



ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ

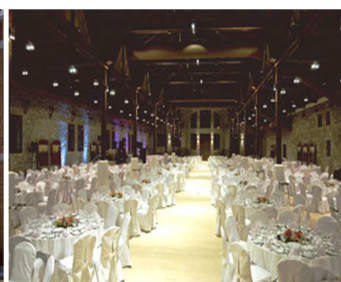
ΙΔΡΥΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Πτυχιακή εργασία

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ BANQUET ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ
ΠΟΛΕΩΣ 5* Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ PORTO PALACE**



Του σπουδαστή

ΑΛΑΟΥΣΣ ΥΑΖΑΝ

(091/04)

Επιβλέποντες :

ΘΕΟΔΩΡΕΛΛΗΣ ΧΑΡΙΛΑΟΣ

ΠΑΛΗΣΙΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ : ΙΟΥΝΙΟΣ 2010

ΠΡΟΛΟΓΟΣ:

Η εργασία αυτή έγινε στα πλαίσια της ανάθεσης της πτυχιακής μου εργασίας από τους κύριους Θεοδωρέλλη Χαρίλαο και Παλησίδη Γεώργιο.

Από την αρχή βρήκα το θέμα 'PORTO PALACE BANQUET' πολύ ενδιαφέρον γιατί ο όρος BANQUET αναμφισβήτητα είναι διαχρονικός μια και έχει βαθιές ρίζες στην ιστορία, από τα Ομηρικά Έπη και τα Συμπόσια του Πλάτωνα... Επιπλέον, το Porto Palace Hotel, αποτελεί ένα από τα καλύτερα Deluxe ξενοδοχεία της Θεσσαλονίκης με ιδιαίτερη έμφαση την εξυπηρέτηση και την άνετη διαμονή του πελάτη.

Ανα τρέχοντας λοιπόν στα στοιχεία, τα οποία συνέλλεξα βάσει βιβλιογραφικών πηγών και διαδικτύου, την εργασία μου αποφάσισα να την χωρίσω σε τρία κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο θεώρησα σωστό να αναφερθώ στα δύο μεγάλα συστήματα ελέγχου τροφίμων και ποτών HACCP και ISO.

Στο δεύτερο παραθέτω στοιχεία για το SERVQUAL και TOTALQUAL, μεθοδολογίες που καθορίζουν τις διαστάσεις της ποιότητας υπηρεσιών.

Κλείνω την εργασία μου με το τρίτο κεφάλαιο και με την πλήρη περιγραφή του PORTO PALACE HOTEL BANQUET.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	Σελίδα
ΚΕΦΑΛΑΙΟ1 HACCP	4
1.1 Περισσότερα για ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ (HACCP)	4-5
1.2ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ HACCP	5
Το ISO 22000-2005	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 SERVQUAL	11
2.1 Εισαγωγή	11
2.2ΜΟΡΦΕΣ, ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ, ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ	12
2.3 ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ	15
2.4 Η Έννοια και το εργαλείο Στρατηγικής “SERVQUAL”	16
2.5 Διαστάσεις Ποιότητας Υπηρεσιών	17
2.6 Έργο και Φάσεις ανάπτυξης μεθοδολογίας “SERVQUAL	21
2.7 Το Μοντέλο “SERVQUAL”	22
2.8 Τα Κενά στην παροχή ποιότητας Υπηρεσιών (Gaps)	24
2.9 Κριτική στο Μοντέλο–SERVQUAL Vs SERVPERFORM	33
2.10 Επίλογος – Συμπεράσματα	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Porto Palace Hotel – Banquet Department	35
3.1 Εισαγωγή	35
3.2 Κριτήρια Επιλογής Menu-Buffer	36
3.3 Στατιστικά Επιλογής Menu1-Buffer1	37
3.4 Αίθουσες –Χώροι Συνεδρίων Και Δεξιώσιων	40
3.5 Πωλητική Banquet	42
3.6 Τα Ποσοστά Των Πωλήσεων Του Χρόνου	45
3.7 Convention & Congress	46
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	47
3.8 Wedding & Social events	78
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ –ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	94

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

HACCP

1.1 Περισσότερα για ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ (HACCP)

Η Υγιεινή των Τροφίμων και των Ποτών αποτελεί σήμερα ένα πολύ επίκαιρο θέμα αφού επηρεάζει άμεσα την «Ποιότητα Ζωής». Με στόχο λοιπόν την διασφάλιση της ανθρώπινης υγείας αλλά και την εξασφάλιση της επιχειρηματικής ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων που έχουν σχέση με τα Τρόφιμα και Ποτά, η ανάπτυξη Συστημάτων HACCP (Ανάλυση Κινδύνων – Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου) αποτελεί απαίτηση. Η Ευρωπαϊκή Ένωση αναγνωρίζοντας την σημασία των προαναφερθέντων εξέδωσε στις 14 Ιουνίου του 1993 την Οδηγία 93/43 ΕΟΚ για την υγιεινή των τροφίμων.

