

Opinnäytetyö (AMK)

Palveluiden tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

2015

Noora Sipilä

LANDE STADIIN

– 1-2-3 Puhtaita makuja -tapahtuma



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Palveluiden tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma | Restonomi

2015 | 48

Annika Karppelin

Noora Sipilä

LANDE STADIIN

Opinnäytetyöni käsittelee 3. -5.7.2015 toteuttamaani ja organisoimaani 1-2-3 Puhtaita makuja – tapahtumaa Helsingin Kellohallissa. Tapahtuma oli kolmen päivän mittainen pop up -ravintola, jossa osaamistaan esittelivät ravintola Kaskis Turusta, ravintola Köökki Forssasta sekä ravintola Goto Raumalta. Tapahtuma järjestettiin ensisijaisesti ravintoloiden positiivisen yrityskuvan luomiseksi ja vahvistamiseksi.

Opinnäytetyöni on portfolio-opinnäytetyö, jossa tehty työ ja tulokset tulee ilmi liitteinä. Liitteet esitellään ja perustellaan työn reflektioivassa osassa, jonka olen jakanut laadun rakentamisen ja henkilöstöjohtamisen alle. Laadun rakentaminen –osiossa käsitellään tarkemmin mielikuvien luomista sekä viestintää, visuaalisuutta ja laadun useita ulottuvuuksia. Henkilöstöjohtaminen – osio syventyy henkilöstön ja sen ohjaamisen rooliin laadun tuottamisessa.

Opinnäytetyöni aineistona käytin kirjallisuutta palveluiden tuottamisesta ja johtamisesta, markkinointiviestinnästä ja visuaalisuudesta sekä brändistä ja imagosta.

Opinnäytetyöni auttaa hahmottamaan tapahtuman järjestämisen moniulotteisuutta ja mahdollisuuksia. Pohdinnassa käyn läpi kehitysehdotuksia tulevia tapahtumia varten sekä huomioita oman ammatillisen kehittymisen avuksi.

ASIASANAT:

Tapahtuman järjestäminen, henkilöstöjohtaminen, markkinointiviestintä

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Hospitality Management

2015 | 48

Annika Karppelin

Noora Sipilä

“LANDE STADIIN”

The present thesis focuses on 1-2-3 Puhtaita makuja –event that I organized and produced on 3rd to 5th of July in Helsinki at Kellohalli. The event was a three day pop up –restaurant in which restaurants Kaskis from Turku, Köökki from Forssa and Goto from Rauma were presenting their skills. The event was organized mainly to establish and reinforce a good corporate image for these three restaurants.

This thesis is a portfolio –thesis where the job that has been done comes up as attachments. The attachments are presented and explained in the reflective part of the thesis that is divided in two parts: Building the Quality and Human Resources. In Building the Quality –part we take a closer look in creating a vision, marketing communications and quality. Human Resources –part deepens to personnel and management and their influence on building quality.

The literature used in the present thesis discusses event management, branding, human resources management and marketing communications.

This thesis helps to understand the multidimensionality of organizing events and the opportunities that it in holds. At the end of the thesis I consider possible improvements that should take place in future to improve my expertise.

KEYWORDS:

Event management, human resources management, marketing communications

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 LAADUN RAKENTAMINEN	9
2.1. Mielikuvan luominen	9
2.1.1. Viestintä	10
2.1.2. Visuaalinen ilme	10
2.1.3. Markkinointiviestintä	13
2.2. Laadun ulottuvuudet	14
2.2.1. Tekninen ja toiminnallinen laatu	15
2.2.2. Totuuden hetket	15
2.2.3. Palvelumaisema	16
2.2.4. Palvelun kuiluanalyysi	18
3 HENKILÖSTÖJOHTAMINEN	21
3.1. NIH –ilmiö	23
4 POHDINTA	24
LÄHTEET	26
LIITTEET	
Liite 1. Liikemerkki	
Liite 2. Sähköposti	
Liite 3. Tiedote	
Liite 4. Lehtiartikkeli	
Liite 5. Tilauslomake	
Liite 6. Blogi -kirjoitus	
KUVAT	
Kuva 1. Vanha ilme. Yksi mainostoimiston suunnittelemissa vedoksista.	12
Kuva 2. Itse suunnittelemani vedos mahdollisesta ilmeestä.	12
Kuva 3. Erik Mansikka nostamassa ensimmäistä alkuruokaa Kellohallin avokeittiöstä.	17
Kuva Unto Rautio.	17
Kuva 4. Noora Sipilä Kellohallin ovella vastaanottamassa asiakkaita. Kuva Unto Rautio.	18
KUVIOT	
Kuvio 1. Koettu kokonaislaatu (Grönroos 2009, 105)	15
Kuvio 2. Palvelun kuiluanalyysi (Grönroos 1998, 102).	19
Kuvio 3. Tiimin johtaminen (Sydänmaanlakka 2009, 104)	22

TAULUKOT

Taulukko 1. Yksilöiden johtaminen käytännössä (Sydänmaanlakka 2009, 102).

21

1 JOHDANTO

Tämä portfolio opinnäytetyö käsittelee 3.-5.7.2015 Helsingin Kellohallissa järjestämäni tapahtumaa 1-2-3 Puhtaita makuja. Toteutin ja organisoin pop up –ravintolan kolmen Helsingin ulkopuolella toimivan ravintolan (Kaskis, Goto ja Köökki) kesken. Toimeksiantajana toimi ensisijaisesti ravintola Kaskis, jossa olen työskennellyt tarjoilijana ja myyntipalvelussa heinäkuusta 2014 alkaen.

Lokakuussa 2014 julkaistiin Glorian Ruoka & Viini ravintolaäänestys, jonka mukaan ”Kaskis on vuoden paras ravintola, raumalainen Goto lukijoiden suosikki”. Lukijaaänestyksen kolmen kärki oli Goto Raumalta, Kaskis Turusta ja Köökki Forssasta. Äänestyksen tuloksesta syntyi idea tapahtumasta, jossa nämä kolme ravintolaa esittelisivät osaamistaan kolmepäiväisessä pop up –ravintolassa siellä missä kuluttajia löytyy eniten eli maamme pääkaupungissa Helsingissä. Syntyi tapahtuma 1-2-3 –Puhtaita makuja.

Kaskis on helmikuussa 2014 Turkuun perustettu 36 –paikkainen uusi turkulainen ravintola. Kaskiksessa ruoka on laadukasta käsityötä ja annokset reiluja. Palvelu on ammattitaitoista, mutta samalla rentoa. Viinit ovat tarkoin valittuja ja mielenkiintoisia, mutta järkevähintaisia. Keittiössä ja osakkaana on Hell’s Kitchen –voittaja, Vuoden Kokki 2013 ja Vuoden turkulainen –tittelit omaava Erik Mansikka, sekä maailmalla kunniaa niittänyt Simo Raisio. Kolmas osakas on salista vastaava Topi Pekkanen.

Goto on raumalainen rento ja kodikas ravintola. Goton keittiöstä vastaavat Top Chef voittaja Teemu Laurell sekä keittiömestari Juho Jokela. Osakkaina ovat myös Petri Vehanen ja Janne Niskala.

Krista Mänttärin luotsaama Köökki tarjoaa rehellistä ja puhdasta ruokaa lähituotteista. Forssassa sijaitseva kellariravintola tekee ruokaa tunteella ja vaihtaa ruokalistaa, sekä viinejä usein.

Tapahtuma järjestettiin ensisijaisesti tavoitteena ravintoloiden tunnettuuden parantaminen ja positiivisen yrityskuvan vahvistaminen. Esittelin ideani ravintoloil-

le, jotka antoivat minulle vapaat kädet lähteä organisoimaan tapahtumaa. Opin-
näytetyön kohteena olleen tapahtuman suunnittelu alkoi syksyllä 2014.

