



fot. Fiesta Catering



fot. Fiesta Catering

# CATERING W SŁUŻBIE MARKETINGU

O ile zaplanowanie cateringu – od sporządzenia odpowiedniej oferty, po dobór mebli, zastawy i perfekcyjne przygotowanie menu – jest wynikiem wiedzy i doświadczenia, o tyle wycucie estetyki i stylowa aranżacja cateringu, jest już sztuką. To właśnie ta umiejętność osadzenia kalejdoskopu aromatów w stylowej kreacji, czyni go bardzo atrakcyjnym i cichym narzędziem wspierającym procesy marketingowe.



fot. Fiesta Catering

## Aranżacja na wysoki poziom

Pracując w branży cateringowej już kilkanaście lat, wiemy jak bardzo liczy się, jakość i smak przygotowanego jedzenia, ale też - a może przede wszystkim - sposób jego podania i prezentacji na bufecie. To wszystko, co znajduje się w przestrzeni cateringowej lub będzie miało z nią bezpośrednią konotację, powinno być dopracowane w najdrobniejszych szczegółach, wtedy możemy oczekiwać, że prawo zaspokojenia podstawowej potrzeby, spotka się z osiągnięciem późniejszego zysku. Dobór odpowiednich mebli, wysokiej jakości zastawy a także eleganckie i przyciągające wzrok zaprezentowanie menu na bufecie, jest miarą sukcesu. Wykorzystując nowoczesne oświetlenie (FIESTA catering wprowadziła specjalne światła LED z opcją zmiany barwy w trakcie trwania imprezy) oraz piętrowanie bufetu, znacząco podnosimy wizualny aspekt cateringu. Doskonałość i wyjątkowość usługi cateringowej, nie może jednak odbiegać od stylu całej imprezy – powinna ją subtelnie uzupełniać i wzbogacać. Począwszy od dopasowanych dekoracji na stołach i bufetach, poprzez wygląd serwowanych dań aż po nienagane stroje kelnerskie. Kolor koszuli i spodni, dobrze skrojona kamizelka, designerska muszka oraz szelki, to tylko kilka z propozycji, jakie można wykorzystać w ubiorze kelnerskim. Pomocny i doświadczony kelner w stroju dobrze dobranym do charakteru imprezy, jest nieocenionym ambasadorem marki.

## Catering, jako narzędzie marketingowe

Obecnie niemal każde spotkanie firmowe, branżowe, konferencja lub event nie istnieje bez udziału firm cateringowych. Organizator sam decyduje, jak bardzo wykorzysta potencjał cateringu do wzbudzenia pozytywnego efektu skojarzenia smaku i estetyki jedzenia z marką, konkretnym produktem lub samym wydarzeniem. Synonimem luksusu są produkty, za które musi-

my zapłacić wyższą cenę, ale w zamian wyróżniają się niecodziennym wykonaniem i wyglądem. W przypadku cateringu jest to proces złożony, ale zarazem możliwy do oceny na wszystkich poziomach.

Jedzenie zaspokaja przede wszystkim uczucie głodu, ale w miarę jedzenia, zaczyna się proces prawdziwej degustacji. Uruchamiają się fascynujące doświadczenia smakowe, dotykowe i zapachowe. Czasem sięgamy po ulubione smaki lub zaspokajamy własną ciekawość, biorąc produkty, z którymi dotychczas się nie spotkaliśmy. Zmysł wzroku ma wówczas decydujące znaczenie. Wpływa on nie tylko na wybiórczą ocenę pojedynczych pozycji, ale też na ogólne postrzeganie całej usługi. Wystarczy zatem odpowiednio połączyć strefę poczęstunku z wizerunkiem brandu lub tematyką eventu, aby wzmocnić siłę perswazji. Goście ocenią przede wszystkim swój komfort obcowania z jednym i drugim, dlatego warto dostarczyć im spójnej jakości – tej najwyższej.

## ABC w planowaniu cateringu

Każdy event ma swoją specyfikę i oryginalny charakter, ale są pewne uniwersalne zasady, które można zastosować do wszystkich projektów tak, aby otrzymać zadowalający efekt końcowy.

Jednym z pierwszych pytań podczas przygotowywania oferty na usługę cateringową, jest ustalenie miejsca gdzie dane wydarzenie ma się odbywać. Czy jest to konkretny lokal, plener a może dach budynku wieżowca – takie imprezy też się zdarzają. Wybór miejsca ma kluczowy wpływ na formę usługi cateringowej oraz jej wygląd. Kolacja serwowana podkreśla rangę i podniosłość wydarzenia. Impreza z atrakcjami scenicznymi może mieć formę bufetów z daniami ciepłymi i zimnymi, ze swobodnym dostępem do luźno rozstawionych stołów koktajlowych i podświetlanych sof. Czasami, specyfika miejsca trochę ogranicza swobodę działania i można wówczas zaproponować formę tzw. Flying bufetu. Kelnerzy przenikają pomiędzy uczestnikami eventu i serwują dania bezpośrednio z tac. Jeśli wydarzenie trwa kilka godzin, do-

skonale sprawdzą się oryginalne stacje LIVE COOKING. Jest to ciekawa atrakcja kulinarna, która zazwyczaj skupia wokół siebie zasobne grono uczestników imprezy.

## Kreacja kończy się tam, gdzie zaczyna rutyna

Umiar i wycucie estetyki to coś więcej niż sama wiedza, to jeszcze umiejętność poruszania się w nowatorskim klimacie imprez eventowych. Rynek eventowy jest to rynek wciąż rozwijający się i szukający pewnych nowinek i atrakcji. Ważne, aby nie popaść z jednej strony w rutynę proponując powtarzające się, schematyczne rozwiązania, z drugiej strony chodzi o odpowiedzialność i rozsądne propozycje, adekwatne do możliwości i oczekiwań organizatora. Kluczem do sukcesu jest odpowiednie balansowanie pomiędzy światem realnym i wirtualnym. Powtarzalność imprez w tym samym miejscu i formie, powinna za każdym razem dostarczać pewną dawkę świeżości, aby odnawiać pozytywne skojarzenia i budować nową wartość dla danej marki produktu lub konkretnej firmy. Na ile źródłem tego orzeźwienia będzie catering i jego forma, zależy przede wszystkim od partnerskich relacji i wzajemnego zaufania pomiędzy organizatorem eventu a firmą cateringową.



Ewa Brzostek-Garcińska  
Menadżer ds. Marketingu i PR | Fiesta Catering