Σύμφωνα με το ΦΕΚ 1219B (04/10/00 – εναρμόνιση προς την 93/43/ ΕΕ), η παρασκευή, μεταποίηση, παραγωγή, συσκευασία, αποθήκευση, μεταφορά, διανομή, διακίνηση και προσφορά προς πώληση ή διάθεση τροφίμων, πρέπει να γίνεται με υγιεινό τρόπο (Άρθρο 3) και οι επιχειρήσεις οφείλουν να διασφαλίζουν με επιστημονικό και τεκμηριωμένο τρόπο την ασφάλεια των προϊόντων που διαθέτουν στην κατανάλωση. Στα πλαίσια της εφαρμογής της παραπάνω οδηγίας οι βιομηχανίες που λειτουργούν στον χώρο των Τροφίμων και Ποτών θα πρέπει να αναπτύξουν και να εφαρμόσουν για κάθε προϊόν που παράγουν ή διαθέτουν στην κατανάλωση μία μελέτη HACCP , η οποία κατ'ελάχιστο θα περιέχει:

- Ανάλυση των πιθανών κινδύνων στις παραγωγικές διεργασίες
- Αναγνώριση των σημείων όπου μπορεί να εμφανιστούν τέτοιοι κίνδυνοι
- Προσδιορισμός των σημείων αυτών
- Προγραμματισμός και εφαρμογή των Διαδικασιών ελέγχου και Επίβλεψης των κρίσιμων αυτών σημείων
- Επανελέγχος του ορθού τρόπου εφαρμογής του Συστήματος HACCP.

Είναι πολύ σημαντικό να έχει συνειδητοποιήσει η εταιρεία ότι η ανάπτυξη και

αποτελεσματική εφαρμογή συστημάτων HACCP στηρίζεται σε εμπεριστατωμένα προγράμματα και μελέτες από ειδικούς και όχι σε σπασμωδικές ή / και πυροσβεστικές κινήσεις που συνήθως οδηγούν σε τελικό αποτέλεσμα εκτός προδιαγραφών.

1.2 ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ HACCP

- Πιο αποτελεσματικές και λειτουργικές διεργασίες (πάντα κοστίζει λιγότερο όταν τα πράγματα γίνονται σωστά την πρώτη φορά)
- Μεγαλύτερος βαθμός εμπιστοσύνης στην ασφάλεια του προϊόντος.
- Μεγαλύτερη ικανοποίηση πελατών (μικρότερος αριθμός παραπόνων)
- Η εκπαίδευση βοηθάει τους εργαζόμενους να είναι ενήμεροι για τους κινδύνους που εγκυμονούν έτσι ώστε τάσεις απόκλισης από τις προδιαγεγραμμένες απαιτήσεις να αντιμετωπίζονται άμεσα και αποτελεσματικά.
- Η εφαρμογή των προαπαιτούμενων προγραμμάτων και του ελέγχου των εισερχομένων (πρώτες ύλες, υλικά συσκευασίας κτλ.) εμποδίζουν την ενσωμάτωση ενός κινδύνου στις διεργασίες.
- Η συνεχής παρακολούθηση των διεργασιών εμποδίζει την εξάπλωση των προβλημάτων με λιγότερες απώλειες από αστοχίες (επανεξέταση, απόρριψη προϊόντων, ανάκληση, έγκαιρη παράδοση, κέρδος σε εργατοώρες).
- Η τήρηση και ανασκόπηση των αρχείων αυξάνουν το αίσθημα ευθύνης των εργαζομένων και τους βοηθούν να συνειδητοποιήσουν τη σημασία της ασφάλειας του προϊόντος .
- Η επιβεβαίωση και η επικύρωση των δραστηριοτήτων παρέχουν στη διοίκηση αφ'ενός τη δυνατότητα ελέγχου των διεργασιών και αφ' ετέρου την έγγραφη απόδειξη της ασφάλειας του προϊόντος.

ISO 22000 -2005

Συστήματα Διαχείρισης της Ασφάλειας Τροφίμων – Ανάλυση Κινδύνων και Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου (HACCP)

Το ISO 22000 είναι ένα Διεθνές Σύστημα διαχείρισης της ασφάλειας των τροφίμων που έχει αντικαταστήσει το Ελληνικό πρότυπο ΕΛΟΤ 1416. Στόχος είναι η διασφάλιση της ασφάλειας των τροφίμων, δηλαδή η επίτευξη προϊόντων διατροφής ασφαλών για την υγεία του καταναλωτή. Το Σύστημα μπορεί να εφαρμοστεί σε επιχειρήσεις όλων των μεγεθών και των ειδών διατροφής.

Βάσει του ισχύοντος, πλέον, Κανονισμού 852/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και Συμβουλίου, που αντικαθιστά την Οδηγία 93/43/ΕΟΚ απαιτείται η εφαρμογή, η διατήρηση και η αναθεώρηση ενός Συστήματος Διαχείρισης της Ασφάλειας Τροφίμων, στο οποίο περιλαμβάνεται η Ανάλυση Κινδύνων και Κρισίμων Σημείων Ελέγχου (HACCP) για τις επιχειρήσεις που :

- Παρασκευάζουν
- Μεταποιούν
- Παράγουν
- Συσκευάζουν
- Αποθηκεύουν
- Μεταφέρουν
- Διανέμουν
- Διακινούν
- Προσφέρουν προς πώληση τρόφιμα

Περιλαμβάνονται δηλαδή συσκευαστήρια, βιομηχανίες τροφίμων, εστιατόρια, υπεραγορές catering, ξενοδοχεία που διαθέτουν χώρους μαζικής εστίασης κ.λ.π.