1-2-3 Puhtaita makuja tapahtumassa tarjoiitiin kuuden ruokalajin menu viiniva-
lintoineen. Jokainen ravintola vastasi kahdesta annoksesta. Lauantaina ja sun-
nuntaina oli illallisen lisäksi tarjolla myös brunssi. Illalliselle ja brunssille liput
myytiin ennakkoon Table Online –palvelun kautta. Menun hinta oli 65 euroa,
kolmen ruokalajin lounas 35 euroa ja brunssi 45 euroa. Viinipaketti kuudelle
ruokalajille tarjottiin hintaan 47€. Liput tulivat myyntiin 18. toukokuuta ja ne myy-
tiin loppuun.

Opinnäytetyöni toiminnallisella osuudella tavoittelin omaa oppimista käytännön
kautta, sekä verkostoideni laajentamista. Olen ollut aiemmin mukana järjestä-
mässä tapahtumia, mutta tällä kertaa vastuu oli yksin minulla. Vastasin koko
tapahtuman organisoinnista; tilan vuokraamisesta, tiedottamisesta, tapahtuman
viestinnän ilmeestä sekä tapahtumapaikan visuaalisesta ilmeestä, myynnistä,
markkinoinnista, varauksista, rekrytoinnista, viineistä, työskentelytiimin majoi-
tuksesta, sponsoreista ja yhteistyökumppaneista, astiastosta, hinnoittelusta,
budjetista ja aikataulutuksesta. Tavoitteeni oli saada tiimit tuottamaan tapahtu-
massa mahdollisimman korkealaatuista palvelua ja ruokailukokemuksia, jota
ravintolat tuottavat päivittäisessä toiminnassaan. Opinnäytetyön tietoperustaa
hyödyntävä osa käsittelee laadun rakentumista tarkkailemalla mielikuvien syn-
tymistä sekä koetun ja toiminnallisen laadun tekijöitä. Lisäksi työssä pohditaan
henkilöstön vaikutusta laadun tuottamisessa.

Opinnäytetyön ensimmäinen osa käsittelee mielikuvan luomista ja syntymistä eli
asiakkaan odotettuun laatuun vaikuttamista viestinnän ja visuaalisen ilmeen
keinoin. Toisessa luvussa esitellään koetun laadun eri osia; teknistä laatua, toi-
minnallista laatua sekä palvelumaiseman vaikutusta. Lisäksi kuvataan kuilu-
analyysimalli, joka paljastaa mahdolliset kuilut asiakkaan odotetun ja koetun
laadun välillä. Viimeiseksi käydään läpi tapahtumassa harjoitettu henkilöstöjoh-
taminen, sen haasteet sekä mahdollisuudet.

Portfolio-opinnäytetyöni rakentuu liitteistä, joista tulee esiin tehty työ. Liitteitä opinnäytetyössäni ovat muun muassa tapahtuman lopullinen ilme, esimerkki sähköposti asiakkaan kanssa, tapahtuman tiedote, tapahtumasta kirjoitettu artikkeli sekä blogi – kirjoitus. Liitteet on pyritty perustelemaan ja esittelemään mahdollisimman luontevasti opinnäytetyön reflektioivassa osassa.

2 LAADUN RAKENTAMINEN

2.1. Mielikuvan luominen

Tapahtuman ensisijainen tavoite oli positiivisen yrityskuvan luominen ja vahvistaminen. Positiivinen yrityskuva muodostaa perustan kaikelle yrityksen toiminnalle (Vuokko 2003, 106-108). Ravintola-alalla tarjontaa on monesti yli tarpeiden, joten erottuminen kilpailijoista on ensisijaisen tärkeää. Tuotteet ovat kopioitavissa, mutta sitä, millainen mielikuva asiakkailta on yrityksestä, ei ole (Sutherland 2011, 249). Mielikuva on nimensä mukaan kuva ihmisen mielessä, joka James A. Drewerin toimittamassa psykologian sanakirjassa määritellään ”aistinvartaiseksi kokemukseksi, joksikin, jonka näemme sielumme silmin” (Rope & Methner 2001, 17). Mielikuvaa vahvistamalla yritys erottautuu kilpailijoistaan ja muistetaan pitkään. Kyse on vetovoimakyvyn lisäämisestä, eli yrityksen ja sen palveluiden on näytettävä paremmalta ja houkuttelevammalta kuin kilpailijansa (Methner & Rope 2001, 9, 113).

Asiakkaiden tunnettava saaneensa laatua, jotta positiivinen mielikuva tapahtumasta ja siinä mukana olleista ravintoloista toteutuu. Tavoite on tarjota sitä samaa tinkimätöntä laatua, jota Kaskis, Goto ja Kööri kukin tahollaan tarjoaa. Kuten Grönroos (2009, 100) kirjassaan toteaa, ”laatu on mitä tahansa, mitä asiakkaat kokevat sen olevan.” Näin ollen alusta asti kiinnitin erityistä huomiota siihen, mitä viestimme asiakkaille ja millaiset ennakko-odotukset me heille luomme.

Karsinta alkoi yhteistyökumppaneista. Hain kumppaneiksi pieniä ja keskisuuria yrityksiä, jotka arvostivat samaa paikallista pienyrittäjyyttä kuin mukana olevat ravintolat. Päätökseni ei tuonut tapahtumalle suuria sponsorirahoja, mutta pienyrittäjyyden ja paikallisuuden korostaminen oli linjassa tapahtuman vision kanssa.

2.1.1. Viestintä

Viestinnän tehtävä on ohjata asiakas odottamaan oikeita asioita (Sutherland 2011, 180). Kaikki yrityksen toiminta viestii jotain yrityksestä, sen tuotteista ja palvelusta. Viestintään vaikuttavat, mitä työntekijät sanovat, miten he sen sanovat, miten he käyttäytyvät, millaisilta palvelupisteet ja fyysiset resurssit näyttävät, viestittää kaikki jotain asiakkaalle myönteisesti tai kielteisesti. Viestintä on lupaus siitä, mitä tulevaisuudessa toivottavasti tapahtuu. Kun asiakas astuu todellisuuteen, näiden lupauksen todenperäisyys testataan (Grönroos 2009, 357-358).

2.1.2. Visuaalinen ilme

Visuaaliset tekijät ovat avainasemassa mielikuvien muotoutumisessa, sillä ne ovat ensimmäisiä asioita, joita asiakas yrityksestä kohtaa. Yrityksen visuaalinen linja voi ratkaisevasti vaikuttaa siihen, millaisia asiakkaita yritys puoleensa vetää, joten visuaalisen ilmeen suunnitteluun tulee todella panostaa. Kun yritys onnistuu houkuttelemaan oikeanlaisia kohderyhmiä asiakkaakseen, on toiminta kaikkein tarkoituksenmukaisinta kun taas vääränlaisten asiakasryhmien houkuttelu saattaa johtaa toiminnan kannattamattomuuteen (Laiho V006, 5). Viestinnällä tavoiteltiin urbaania, työikäistä, ajanhermolla olevaa kuluttajaa.

Visuaalisen suunnittelun lähtökohta oli tapahtuman nimi, joka parhaimmillaan luo mielikuvan yrityksen toimialasta, tyylistä ja toimintatavoista. 1-2-3 Puhtaita makuja nimi ei ole lyhyt tai kansainvälinen, kuten Niemisen (2004, 90) mukaan yritysnimen olisi suotavaa olla. Sen sijaan siitä välittyä heti toimiala – Puhtaita makuja viittaa ruokapalveluita tarjoavaan tapahtumaan ja se on helppo muistaa. Sana ”Puhtaita” viestittää lisäksi selkeyttä, raikkautta ja lähituotantoa.

Etsin yhteistyökumppaniksi pienen, mutta kokeneen mainostoimiston, jonka tehtävänä oli suunnitella tapahtuman ilme, logo, kotisivut sekä painotuotteet.

Työskentelimme kuukausia yhdessä mainostoimiston graafikon kanssa ilmeen eteen, mutta visiomme siitä, mitä asiakkaalle halutaan viestittää eivät kohdanneet. Lopulta tein päätöksen suunnitella tapahtuman ilme, logo, kotisivut ja painotuotteet itse, sillä koin viestinnän ja visuaalisen ilmeen roolin erityisen keskeiseksi tapahtuman mielikuvan luomisessa, koska pop up –tapahtuma järjestettiin ensimmäistä kertaa.

