juhlia, joista kostjuhat alkavat olla jo ajankohtaisia. 11-8-20-1-2