Τα οφέλη από την εγκατάσταση και πιστοποίηση Συστήματος Διαχείρισης Ασφάλειας Τροφίμων συνοψίζονται στα ακόλουθα:

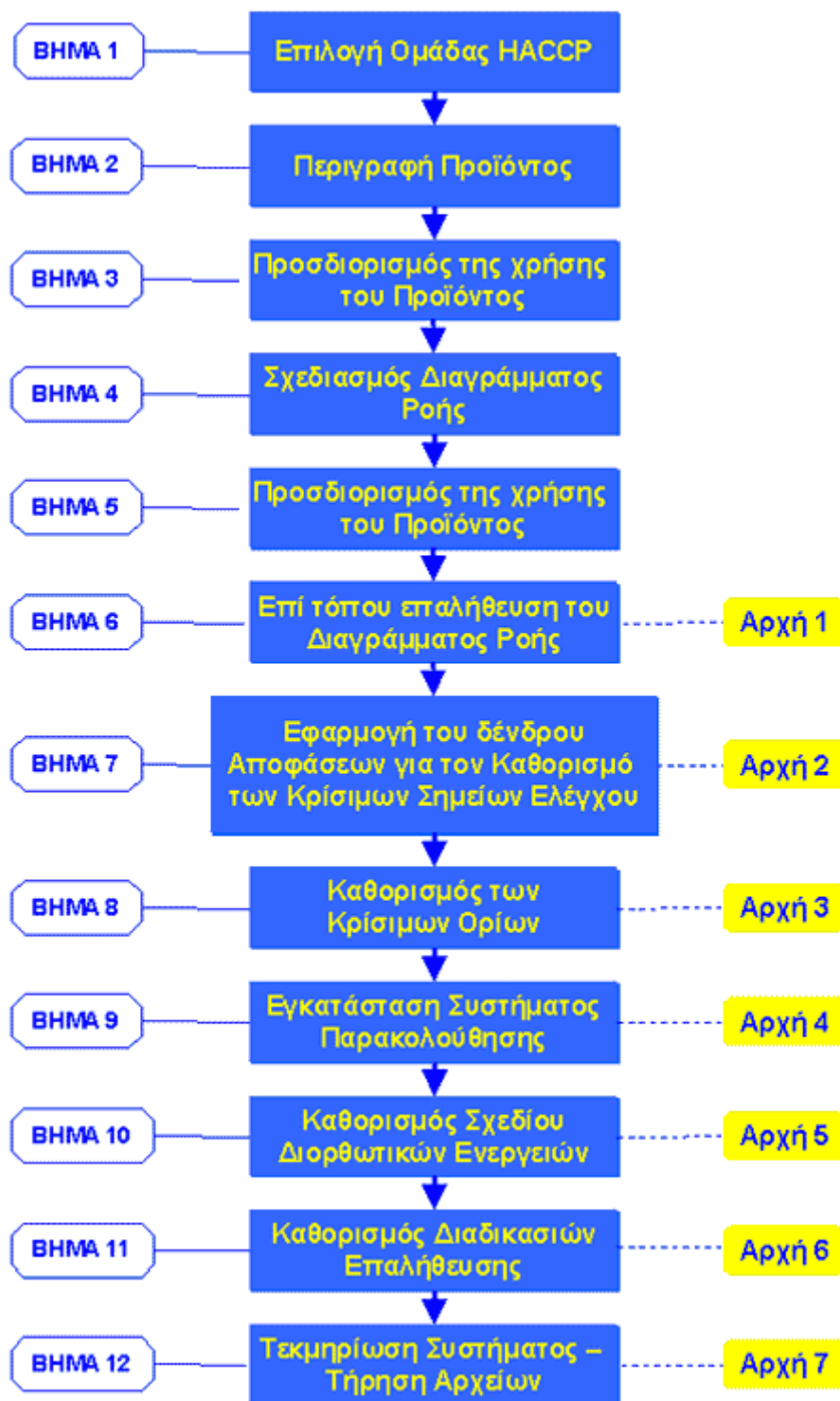
- Ενισχύεται η φήμη της εταιρείας ως προς τη δυνατότητα της να προστατεύσει την υγεία του καταναλωτή

- Με την εφαρμογή προληπτικών μέτρων, μειώνεται το κόστος παραγωγής λόγω της μείωσης απορρίψεων παρτίδων προϊόντων
- Αποκτά η επιχείρηση σοβαρό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών στις εξαγωγικές δραστηριότητες καθώς ανοίγονται ευκαιρίες για διείσδυση σε διεθνείς αγορές.
- Παρέχονται αποδείξεις στις αρμόδιες αρχές συμμόρφωσης με τη νομοθεσία.
- Αποδεικνύεται η ευαισθησία της επιχείρησης για την προστασία της δημόσιας υγείας και η ικανότητα της να παράγει ασφαλή τρόφιμα.

Αποτελεί απαίτηση των πελατών ως εγγύηση ασφαλείας των προϊόντων, καθώς πρόκειται για ένα έγκυρο σύστημα που διαχειρίζεται την ασφάλεια των τροφίμων (όλο και περισσότερες επιχειρήσεις απαιτούν από τους προμηθευτές τους να διαθέτουν πιστοποιημένο σύστημα HACCP).

Τα βήματα που ακολουθούνται για την εφαρμογή του Συστήματος Διαχείρισης Ασφάλειας Τροφίμων είναι τα προτεινόμενα από την επιτροπή Codex Alimentarius και παρουσιάζονται στο σχήμα που ακολουθεί.