Logo on yrityksen nimen vakiintunut kirjoitustapa, kun taas liikemerkki on visuaalinen merkki, tunnus tai symboli, joka kuvastaa yritystä. Logon tulisi olla helposti luettavissa ja kuvastaa tapahtuman toimialaa ja persoonallisuutta. 1-2-3 Puhtaita makuja tapahtuman logon kirjasintyyppi tuo esiin selkeyttä, puhtautta ja skandinaavisuutta. Kirjasintyyppin valinta on tärkein asia typografiaa eli graafista ulkoasua suunniteltaessa, koska sillä on suurin vaikutus julkaisun herättämiin mielikuviin (Loiri & Juholin 1998, 34).

Liikemerkkinä (LIITE 1) toimii kesäinen kuva tatuoidusta Teemu Laurelista shortseissa ja lenkkitossuissa syömässä raikasta jälkiruoka-annosta peltilautaselta olut vierellään. Liikemerkistä välittyy asiakkaalle ruoka, maanläheisyys, rento tunnelma ja nuorekkuus.



PUHTAITA MAKUJA

KASKISTURKU | GOTO RAUMA | KÖÖKKI FORSSA

Kuva 1. Vanha ilme. Yksi mainostoimiston suunnittelemista vedoksista.

Kuvan 1 ilme hylättiin, sillä mielestäni ilme viestitti tapahtuman olevan koko perheen puuhapäivä ja houkuttelisi väärää asiakkaita.



PUHTAITA MAKUJA

KASKIS TURKU | GOTO RAUMA | KÖÖKKI FORSSA

Kuva 2. Itse suunnittelemani vedos mahdollisesta ilmeestä.

Hylkäsin kuvan 2 vedoksen, koska se ei viestinyt tarpeeksi tapahtuman todellisesta luonteesta, rennosta tunnelmasta ja ruokatapahtumasta.

2.1.3. Markkinointiviestintä

Grönroos (2007, 304-308) kirjassaan kehittää kokonaisviestinnän mallin, jossa huomioidaan, että kaikki organisaation sanat ja teot kertovat siitä jotakin. Organisaation lähettämät viestit hän jaottelee seuraavasti:

1. Suunnitellut viestit
2. Tuoteviestit
3. Palveluviestit
4. Suunnittelemattomat viestit

Näistä suunniteltua viestintää esittivät 1-2-3 Puhtaita makuja tapahtuman itse suunnittelemani kotisivut sekä tapahtuman sosiaalisen median sivut.

Tuoteviestinnästä vastasi Table Online –varausjärjestelmä, jota kautta myimme tapahtuman liput. Varausta tehdessä ja tapahtumaan tutustuessa asiakas sai infolaatikoiden muodossa tietoa siitä, mitä tapahtumassa tarjoillaan ja mikä on tapahtuman luonne. Näin varmistettiin muun muassa se, että asiakas ei oleta tulevansa romanttiselle illalliselle pieneen tunnelmalliseen ravintolaan, omaan kahden hengen pöytään, vaan suureen, pelkistettyyn, eloisaan tapahtumaan, jossa asiakkaat ennakkoluulottomasti jakavat pöytänsä muiden asiakkaiden kanssa.

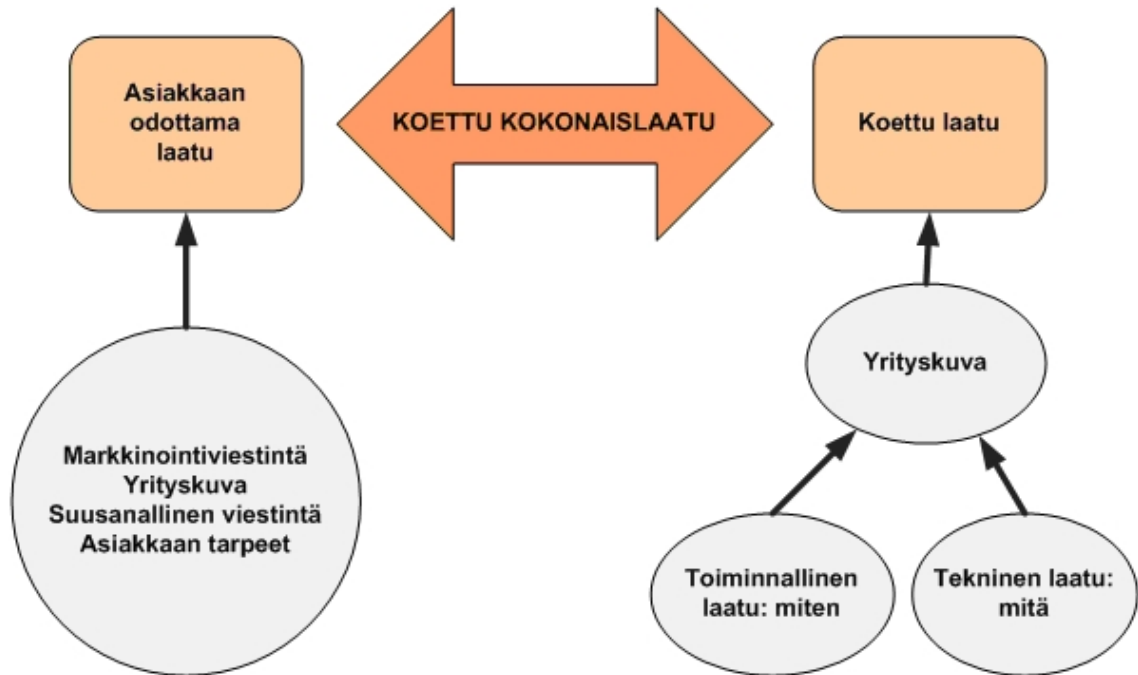
Palveluviestit kertovat siitä, miten organisaatio kohtaa asiakkaansa ja muut yhteistyötahonsa. Perustin tapahtumalle oman sähköpostiosoitteen ja puhelinnumeron ammattimaisen kuvan ja helpon lähestyttävyyden aikaansaamiseksi. Liitteenä yksittäinen sähköpostitse käyty keskustelu asiakkaan kanssa (LIITE 2).

Organisaatiosta lähteviä suunnittelemattomia viestejä pidetään kaikkein luotettavimpina; miten muut asiakkaat puhuvat organisaatiosta tai miten sitä käsitellään mediassa (Grönroos 2007, 305). Suurin onnistumisemme markkinointiviestinnässä oli juurikin runsas suunnittelematon viestintä. Strategiani oli median huomion saavuttaminen kiinnostavalla konseptilla, ei ostamalla mainostilaa.

Laadin tapahtumasta lehdistötiedotteen (LIITE 3), jonka lähetin usealle toimittajalle. Lisäksi kerroin suullisesti tapahtumasta aina tilaisuuden tullen kaikille verkostoilleni. Media, bloggarit sekä ravintola-alan ihmiset innostuivat tapahtumasta ja tuleva tapahtuma sai osakseen runsaasti positiivista julkisuutta ja lausuntoja lehtiartikkeleissa, blogeissa, aikakauslehdissä ja sosiaalisessa mediassa (LIITE 4).

2.2. Laadun ulottuvuudet

Edellisessä luvussa käsittelin visuaalisuuden suhdetta mielikuvien syntymiseen ja mielikuvien suhdetta asiakkaan odotuksiin. Se mitä asiakkaat tuotteelta tai palvelulta odottavat, vaikuttaa merkittävästi siihen, miten asiakkaat mieltävät laadun saavutetuksi. Laadua on niistä ominaisuuksista muodostuva kokonaisuus, joihin perustuu tuotteen tai toiminnon kyky täyttää siihen kohdistuvat odotukset (Hokkanen & Strömberg, 2006, 19). Kun asiakkaan odotettu ja koettu laatu kohtaavat, voidaan puhua hyvästä laadusta. Kuvio 1 selventää koetun kokonaislaadun syntymistä. Odotettuun laatuun vaikuttaa useita tekijöitä, joita edellisessä kappaleessa käsiteltiin. Tämä kappale käsittelee mistä syntyy koettu laatu.