Οι 7 αρχές συνιστούν απαραίτητα δομικά στοιχεία του Συστήματος. :



To ISO 22000

Αποτελεί ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο, για τη Διαχείριση της Ασφάλειας των Τροφίμων. Όταν στο εφαρμοζόμενο σύστημα συμπεριληφθούν και οι κανόνες Ορθής Βιομηχανικής Πρακτικής (GMP) και Ορθής Υγιεινής Πρακτικής (GHP) η επιχείρηση διαθέτει ένα ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης της ποιότητας και της ασφάλειας των τροφίμων. Ειδικά, για τις γεωργικές εκμεταλλεύσεις οποιουδήποτε μεγέθους εφαρμόζονται τα Συστήματα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης (ΣΟΔ) AGRO 2-1 και 2-2. Στόχος είναι η διασφάλιση της ποιότητας και της ασφάλειας των προϊόντων με σεβασμό στο περιβάλλον, χρησιμοποιώντας κατάλληλα διαμορφωμένη παραγωγική διαδικασία. Ο ανταγωνισμός, οι απαιτήσεις των πελατών και η ανάγκη των λιανέμπορων να έχουν ένα σύστημα που να πιστοποιεί την ασφάλεια των τροφίμων μέσα από ένα διεθνώς αναγνωρισμένο πλαίσιο οδήγησε στο GFSI (Global Food Safety Initiative). Τρία πρότυπα ικανοποιούν τις απαιτήσεις του GFSI. Το BRC, το IFS και το HACCP. Για τις εταιρίες που διαθέτουν επώνυμα είδη στο λιανεμπόριο και επιθυμούν να πιστοποιήσουν το σύστημα διαχείρισης της ποιότητάς τους υπάρχει το σύστημα από το BRC (British Retail Consortium). Το πρότυπο αποτελεί συνδυασμό του ISO 9001:2000 και του HACCP με ιδιαίτερη έμφαση στον έλεγχο των φυσικών κινδύνων που απορρέουν κυρίως από τα υλικά συσκευασίας και τη διαχείριση των τροφίμων. Το πρότυπο χωρίζεται σε έξι κεφάλαια: Σύστημα HACCP, Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας, Κτιριακές Εγκαταστάσεις, Έλεγχος Προϊόντος, Έλεγχος Διεργασιών, Προσωπικό. Η πιστοποίηση εξασφαλίζει τις εταιρίες ως προς την επιλογή των προμηθευτών και την ικανοποίηση του πελάτη.

Το IFS (International Food Standard) αναπτύχθηκε από Γερμανούς και Γάλλους λιανέμπορους. Το πρότυπο αποτελεί συνδυασμό του ISO 9001:2000 και του HACCP με ιδιαίτερη έμφαση στον έλεγχο των φυσικών κινδύνων, που απορρέουν κυρίως από τα υλικά συσκευασίας και τη διαχείριση των τροφίμων. Υπάρχουν πέντε βασικά κεφάλαια: η Διαχείριση του Συστήματος Ποιότητας, η Ευθύνη της Διοίκησης, η Διαχείριση των Πόρων, η Υλοποίηση του Προϊόντος, και η Μέτρηση, Ανάλυση και Βελτίωση. Το πρότυπο αφορά, κυρίως, τους προμηθευτές τροφίμων, που είναι μέλη του Γαλλικού και του Γερμανικού συνδέσμου λιανέμπορων και επιχειρήσεις που τυποποιούν ή συσκευάζουν τρόφιμα για μεγάλες αλυσίδες πώλησης τροφίμων. Τα οφέλη που μπορεί να έχει μία επιχείρηση από το IFS είναι: η Μείωση του Κόστους, η Ανταγωνιστικότητα, το Marketing, η Ικανοποίηση του Πελάτη.

Το πρότυπο EUREPGAP είναι συμπληρωματικό και αφορά στη διασφάλιση της ποιότητας των τροφίμων γεωργικής παραγωγής χρησιμοποιώντας ορθές γεωργικές πρακτικές (Good Agricultural Practices). Καλύπτει τη διαδρομή του τροφίμου από την παραγωγή του στον αγρό μέχρι το συσκευαστήριο, όπου το διαδέχεται το BRC, το IFS ή το HACCP, πλέον ISO 22000.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

SERVQUAL

2.1 Εισαγωγή

Η θεωρία και η πρακτική του Μάρκετινγκ αρχικά αναπτύχθηκε βασιζόμενη στα φυσικά αγαθά όπως π.χ τα αυτοκίνητα, τα τρόφιμα, τα ποτά, τα καλλυντικά, τα ηλεκτρονικά και άλλα παρα πολλά καταναλωτικά προϊόντα της αγοράς. Ομως, μία απο τις μεγαλύτερες τάσεις τις τελευταίες δεκαετίες ήταν η μεγάλη και ραγδαία ανάπτυξη των υπηρεσιών. Στις ΗΠΑ απο στοιχεία των τελευταίων χρόνων οι υπηρεσίες αποτελούν το 79% των θέσεων εργασίας και το 74% του ΑΕΠ.