Kuvio 1. Koettu kokonaislaatu (Grönroos 2009, 105)

2.2.1. Tekninen ja toiminnallinen laatu

Laatu jaetaan yleisesti tekniseen sekä toiminnalliseen laatuun (Grönroos 2009, 101). 1-2-3 Puhtaita makuja tapahtumassa teknisenä laatuun voidaan nähdä tapahtumassa tarjottava ruoka. Suunnittelin ravintoloiden kanssa, kuka valmistaa mitään annoksia menuun ja kuinka ne sointuvat yhteen, mutta pääasiallinen vastuu niiden laadusta oli ravintoloilla itsellään.

Teknisen laadun lisäksi suuri merkitys on myös toiminnallisella laadulla. Se miten tekninen laatu toimitetaan asiakkaalle on yhtä merkittävässä roolissa (Grönroos 2009, 101). Toiminnallisena laatuun tapahtumassa voidaan nähdä tarjoilijoiden ja muiden työntekijöiden tapa hoitaa tehtävänsä sekä ilmaista itseään.

2.2.2. Totuuden hetket

Laatukokemuksen kannalta ratkaisevaa ovat tilanteet, joissa asiakas on vuorovaikutuksessa eli totuuden hetkissä palvelun kanssa (Richard Normann 1992).

Totuuden hetket ovat tilanteita, joissa asiakas on vuorovaikutuksessa palveluntarjoajan resurssien ja toimintatapojen kanssa (Komppula & Boxberg 2002, 42) . Ne ovat ainutkertaisia mahdollisuuksia ja niiden korjaaminen on vaivalloista. Etenkin pop up –tapahtumissa korjaustoimet ovat miltei mahdottomia, sillä tilanteen korjaamiseksi tarvitaan uusi totuuden hetki.

Päivittäiset katsauksemme yksityiskohtiin ennen kattausta sekä ennakkoon lähettämäni infopaketti työntekijöille varmistivat, että jokaisella työntekijällä oli tarvittavat tiedot ja valmiudet hoitaa totuuden hetket menestyksellisesti sovittujen standardien mukaisesti.

Perjantain osalta tapahtuman totuuden hetkissä jäi runsaasti parantamisen varaa. Syyinä totuuden hetkien epäonnistumiseen oli mm.paikallisesti omaksuttujen työtapojen noudattaminen yhteisessä tapahtumassa, kyseessä on n.k. NIH –ilmiö, johon palaan myöhemmin tekstissä henkilöstöjohtaminen osiossa.

Saimme korjattua tilanteen lauantaille, mutta perjantaina vierailleille asiakkaille pystyimme vain tarjoamaan selityksen, miksi asiat eivät sujuneet toivotunlaisesti.

Katsauksen sisältö:

- PAX-määrä
- Allergiat
- Menu
- Asemat
- Viinit
- Aikataulu

2.2.3. Palvelumaisema

Työntekijöiden käyttäytymisen lisäksi asiakkaiden palvelukokemukseen voivat vaikuttaa muut samaan aikaan palvelua kuluttavat asiakkaat sekä palvelumaisema (Grönroos 2009, 101). 1-2-3 Puhtaita makuja -tapahtumassa tämä vaikutus oli huomioitava erityisen tarkasti. Kellohalli on tilana joka suuntaan avoin ja yhdessä ruokailussa oli noin 170 asiakasta kerralla nauttimassa samaa palvelua saman aikaisesti. Tila antaa kaiken huomion keittiölle, joka nousee ison hallin perällä kuin teatterin näyttämö. Yksi tapahtuman visioista oli luoda illallinen, jossa korostetaan maalaistunnelmaa; jaetaan isoja pöytiä muiden asiakkaiden kanssa ja kannustetaan ennakkoluulottomaan kommunikointiin vieraiden ihmis-

ten kanssa kaikille yhteisen kokemuksen ympäröimänä. Suullisesti tekemäni kyselyn, blogi -kirjoitusten (LIITE 5) sekä Table Onlinen kautta saamiemme palautteiden mukaan perusteella suurin osa asiakkaista piti palvelumaisemaa mielekkäänä.



Kuva 3. Erik Mansikka nostamassa ensimmäistä alkuruokaa Kellohallin avokeittiöstä. Kuva Unto Rautio.

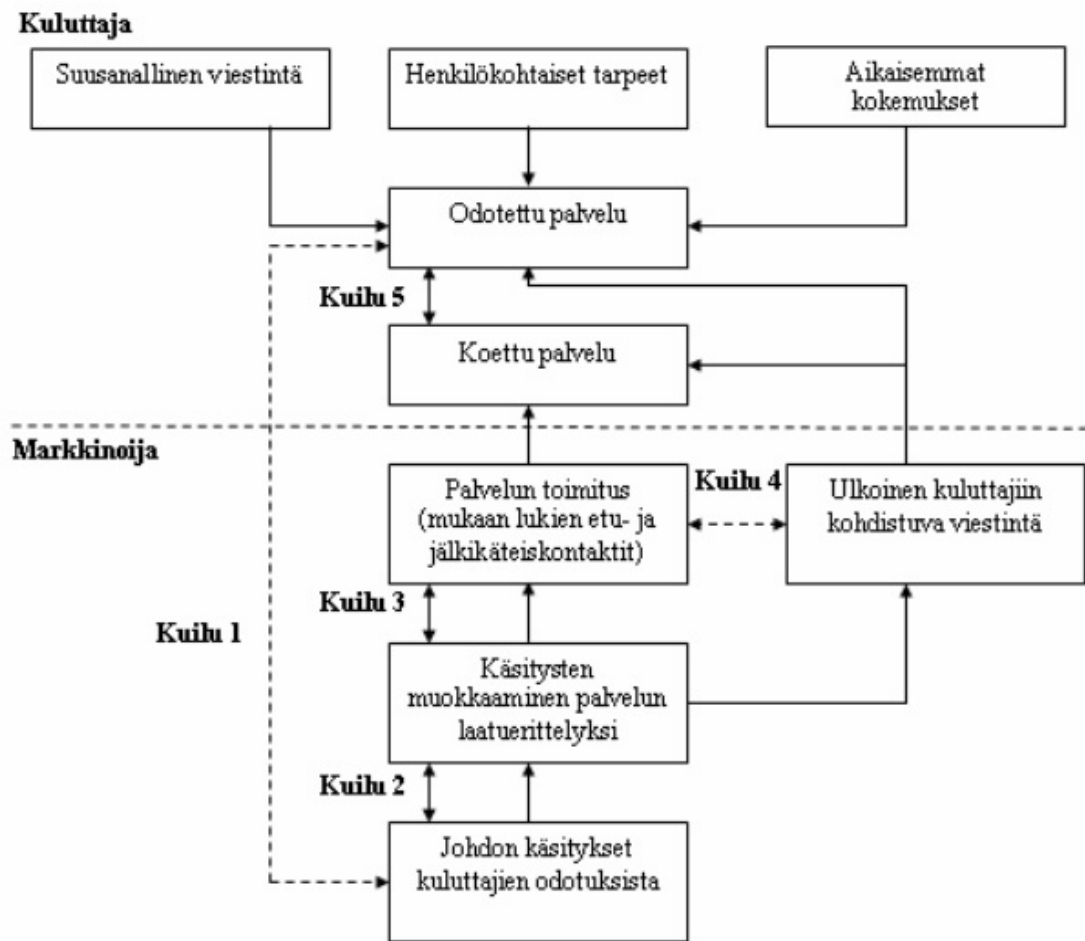


Kuva 4. Noora Sipilä Kellohallin ovella vastaanottamassa asiakkaita. Kuva Unto Rautio.

Kokonaisvaltaisen laadukkaan mielikuvan saavuttamiseksi teknisen, toiminnallisen ja palvelumaiseman laadun pitää olla hyvä ja sen tulee vastata asiakkaan odotuksia (Komppula & Boxberg 2002, 42-43). Huomiota tuli siis kiinnittää asiakkaan odotetun ja koetun laadun välisen kuilun minimoimiseen. Seuraava kappale käsittelee näiden kuilujen ehkäisemistä.

2.2.4. Palvelun kuiluanalyysi

Zeithaml, Berry ja Parasuraman ovat kehittäneet kuiluanalyysimallin, joka kuvaa sitä, kuinka palvelun laatu syntyy monen eri osapuolen toiminnan tuloksena. Malli auttaa analysoimaan laatuongelmien lähteet ja selventämään palvelun laadun parantamiseen tarvittavia keinoja. Malli on esitetty kuviossa 2 (Grönroos 1998, 101)



Kuvio 2. Palvelun kuihuanalyysi (Grönroos 1998, 102).

Analyysi mallintaa kuinka palvelun laatu muodostuu. Kuvion yläosassa on kuluttajaan liittyviä ilmiöitä ja alaosassa palvelun tarjoajaan liittyviä ilmiöitä. Kuluttajan menneet kokemukset, henkilökohtaiset tarpeet ja suusanallinen viestintä vaikuttavat asiakkaan odotuksiin palvelun laadusta. Lisäksi siihen vaikuttaa yrityksen markkinaviestilliset toimenpiteet, joita käsiteltiin osassa 1.

Sisäiset päätökset ja toimenpiteet synnyttävät koetun palvelun. Johdon käsitykset kuluttajien odotuksista ohjaavat palvelun laatuvaatimuksia koskevia päätöksiä.

Palvelua kuluttava asiakas kokee kaksi laadun osaa: toiminnallisen ja teknisen laadun, kuten edellisessä kappaleessa todettiin. Markkinaviestinnän avulla voidaan vaikuttaa niin koettuun kuin odotettuun palveluun.

Kuiluanalyysimallista selviää, mitä toimenpiteitä pitää ottaa huomioon, kun suunnitellaan palvelun laatua. Palvelun kuiluanalyysi kuviossa näkyy viisi laatu-kuilua osien välissä. Laatukuilut johtuvat laadunjohtamisprosessin epäjohtonmukaisuuksista; johdon näkemyksen kuiluista, laatuvaatimusten kuiluista, palvelun toimituksen kuiluista, markkinointiviestinnän kuiluista ja koetun palvelun laadun kuiluista (Grönroos 2009, 144).

Perjantaina kohtasimme kuiluja laadun tuottamisessa, joten lauantaille oli tehtävä nopeita muutoksia. Ongelmamme olivat lähinnä palvelun toimituksen kuiluissa. Palvelun toimituksen kuilu syntyy kun palvelun tuotanto- ja toimitusprosesseissa ei noudateta asetettuja laatuvaatimuksia. Tämä johtui palveluoperaation huonosta johtamisesta sekä tekniikan ja järjestelmien huonosta käyttöönotosta. Varausjärjestelmää luettiin perjantaina pöytäkarttaa tehdessä väärin, jolloin asiakkaille ei ollut pöytää heidän saapuessa ravintolaan. Tilanne onnistuttiin korjaamaan nopeasti ja asiakasta rasittamatta, mutta se hankaloitti aikataulussa pysymistä. Tilausten toimittaminen keittiölle oli epäjohtonmukaista ja –loogista, sillä jokaisella työntekijällä oli oma tyyliinsä kirjoittaa tilaus. Tämä hankaloitti keittiön mahdollisuuksia toimia tehokkaasti. Parantamalla palveluoperaation johtamista (LIITE 6, toimiva tilauslomake) ja lisäämällä sisäistä markkinointia kuroimme kuilut umpeen ja onnistuimme palvelun normalisoinnissa.

Lopullista kuvaa asiakkaiden mieltämästä laadusta pystyimme havainnoimaan yhteistyökumppanimme pöytävarausjärjestelmä Table Onlinen lähettämän arvostelupyynnön avulla. Sähköpostitse lähetetty pyyntö oli vapaamuotoinen arvostelu ravintolakokemuksesta. Osa palautteista kritisoi perjantain pitkää odotusaikaa. Toiset taas näkivät ”kiireettömän” illallisen positiivisena asiana. Kiitosta tuli runsaasti itse tapahtuman järjestämisestä sekä pöytien jakamisesta tuntemattomien kanssa.

3 HENKILÖSTÖJOHTAMINEN

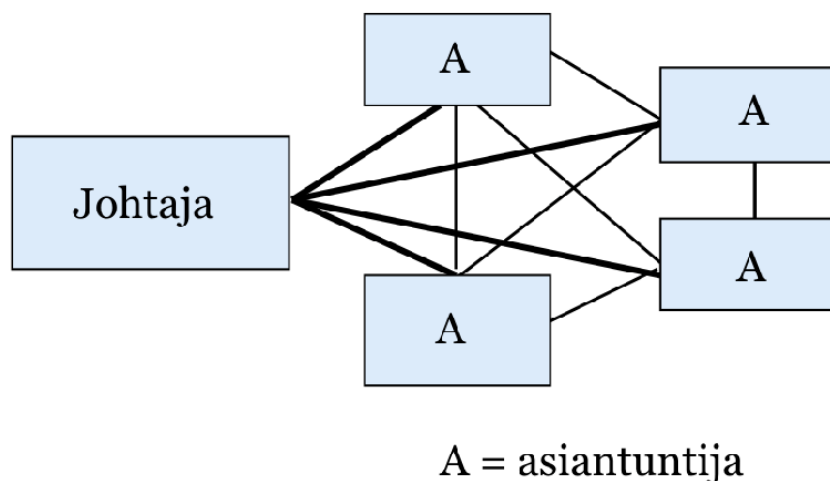
Henkilöstöjohtaminen on prosessi, jonka asiantuntevaan johtamiseen vaaditaan hyvien metodien käyttöä. Suorituksen hyvä johtaminen on tavoitteiden asettamista, palautteen antamista, ohjaamista ja valmentamista sekä kehittämistä (Sydänmaanlakka 2009, 93-102). Jokainen alainen on erilainen ja tämä erilaisuus on huomioitava johtamisessa. Valmiustason mukaan johtaja käyttää erilaisia johtamistyyliä, joita ovat ohjaava, valmentava, osallistuva ja valtuuttava tyyli (Sydänmaanlakka 2009, 103). 1-2-3 Puhtaita makuja -tapahtumassa työskenteli ihmisiä ympäri Suomea, toiset pienistä, toiset suurista ravintoloista, toiset tarjoilijoita, toiset kokkeja, toiset olivat alalla uusia tekijöitä, toiset taas pitkän linjan konkareita. Tämä vaati jokaiselle yksilöllistä ohjaamista ja tiimijohtamiselta selkeää monimuotoisen työympäristön hallintaa. Taulukossa 2 esitetään Sydänmaalakan (2009) näkemys yhdeksästä avaintekijästä yksilön johtamiseen. Nämä avaintekijät ovat sijoitettu eri älykkyyksien alle korostaen, että johtaminen ei ole pelkästään rationaalista toimintaa, vaan tunneälykkyys ja henkinen älykkyys ovat sen tärkeitä osia. Käytännön älykkyys taas ilmenee näiden yhdeksän kohdan tehokkaana toimeenpanona.

Taulukko 1. Yksilöiden johtaminen käytännössä (Sydänmaanlakka 2009, 102).

Rationaalinen älykkyys	Tunneälykkyys	Henkinen älykkyys	Käytännöllinen älykkyys
1. Tavoitteen asettaminen 2. Palautteen antaminen 3. Ohjaus ja valmentaminen 4. Kehittäminen (Suorituksen johtaminen)	5. Tehokas vuorovaikutus <ul style="list-style-type: none"> • Luottamus ja avoimuus • Autenttisuus • Jämäkkyys 	6. Esimerkillä johtaminen 7. Motivointi ja innostaminen 8. Luovuus ja uudistuminen 9. Yksilön kunnioittaminen	Kohtien 1-9 tehokas toimeenpano!

Suorituksen johtamisen perustana on rationaalisen älykkyyden käyttö eli tavoitteiden asettaminen, palautteen antaminen, ohjaaminen sekä valmentaminen ja kehittäminen. Tehokas vuorovaikutus edellyttää puhumista ja kuuntelua; hyvää avointa kommunikaatiota, joka vaatii tunneälykkyyttä. Näin pystymme rakentamaan vuorovaikutussuhteeseen luottamusta. Henkinen älykkyyys aikaansaa motivaatiota omalla esimerkillä johtaen. Se innostaa, kunnioittaa ja luo edellytyksiä luovuuteen.