Τα τελευταία τουλάχιστον 20 χρόνια η ανάπτυξη των υπηρεσιών και η σταδιακή αύξηση των ποσοστών απασχόλησης με τους τομείς αυτούς οδήγησαν στην ανάπτυξη του ενδιαφέροντος αντιμετώπισης των ειδικών προβλημάτων στον τομέα Μάρκετινγκ των Υπηρεσιών.

Στην παρούσα μελέτη και στα κεφάλαια που θα ακολουθήσουν θα δούμε συνοπτικά τον ορισμό, την φύση, τα χαρακτηριστικά και τις στρατηγικές Μάρκετινγκ των Υπηρεσιών και θα επικεντρωθούμε σε μία απο αυτές τις στρατηγικές, που είναι η Διαχείριση της Ποιότητας των Υπηρεσιών.

Στη στρατηγική αυτή θα αναλύσουμε σε βάθος το γνωστό μοντέλο **'SERVQUAL'**, που αποτελεί μεθοδολογία και ταυτόχρονα εργαλείο ανάλυσης, ανάπτυξης και μέτρησης της ποιότητας των υπηρεσιών, που μπορεί να προσφέρει σήμερα ένας οργανισμός προς τους πελάτες του προκειμένου αυτοί να είναι ευχαριστημένοι και πιστοί τόσο στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που διέπουν αυτά πριν και μετα την πώληση τους όσο και στις καθαρές μορφές υπηρεσιών χωρίς την πώληση απτών αγαθών.

Τέλος, θα δούμε την κριτική που έχει γίνει για το μοντέλο αυτό με παρουσίαση μιας άλλης εκδοχής, του "Servperform", που εστιάζεται κυρίως στην απόδοση των υπηρεσιών παρά στην ικανοποίηση των προσδοκιών των πελατών.

2.2 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ :

ΜΟΡΦΕΣ, ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ, ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ

Η Υπηρεσία σαν ορισμός αποτελεί μια οποιαδήποτε πράξη, έργο ή παράσταση που στην ουσία είναι κυρίως σε μία μη απτή μορφή και την οποία κάποιιο συμβαλλόμενο μέρος παρέχει σε κάποιο άλλο και δεν καταλήγει στην απόκτηση ιδιοκτησίας της. Η υλοποίηση της μπορεί να συνδέεται αλλά μπορεί και όχι με κάποιο φυσικό προϊόν.

Οι τομείς στους οποίους παρέχονται υπηρεσίες σήμερα είναι πάρα πολλοί, μερικά παραδείγματα εκ των οποίων είναι :

- Δημόσιος Τομέας με υπηρεσίες όπως δικαστικές, εργασιακές, νοσοκομειακές, εκπαιδευτικές, στρατιωτικές, ταχυδρομικές, προστασίας των πολιτών (αστυνομία, πυροσβεστική) κλπ κλπ
- Ιδιωτικός μη κερδοσκοπικός τομέας με υπηρεσίες όπως είναι τα μουσεία, φιλανθρωπικά ιδρύματα, εκκλησίες, διάφορα ιδρύματα κλπ
- Επιχειρησιακός Τομέας με υπηρεσίες στις αεροπορικές γραμμές και γενικότερα στις μεταφορές, στις τράπεζες, στα ξενοδοχεία, σε ασφαλιστικές εταιρίες, σε εταιρίες συμβούλων και πληροφορικής, σε λογιστικά γραφεία, σε μεσιτικές εταιρίες, σε δικηγορικά γραφεία, στις τηλεπικοινωνίες, στις επισκευές αυτ/των κλπ κλπ

Οι μορφές των Υπηρεσιών που συνήθως συναντάμε κατατάσσονται σε 4 μεγάλες κατηγορίες (categories of service mix) που είναι :

- Φυσικά προϊόντα που συνοδεύονται απο υπηρεσίες, μία ή περισσότερες όπως είναι η μεταφορά και η παράδοση, η συντήρηση, η υποστήριξη, η κάλυψη εγγύησης, η επισκευή κλπ αυτών των αγαθών πριν αλλά κυρίως μετά την πώληση τους.
- Υβριδικές Υπηρεσίες που αντιστοιχούν εξίσου με την παροχή φυσικών αγαθών όπως π.χ είναι η παροχή φαγητού και υπηρεσιών σε εστιατόρια
- Υπηρεσίες που συνοδεύουν φυσικά προϊόντα ή άλλες υπηρεσίες, στις οποίες κυριαρχεί η πρωταρχική υπηρεσία η οποία συνοδεύεται απο πρόσθετες/συμπληρωματικές υπηρεσίες ή/και φυσικά προϊόντα. Πάραδειγμα αποτελούν οι αεροπορικές εταιρίες που η βασική υπηρεσία που προσφέρουν είναι

η αερομεταφορά των επιβατών αλλά που όμως επιπρόσθετα παρέχουν φαγητό, ποτά, πώληση αφορολόγητων ειδών κλπ καθώς και υπηρεσίες εξυπηρέτησης των επιβατών μέσω του προσωπικού τους.