Kuvio 3 hahmottaa tiimin johtamisen vuorovaikutusta. Johtaja ja asiantuntijat ovat kaikki vuorovaikutuksessa keskenään. Asiantuntijat ovat aktiivisia ja osallistuvat myös johtamiseen. Johtaminen nähdään siis yhteistoimintana ja johtamisen vastuuta on jaettu koko tiimille, vaikka virallinen johtaja edelleen tarvitaankin (Sydänmaanlakka 2009, 104).



Kuvio 3. Tiimin johtaminen (Sydänmaanlakka 2009, 104)

Johtamiseni tapahtumassa oli tiimin johtamista. Tiimi koostuu ihmisistä, jotka ovat sitoutuneita yhteiseen tavoitteeseen ja toimintatapoihin, täydentävät toisiinsa ja kantavat vastuuta (Sydänmaanlakka 2009, 104). Tiimissämme oli koke-

neita ammattilaisia, joten he eivät niinkään vaatineet johtajuudelta ohjausta, ennemminkin hyvää vuorovaikutusta.

3.1. NIH –ilmiö

Yhteisten työtapojen löytäminen tiimin jäsenten välillä ei kuitenkaan tapahtunut helposti ja törmäsimme NIH-ilmiöön (Not Invented Here). NIH-ilmiö (Sydänmaanlakka 2009, 108) viittaa erilaisiin, joskus paikallisiin työtapoihin, jotka saattavat estää yhteisiin tavoitteisiin pääsemistä. Tiimimme koostui ravintola-alan ammattilaisista, jotka kaikki omasivat erilaisen taustan ja kokemuksen ravintola-alalta. Joukossamme oli keittiömestareita, someljereja, ravintola-alalla pitkään vaikuttaneita, mutta myös uusia tekijöitä. NIH -ilmiö tuli esille muun muassa työntekijöiden eroavista käytännöistä toimittaa tilaukset keittiölle ja tavassa esitellä tuotteet asiakkaalle.

Uudet tilat, tuntematon toimintaympäristö ja vieraat toimintamallit ja työyhteisö heikensi työntekijöiden kykyä toimia yhtä tehokkaasti kuin totutussa työympäristössään. Monimuotoinen työyhteisö, tässä tapauksessa osaamisen ja kokemuksen luoma monimuotoisuus, loi runsaasti mahdollisuuksia, mutta asetti myös johtamiselle haasteita. Johtajana NIH-ilmiöiden ymmärtäminen ja nopea ratkominen on ensisijaisen tärkeää, jotta työyhteisö voi nauttia monimuotoisuuden tuomista mahdollisuuksista; joustavuudesta, reagointikyvystä ja innovaatiokyvystä eikä kärsiä sen mahdollisista varjopuolista (Sydänmaanlakka 2009, 107-108). Toimintamallien muuttaminen tehokkaasti ja selkeästi johtamalla mahdollisti lauontain onnistumiset ja toiminnan tehokkuuden nopean nousun. Näin pääsimme käyttämään hyväksi monimuotoisuuden tuomista positiivisista vaikutuksista, kuten reagointikyvystä.

4 POHDINTA

1-2-3 Puhtaita makuja –tapahtuma on syntynyt intohimostani ruokaa, viinejä, laadun ja elämysten tuottamista sekä itseni haastamista kohtaan. Alusta asti uskoin tämän innon, ammatillisen kokemukseni ja intuitioni johdattavan minut oikealle tielle tapahtuman tuottamisen suhteen.

Toiminnallinen osuus on merkittävässä roolissa opinnäytetyössäni. Suuri osa työn liitteistä oli pitkään minulle vain tehtyjä työvaiheita muiden seassa. Tekemisen määrä tapahtuman aikaansaamiseksi oli niin valtava, että omien yksittäisten tuotosten merkitys lopputuloksen syntymiselle monessa kohtaa unohtui. Tapahtuman menestyminen oli todella tärkeää minulle henkilökohtaisesti ja tapa katsoa sitä objektiivisesti tuntui haastavalta. Haastavaa oli myös itselle tutuksi tulleiden toimintamallien analysoiminen, joka vaati syvällisempää pohdintaa ja oman käyttäytymisen havainnointia. Miksi esimerkiksi visuaalisen ilmeen piti näyttää juuri siltä kun se lopullisessa muodossaan näytti ja mistä olen tämän ajatusmallin oppinut? Toistuva tapahtuman tuotoksiin ja toimintamalleihin palaaminen sekä ajan kuluminen ja uudet projektit auttoivat näkemään 1-2-3 Puhtaita makuja – tapahtuman entistä teoreettisemmin ja sen analysointi helpottui. Prosessi on edelleen kesken ja aion palata tuotoksiin vielä uudelleen järjestäessäni tulevia tapahtumia. Mitä enemmän toimintamalleja pystyn avaamaan, sitä paremmat mahdollisuudet minulla ja muilla on oppia ja hyötyä opinnäytetyöstäni.

Opinnäytetyön kokoaminen noin kolme kuukautta itse tapahtuman jälkeen on auttanut minua suuresti päästämään irti tuottamisesta ja katsomaan asioita teoreettisemmin ja akateemisemmin. Tapahtumaa suunniteltaessa luotin pitkälti intuitioni eli oppeihin ja toimintatapoihin, jotka olen omaksunut koulusta ja työelämästä. Reflektoitu tietoperusta rakentuu siis pitkälti ajatusmalleista ja teorioista, jotka olen omaksunut isoksi osaksi ammatillista osaamistani.

Kehittymisen kannalta ja 1-2-3 Puhtaita makuja -tapahtumasta oppimieni virheiden kautta ymmärrän selkeiden prosessien ja niiden kuvaamisen tärkeyden hy-

vän laadun luomisessa. Kehittämällä järjestelmällisen toimintamallin ja prosessikuvion voin varmasti edistää omaa oppimistani, ammattitaitoa ja kykyäni tuottaa entistäkin laadukkaampia tapahtumia jatkossa. Esimerkiksi asiakaspalautteen kerääminen ei ollut missään vaiheessa systemaattista ja tulevaisuudessa siitä on mahdollista tehdä huomattavasti tehokkaampaa kehittämällä selkeä systeemi palautteen keräämiseksi asiakkailta, yhteistyökumppaneilta ja työntekijöiltä..

Työskentelyni tapahtumien tuottamisen parissa tulee siis jatkumaan. Kaikki 1-2-3 Puhtaita makuja –tapahtumassa käyneet onnistumiset ja epäonnistumiset tulevat auttamaan minua tielläni kohti entistä toimivampien ja ammattitaitoisempien tapahtumien johtamista.

LÄHTEET

Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palvelulla. Porvoo: WSOY.

Grönroos, C. (cop. 2007) Service management and marketing : Customer management in service competition (3rd ed). Chichester: Wiley.

Grönroos, C. 2009. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOYpro

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita.

Laiho, S. 2006. Yrityksen visuaalisen linjan tavoiteimagon luominen. Turku: Turun ammattikorkeakoulu.

Loiri, P. & Juholin, E. 1998. HUOM! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Nieminen, T. 2004. Visuaalinen markkinointi. Porvoo: WSOY.

Normann, R. 1992. Service Management. New York: John Wiley & Sons.

Rope, T. & Mether, J. 2001. Tavoitteena menestysbrandi – onnistu mielikuvamarkkinoinnilla. Helsinki: WSOY.

Sutherland, C. 2011. Creating Brand Energy: How to transform your business energy into market power. NSW: The Messenger Group.

Sydänmaanlakka, P. 2009. Jatkuva uudistuminen. Luovuuden ja innovatiivisuuden johtaminen. Helsinki: Talentum.

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä. Merkitys, vaikutus ja keinot. Helsinki: WSOY.