- **Καθαρόαιμες Υπηρεσίες** που δεν συνοδεύονται με φυσικά αγαθά ή άλλες υπηρεσίες όπως π.χ είναι η φυσιοθεραπεία, το baby-sitting, η επίσκεψη σε γιατρό, δικηγόρο, συμβολαιογράφο κλπ

Τα χαρακτηριστικά των Υπηρεσιών σε αντίθεση με τα φυσικά αγαθά είναι 4 :

- **Η έλλειψη απτότητας (Intangibility)** : Σε αντίθεση με τα φυσικά προϊόντα οι Υπηρεσίες δέν είναι συνήθως απτές, που σημαίνει ότι πριν αγοραστούν δεν μπορούμε να τις δούμε, να τις γευθούμε, να τις ακούσουμε, να τις αισθανθούμε κλπ. Το αποτέλεσμα π.χ μιας θεραπείας ενός ασθενή που παρέχεται σαν υπηρεσία απο τον γιατρό του δεν είναι εκ των προτέρων γνωστή. Για να μειωθεί αυτή η αβεβαιότητα οι αγοραστές των υπηρεσιών ψάχνουν για στοιχεία και ενδείξεις που αφορούν την ποιότητα των υπηρεσιών. Τα στοιχεία απο τα οποία αντλούνται οι επιροές είναι ο τόπος, οι άνθρωποι, ο εξοπλισμός, το υλικό επικοινωνίας, τα σύμβολα και η τιμή στην οποία προσφέρεται κάθε υπηρεσία.
- **Η έλλειψη διαιρετότητας (Inseparability)** : Οι υπηρεσίες συνήθως παράγονται και καταναλώνονται ταυτόχρονα, σε αντίθεση με τα φυσικά προϊόντα που παράγονται και στη συνέχεια αποθηκεύονται, διανέμονται μέσω διαφόρων πιθανώς μεσαζόντων και καταναλώνονται αργότερα απο τους αγοραστές. Ο παραγωγός και ο αποδέκτης της υπηρεσίας συμμετέχουν συνήθως για το τελικό αποτέλεσμα της υπηρεσίας και αμφότεροι μπορεί με τη συμμετοχή τους να το επηρεάσουν.
- **Μεταβλητότητα (Variability)** : Λόγω του ότι οι υπηρεσίες εξαρτώνται απο πού (τόπος), απο ποιόν(άνθρωποι), απο το πώς (μέσα και εξοπλισμός), απο το πόσο(τιμή) και πότε παρέχονται, για τον λόγο αυτό είναι και μεταβλητές. Οι αγοραστές είναι γνώστες της ύπαρξης αυτής της μεταβλητότητας και γιαυτό συχνά ομιλούν σε άλλους για τις υπηρεσίες που έλαβαν είτε συστήνοντας είτε αποθαρρύνοντας αυτούς να γίνουν και αυτοί αποδέκτες. Αυτή είναι και η λεγόμενη “word of mouth” έννοια στο μάρκετινγκ.
- **Φθαρτότητα (Perishability)** : Οι υπηρεσίες δέν μπορούν να αποθηκευτούν όπως τα φυσικά προϊόντα. Κατα συνέπεια δεν υπάρχει μεν το χαρακτηριστικό της φθοράς που προκύπτει απο την αποθήκευση όπως συμβαίνει με τα φυσικά

προϊόντα αλλά όμως υπάρχει το χαρακτηριστικό της φθοράς της υπηρεσίας που προκύπτει από την κάλυψη της με το σωστό τρόπο και τη σωστή χρονική στιγμή που υπάρχει η ζήτηση εξυπηρέτησης. (προσφορά έναντι ζήτησης). Όταν η ζήτηση είναι σταθερή δεν υπάρχουν προβλήματα φθαρτότητας, τα προβλήματα δημιουργούνται όταν υπάρχουν διακυμάνσεις στη ζήτηση π.χ σε χρονικές περιόδους αιχμής κλπ όπως είναι επι παραδείγματι οι υπηρεσίες μέσω μεταφοράς επιβατών σε ώρες αιχμής της ημέρας ή περιόδους όπως Πάσχα, Γιορτές, Τριήμερα κλπ

Οι Στρατηγικές Μάρκετινγκ των Υπηρεσιών

αναπτύχθηκαν πολύ αργότερα από τις στρατηγικές εκείνες που αφορούσαν τα φυσικά αγαθά.

Στις γνωστές 4 προσεγγίσεις του Μάρκετινγκ για τα φυσικά προϊόντα, γνωστές σαν 4P (Place, Product, Promotion, Price), προστέθηκαν 3 ακόμη P για την κάλυψη και των υπηρεσιών και αυτές είναι People(άνθρωποι), Physical Evidence (Φυσική παρουσία) και Process (Διαδικασία).

Οι στρατηγικές που έχει να διαχειριστεί ένας οργανισμός παροχής υπηρεσιών σήμερα είναι τρεις :

- **ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ** : Συχνά αντιμετωπίζεται το πρόβλημα για το πώς θα υπάρξει διαφοροποίηση στην κάθε υπηρεσία. Οι πιο γνωστοί τρόποι διαφοροποίησης είναι η τιμή, η προσφορά καινοτομικών χαρακτηριστικών και συμπληρωματικών υπηρεσιών και αγαθών, η παράδοση με ελκυστικούς και ειδικά εκπαιδευμένους τρόπους και τέλος η εικόνα/ παρουσία (το image δηλ.) μέσω συμβόλων, φίρμας και ειδικής προβολής του παρόχου και της κάθε υπηρεσίας.
- **ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ** : Υπάρχουν 7 προσεγγίσεις για την αύξηση παραγωγικότητας των υπηρεσιών : Ανάπτυξη δεξιοτήτων εργαζομένων, Αύξηση του αριθμού υπηρεσιών έναντι μερικής μείωσης της ποιότητας (π.χ ποιο πολλούς ασθενείς με λιγότερο χρόνο διάθεσης στον κάθε έναν), Βιομηχανοποίηση της υπηρεσίας με αυτοματοποίηση και τυποποίηση μέσω εξοπλισμού και σύγχρονων μεθόδων, Μείωση ή απαρχείωση της υπηρεσίας με την αντικατάσταση της από προιοντική λύση, Σχεδίαση αποτελεσματικής υπηρεσίας, η προβολή κινήτρων

στους πελάτες για αντικατάσταση του εργατικού δυναμικού τους, η ανάπτυξη και η διάθεση της τεχνολογίας και της διαχείρισης της πληροφορίας απευθείας στους πελάτες.

- **ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ** : Μια επιχείρηση παροχής υπηρεσιών μπορεί να πετύχει και να κερδίσει όταν και μόνον όταν παρέχει υψηλότερης ποιότητας υπηρεσίες από τους ανταγωνιστές της και όταν υπερκαλύπτει τις προσδοκίες των πελατών, στην αγορά και στον κλάδο των υπηρεσιών που δραστηριοποιείται. Οι προσδοκίες των πελατών σχηματίζονται από την προηγούμενη τους εμπειρία, από την επιροή των άλλων (word of mouth) και από τις προσωπικές ανάγκες. Μετά την λήψη κάθε υπηρεσίας οι πελάτες συγκρίνουν συνήθως την προσδοκώμενη έναντι της παρεχόμενης υπηρεσίας. Εάν αυτές συμφωνούν ή η παρεχόμενη είναι μεγαλύτερη της αναμενόμενης τότε οι πελάτες θα ξαναχρησιμοποιήσουν τον ίδιο πάροχο. Ένα σημαντικό μοντέλο που αναπτύχθηκε για την ποιότητα των υπηρεσιών είναι το “Servqual” που θα δούμε αναλυτικά στη συνέχεια.

2.3 ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

Η έννοια της ικανοποίησης του πελάτη έχει αλλάξει στο πέρασμα των χρόνων. Αρχικά, η ικανοποίηση του πελάτη πιστευόταν ότι είχε σχέση με την αξιολόγηση της υπηρεσίας των πελατών. Τώρα πλέον, οι υπαινιγμοί της ικανοποίησης των πελατών είναι πιο πολύπλοκοι για τον κόσμο των επιχειρήσεων. Προς το παρόν, και με πολλούς τρόπους, η ικανοποίηση των πελατών στον κόσμο των επιχειρήσεων εξισώνεται με το κέρδος.

Γενικά, η ικανοποίηση του πελάτη μπορεί να εξεταστεί με πολλούς διαφορετικούς τρόπους και με πολλές διαφορετικές προσεγγίσεις.

Πολλοί σχετίζουν την εξυπηρέτηση πελατών με οικονομικές εξισώσεις. Άλλοι βλέπουν την ικανοποίηση του πελάτη σαν απλή τριάδα αξίας, εξυπηρέτησης και ποιότητας.

Η ικανοποίηση του πελάτη εξετάζεται λοιπόν είτε από πρακτική είτε από ακαδημαϊκή σκοπιά. Η ακαδημαϊκή σκοπιά αφήνει απέξω τις προσδοκίες συμπεριφοράς του πελάτη, η πρακτική σκοπιά έχει πάρα πολλές μεταβλητές. Άλλες είναι σημαντικές, άλλες όχι. Το υπόβαθρο των πελατών δεν λαμβάνεται υπόψη.

Αυτοί που ασχολούνται με το θέμα από πρακτική σκοπιά θέλουν να κάνουν την κατάσταση της ικανοποίησης των πελατών όσο πιο εύκολη και κατανοητή γίνεται. Δεν

χρειάζεται να ξοδεύουν τον χρόνο και το χρήμα και συχνά δεν κατέχουν τα ποσά για να τα διαθέσουν σε έρευνες για την ικανοποίηση των πελατών. Σύντομες και γρήγορες μετρήσεις της ικανοποίησης των πελατών μπορεί να δημιουργήσουν δεδομένα που θα οδηγήσουν την εταιρία σε λάθος εκτίμηση και κατεύθυνση που μακροπρόθεσμα μπορεί να προκαλέσει καταστροφικά αποτελέσματα.

Έχουν γίνει ανάλογες έρευνες όσον αφορά την στρέβλωση των αποτελεσμάτων στην μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών. Ο Peterson εξέτασε διάφορα χαρακτηριστικά στην μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών που στρέβλωσαν σημαντικά τα αποτελέσματα.

2.4 Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ “SERVQUAL”

Όπως αναφέραμε πιο πάνω μια από τις τρεις στρατηγικές Μάρκετινγκ των Υπηρεσιών είναι η Διαχείριση της Ποιότητας των Υπηρεσιών και αυτή καλύπτεται από το γνωστό μοντέλο-εργαλείο “SERVQUAL”.

Η ονομασία “SERVQUAL” σημαίνει SERVICE QUALITY, δηλ ποιότητα υπηρεσιών. Η Ποιότητα υπηρεσιών είναι μια γενική μέθοδος για την μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών ως διαφορά μεταξύ της απόδοσης που αναμένεται από τους πελάτες και της απόδοσης που δίνεται πραγματικά. Από αυτήν την διαφορά μετράται η ικανοποίηση των πελατών.