LIKEMERKKI

HELSINGIN
KELLO-
HALLISSA
3.-5.7.2015

1-2-3

PUHTAITA MAKUJA

KASKIS TURKU | GOTO RAUMA | KÖÖKKI FORSSA

SÄHKÖPOSTI

Dear Sir or Madam,

we would like to have lunch in your restaurant on July 5th at 13.30u with a group of 34 Persons. Would that be possible?

I am looking forward to hearing from you,

best regards,

xxxxxxx

--

xxxxxxxxxxx

Studiengangsleitung

School of Architecture

Fakultät Architektur, Bau und Umwelt

Hochschule Bremen

Neustadtswall 30

28199 Bremen

xxxxxxxxxxx

xxxxx@hs-bremen.de

Dear xxxxxx,

I have reserved you 34 seats for the Sunday brunch July 5th. We are still trying to figure out how to send you an invoice.

I'll keep you informed, but most importantly you have the reservation now :)

Have a great weekend and we shall keep in touch!

Best regards,

Noora Sipilä

TIEDOTE

1-2-3 Puhtaita makuja tapahtuman virallinen tiedote.

1-2-3 PUHTAITA MAKUJA

Kaskis, Goto ja Köökki valtaavat Helsingin



Landen parhaat maut saadaan kolmeksi päiväksi Helsingin Kellohalliin 3.-5.7.2015. Makujen takana on Glorian Ruoka & Viini -lehden Suomen paras ravintola -yleisöäänestyksen kolme parasta ja mieleenpainuvinta ravintolaa eli Kaskis Turusta, edesmennyt Goto Raumalta ja Köökki Forssasta.

– Idea Pop Up -ravintolasta lähti liikkeelle siitä hämmästyttävästä tosiasiasta, että äänestyksen kolmen kärki tuli Helsingin ulkopuolelta, sanoo ajatuksen keksinyt ja toteutuksesta vastaava Noora Sipilä ravintola Kaskiksesta.

– Täytyyhän myös helsinkiläisten päästä osaksi Suomen parhaista mauista!

Puhtaat maut tarjoillaan perjantaina 3. heinäkuuta alkaen kuuden ruokalajin menulla viinivalintoineen. Jokainen ravintola vastaa kahdesta annoksesta. Luvassa on rentoa maanläheistä ruokaa hyvällä meiningillä katettuna ja tarjoiltuna.

Lauantaina 4. heinäkuuta on tarjolla kesäistä lounasta grillaten ja chillaten. Illalla tarjoillaan kuuden ruokalajin menu perjantain malliin.

Sunnuntai 5. heinäkuuta omistetaan tietenkin brunssille – viipyilevälle ja kuplivalle nautinnolle.

Illalliselle ja brunssille myydään lippuja Table Online- palvelun kautta ja niitä on vain rajoitettu määrä. Menun hinta on 65 euroa, 3 ruokalajin lounas 35 euroa ja brunssi 45 euroa.

Liput tulevat myyntiin 18. toukokuuta. Linkki varausjärjestelmään löytyy tapahtuman kotisivuilta www.puhtaitamakuja.fi ja tapahtuman Facebook-sivuilta.

Varaa paikkasi sivuilta löytyvästä pöytävarauskalenterista. Kysymykset sekä lisätiedustelut mieluiten sähköpostilla puhtaitamakuja@gmail.com, puheluihin vastaamme paremmin lähempänä tapahtumaa +358 44 955 1599. Varaukset tapahtumaan vain pöytävarauskalenterista, emme vastaanota varauksia puhelimitse tai sähköpostitse.

1-2-3 parasta, olkaa hyvät:

Ravintola Kaskis on tunnettu ja suitsutettu ravintola Turusta. Eikä suotta! Keittiössä ja osakkaana on Erik Mansikka, joka on tunnettu Tuto-fani, mutta myös Vuoden turkulainen , Hells Kitchen voittaja sekä Vuoden Kokki 2013.

Toinen keittiön osakkaista on Simo Raisio, luonnollisesti Raisiosta. Simo on niittänyt kunniaa maailmalla muun muassa Hollannissa kolmen Michelin tähden ravintola Oud Sluississa, mutta myös huippuravintoloissa Australiassa, Tanskassa ja Suomen Helsingissä.

Kaskiksen ovella asiakkaat toivottaa tervetulleeksi ravintolan kolmas osakas Topi Pekkanen. Pieniinkin pöydänväleihin mahtuva, pitkän linjan ravintola-alan ammattilainen Topi vastaa salista ja paljon ylistetyistä viinivalinnoista.

Kaskis on tullut nopeasti tunnetuksi hyvästä ruuasta ja palvelusta, sekä rennosti ilmapiiristä. Ruoka on puhdasta, tulee läheltä ja on turkulaista käsityötä. Lähi-ruokaa ja luomua Kaskiksessa käytetään silloin kun se on hyvän makuista. Villiyrtit ja metsän antimet keittiön pojat keräävät edelleen itse, viime keväisestä mäyrän hyökkäyksestä huolimatta.

Ravintola Goto - Ravintola Goton keittiöstä vastaavat Top Chef voittaja Teemu Laurell sekä keittiömestari Juho Jokela. Goton bändiä täydentävät maailmanmestari kiekkomiehet Petri Vehanen ja Janne Niskala. Salin puolella tunnelmaa nostattavat Timo Elo sekä Ninni Viitanen.

Omistajia yhdistävät intohimo ruokaan, kauniiseen kotikaupunkiinsa, sekä rakkaus Suomen sympaattisimpaan jääkiekkjoukkueeseen Rauman Lukkoon.

Goto tarkoittaa Rauman giälellä kotia. Sellaista kodikasta ja rentoa tunnelmaa Ravintola Goto myös tarjoaa, kuin myös loistavaa ja vedet kielelle herauttavaa ruokaa totta kai!

Ravintola Köökki - Nykyisin yksi hyvistä syistä tulla Vorssaan. Menu vaihtuu koko ajan ja aina – koska lähituotteita käytetään niin paljon kuin mahdollista.

Köökki on Krista Mänttärin sydämen asia – paluumuuttaja Helsingistä Hämeeseen keskittyy nyt vain pieneen kellariravintolaan isojen helsinkiläisten ravintoloiden sijaan. Viinilistakaan ei pysy paikallaan vaan on muuttuva käsite – niin paljon hyvää ja niin vähän aikaa. Onneksi salin puolen sielu ja puhekoneemme Jaana Riiheläinen on aina kartalla juomien ja myös asiakkaittemme suhteen.

Köökissä annokset suunnitellaan yhdessä temperamentistaan tunnetun Liisa Mannisen kanssa, joka vastaa keittiön kurista ja tasosta. Naurua ja itkua ei pidätellä silloin kun ruokaa tehdään tunteella – tämä voisi olla Mannisen slogan. Liisan sykkeessä Salmisen Mika rauhoittaa tilanteen ja tasapaino säilyy kellarimme savuisessa sydämessä. Tässä ravintolassa rehellinen puhdas ruoka on oodimme.

Yhteistyökumppanit toistaiseksi:

TableOnline, Fondberg Oy, Iittala, Saimaan Juomatehdas, BEST WESTERN Hotel Rantapuisto, Saana ja Olli, Mokkapuu

Lisätietoja: Noora Sipilä

puhtaitamakuja@gmail.com

+358 44 955 1599, 1-2-3 Puhtaita makuja

+358 449767930, Noora Sipilä

LEHTIARTIKKELI

1-2-3 Puhtaita makuja tapahtumasta kirjoitettuja lehtiartikkeleita ja blogi-kirjoituksia

Ensimmäinen artikkeli on Ilta-Sanomien Ruokala osiosta.

**Varsinais-Suomen huippukokit Helsinkiin ravintolatapahtumaan:
"Täytyyhän myös helsinkiläisten päästä osaksi Suomen parhaista
mauista!"**

Julkaistu: 27.6.2015 11:55



Turkulainen suosikkiravintola Kaskis pitää kesälomaa 13.7 asti, jonka jälkeen ovat taas auki normaalisti. Kaskiksen herkuja pääsee nauttimaan Puhtaita makuja -tapahtumassa Helsingissä 3.-5.7.2015.

PUHTAITA MAKUJA

Kolmipäiväinen Pop up -ravintolatapahtuma tuo maisteltavaksi puhtaita makuja.

"Lande stadiin" -työnimellä valmisteltu tapahtuma tuo Helsingin Kellohalliin 3.-5.7.2015 suosikkikokkeja Turun suunnalta ja Forssasta.

Mukana hyviä makuja Helsinkiin ovat tuomassa [Erik Mansikka](#) Ravintola Kaskiksesta, [Teemu Laurell](#) ja lisäksi [Krista Mänttari](#) Ravintola Kookista Forssasta.

Ravintolat valikoituivat mukaan tapahtumaan Glorian Ruoka & Viini -lehden Suomen paras ravintola -yleisöäänestyksestä, jossa kolmen parhaan ja mieleenpainuvimman joukkossa olivat turkulainen Kaskis, Forssalainen Kööri ja edesmennyt raumalainen Goto.

Kokki Teemu Laurellin vetämä Goto on lopettanut Raumalla toimintansa kesän alussa.

– Olen tulossa kuitenkin mukaan tapahtumaan hyvällä porukalla kokkaamaan hyvää ruokaa, Laurell kommentoi kesätapahtumaa.

Tapahtuman virallinen nimi on Puhtaita makuja ja se tuo kokit tekemään ruokaa yhdessä henkilökuntansa kanssa kolmeksi päiväksi Helsinkiin.

– Idea pop up -ravintolasta lähti liikkelle siitä hämmästyttävästä tosiasiasta, että äänestyksen kolmen kärki tuli Helsingin ulkopuolelta, sanoo ajatuksen keksinyt ja sen toteutuksesta vastaava **Noora Sipilä** ravintola Kaskiksesta.

– Täytyyhän myös helsinkiläisten päästä osaksi Suomen parhaista mauista, Sipilä jatkaa.

Tapahtumassa on tarjoilla kahtena iltana (pe-la) kuuden ruokalajin menu, keksäinen lounas (la) sekä kupliva brunssi (su). Tapahtumaan ei oteta puhelin- eikä sähköpostivaroituksia. Liput voi lunastaa tapahtuman omilta nettisivuilta.

Sanna Mansikkamäki

BLOGI -KIRJOITUS

Puhtaita makuja

[RUOKA & JUOMA](#)

[Nata - White Trash Disease White Trash Disease](#) 7.7.2015 09:00

Nyt tulee taas sellaista hehkutusta, että kulmakarvat palaa. Lauantai-ilta tuli vietettyä syöden ja juoden todella hyvin Teurastamon Kellohallissa. Paikalla oli Kaskis Turusta, Teemu Laurell jengeineen Raumalta ja Köökki Forssasta. [Puhtaita makuja -tapahtuma](#) järjestettiin tänä kesänä ensimmäistä kertaa ikinä ja ilta oli niin menestyksekkäs, että toivon todella tämän saavan jatkoa. Harvemmin sitä saa näin kovia tekijöitä saman katon alle laittamaan sapuskaa.

Kello 20 pääsimme Juhanin kanssa pöytäämme ja siitä nelisen tuntia eteenpäin eteemme kannettiin toinen toistaan parempia annoksia ja viinejä. Vieraat olivat istutettu isoihin pöytiin ja saimme jakaa iltamme kahden todella mukavan ja ruokafanaattisen pariskunnan kanssa. Alkumaljojen jälkeen yhteinen juttu löytyi ja lähdimme pöydästä lähestulkoon bestiksinä. Siinä mielessä siis myös erittäin onnistunut konsepti, kiitos Kaskiksen Nooralle tästä huikeasta istumajärjestyksestä.



Teemu ja Sinkku-Stencku.



Kaskiksen kalaympyrät valmiina lähtemään pöytiin.



Erik Mansikan selkä ja taustalla Teemu lähettää terveiset WTD:n lukijoille.



Ilta alkoi Teemun vaalealla leivällä ja Köökin mallasleivällä. Näiden kanssa nautittiin ruskistettua voita ja tämän paremmaksi kuulkaas leipä + voi -kombo ei voi mennä. Morjens.



Vanha, kunnon kalaympyrä ei petä koskaan. Olen syönyt tämän annoksen nyt neljä kertaa ja se vain toimii joka ikinen kerta. Piimäkastike keräsi syystäkin keuhuja meidän erittäin ruokaorientoituneessa pöytäseurueessamme.



Toisena annoksena oli Köökin fasaanimakkaraa sekä uusia perunoita yrteillä. Annoksen parhaimmaksi elementiksi nousivat mielettömät, marinoitut sinapinsiemenet, joita olisi voinut olla enemmänkin. Kuuden annoksen illallinen oli niin vahva kokonaisuus, että tämä jäi illan vaisuimmaksi annokseksi, vaikkei ollutkaan varsinaisesti mitään pahaa sanottavaa. Jotakin hapokasta olisin halunnut tähän lisää, hapankaalia esimerkiksi makkaran kaveriksi.



Sitten päästäänkin illan parhaimpaan annokseen. Teemu loihti hyvin yksinkertaisista annoksista mielettömän kokonaisuuden! Lautasella on porkkanaa, vuohenjuustoa ja makeaa granolaa. Balsamico toi annokseen potkua ja pinjansiemenet suutuntumaa. Loistava annos ja täydellinen pari lasissa olleelle sauvignon blancille.



Ennen pääruokia alkoi pelottaa jo, että miten vatsalaukusta löytyy tilaa kaikille näille herkuille. Onneksi tahti oli melko iisi, naureskelin että maalaisilla ei ole mihinkään kiire heh.. Kuuden annoksen menu keittiön tervehdyksineen tarjoiltiin noin neljässä tunnissa, joka on täällä isolla kirkolla aika ennenkuulumatonta. Mukavan virkistävää, sillä usein pidemmät kokonaisuudet juostaan läpi seuraavien asiakkaiden jo odottaessa ravintolan eteisessä. Hitaamman illallisen aikana jäi mukavasti aikaa juoda viiniä, jutella vierustovereille ja fiilistellä ruokaa. Viinipaketin kuusi lasillistakaan eivät nousseet niin pahasti hattuun.

Ensimmäinen lämmin annos oli Kaskiksen kuhaa, varhaisperunaa ja tilli-fenkoli-hollandaisea. Tuo kastike oli kuin taideteos - niin ihanan sileä! Annoksessa oli perinteisiä makuja erittäin hyvin toteutettuna ja varsinkin mausteena olleet sillinpalaset nostivat tämän ihan omaan luokkaansa. Loistava setti!



Sitten olikin illan toisen pääruoan vuoro. Teemun possu oli suussasulavaa ja varhaiskaali suorastaan huusi kesää. Kirsikat sopivat annokseen kuin nyrkki silmään, olisin ottanut niitä enemmänkin. Koko pöytäseurueemme hiljeni annoksen ajaksi, mikä on melko paljon sanottu.



Loppuun vielä erinomainen lopetus illalle. Köökin jälkiruoka nousi myös illan parhaimpien annosten joukkoon ja iso plussa myös viiniparille, mansikkaisen kuohuvalle jälkkäriiniinille (mun suosikkejani!). Lautasella mantelileivos valkosu-
klaalla ja mansikoilla. Kokonaisuus oli todella makea, mutta vain hyvällä tavalla. Tästä jäi todella hyvä mieli. Ja viiniä piti ottaa vähän lisää, niin hyvää se oli.



Loppuun vielä perinteinen #kokkibändäri -yhteiskuva. Pojat osoittaa Sinkku-Stenkkaa, jolla taisi olla viikonlopun mittainen somekamppis. Instagram on uusi Tinder ftw.

KIITOS aivan mielettömästä illasta kaikille asianomaisille! Tämä oli ihan legendaarinen!

Tilauslomake

Pöytä 1, 2, 3, 4 19:00 25 PAX Maukka ja Krista

1 x Kala-allergia: pöytä 2, paikka____

1 x Kasvissyöjä: pöytä 3, paikka____

1 x Ei sipulia: pöytä 4, paikka____

1 x Raskaana: pöytä 4, paikka____

25 x

25 x

25 x

25 x

25 x

25 x