Το μοντέλο SERVQUAL αναπτύχθηκε από τους Zeithaml, Parasuraman και Berry.

Η μεθοδολογία SERVQUAL είναι ένα ανεκτίμητο εργαλείο των οργανισμών για να κατανοήσουν καλύτερα τι εκτιμούν οι πελάτες και πόσο καλά οι ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις καλύπτουν τις ανάγκες και τις προσδοκίες των πελατών.

Η SERVQUAL παρέχει ένα σχέδιο που βασίζεται στις απόψεις των πελατών για μια επιχείρηση(αξιολόγηση επιχείρηση, για την ακρίβεια),στην σπουδαιότητα της αξιολόγησης των βασικών πόρων, και στην σύγκριση μεταξύ του τι πιστεύουν οι εργαζόμενοι και τι νιώθουν οι πελάτες. Παρέχει επίσης αναλυτικές πληροφορίες σχετικά :

- Με τις προοπτικές για υπηρεσία που έχουν οι πελάτες
- Με τα επίπεδα απόδοσης της επιχείρησης όπως τα αντιλαμβάνονται οι πελάτες
- Με τα σχόλια και τις προτάσεις πελατών

- Με τις εντυπώσεις υπαλλήλων με σεβασμό στις προσδοκίες των πελατών και την ικανοποίησή τους.

Η Ποιότητα Υπηρεσιών έχει αποδειχθεί ότι είναι ένα απλό αλλά αποτελεσματικό εργαλείο για πολλούς οργανισμούς.

Το εργαλείο επιτρέπει στους οργανισμούς :

- Να αναγνωρίσουν και να κατανοήσουν που υπάρχουν κενά υπηρεσιών μέσα στον οργανισμό και μεταξύ του οργανισμού και των πελατών του
- Να θέσουν προτεραιότητες στα κενά αυτά σε σχέση με την επίπτωση τους στην ποιότητα των υπηρεσιών
- Να αναγνωρίσουν τους λόγους για την ύπαρξη των κενών
- Να συμπληρώσουν μια σειρά από διαδικασίες για την συνεχόμενη επιθεώρηση και καθορισμό της ποιότητας υπηρεσιών των πελατών.

Γενικά η μεθοδολογία SERVQUAL βοηθά στην αναγνώριση των προοπτικών της ποιότητας υπηρεσιών των πελατών.

2.5 ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Η SERVQUAL είναι μεθοδολογία που καθορίζει τις διαστάσεις της ποιότητας υπηρεσιών.

Οι διαστάσεις ποιότητας με παραδείγματα ερωτήσεων που αναφέρονται σε αυτές προκειμένου να απαντήσουν στην παροχή της ποιότητας των υπηρεσιών ακολουθούν **στον παρακάτω πίνακα :**

Διαστάσεις Ποιότητας	Παραδείγματα ερωτήσεων
<p>Απτή Διάσταση: Εμφάνιση φυσικών εγκαταστάσεων, εξοπλισμού, προσωπικού κλπ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Είναι οι εγκαταστάσεις ελκυστικές? • Είναι το προσωπικό ντυμένο κατάλληλα? • Η τεχνολογία είναι μοντέρνα?
<p>Αξιοπιστία: Η ικανότητα να παρέχεται η υπηρεσία αξιόπιστα και εύστοχα.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Η υπηρεσία παρέχεται σωστά την πρώτη φορά? • Το επίπεδο υπηρεσιών είναι ίδιο όλες τις ώρες τις ημέρας και για όλα τα μέλη του προσωπικού?
<p>Ανταπόκριση: Η θέληση για βοήθεια των πελατών προκειμένου να τους παρασχεθεί η υπηρεσία.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Όταν υπάρχει πρόβλημα, η επιχείρηση ανταποκρίνεται σε αυτό γρήγορα? • Το προσωπικό είναι διατεθημένο να απαντήσει σε απορίες των πελατών? • Οι δημόσιες καταστάσεις αντιμετωπίζονται με φροντίδα και σοβαρότητα?
<p>Ικανότητα : Η κατοχή των απαραίτητων δεξιοτήτων και γνώσης για την παροχή της υπηρεσίας.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Μπορεί το προσωπικό να παρέχει υπηρεσία χωρίς να χρονοτριβεί? • Τα υλικά που χρησιμοποιούνται είναι τα κατάλληλα και τα πιο μοντέρνα? • Μπορεί το προσωπικό να χρησιμοποιεί την τεχνολογία γρήγορα και ικανότατα? • Το προσωπικό γνωρίζει τι κάνει?
<p>Ευγένεια: Ευγένεια, σεβασμός, φιλικότητα του προσωπικού που έρχεται σε επαφή με τον πελάτη.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Το μέλος του προσωπικού είναι ευχάριστο απεναντι στον πελάτη? • Το μέλος του προσωπικού δέχεται τις τυχόν ερωτήσεις του πελάτη χωρίς να γίνεται αγενής? • Τα άτομα που απαντούν στο τηλέφωνο θεωρούνται ευγενή?

<p>Εμπιστοσύνη: Εμπιστοσύνη, ειλικρίνεια του παροχέα των υπηρεσιών.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ο Οργανισμός που παρέχει τις υπηρεσίες έχει καλή φήμη? • Ο Οργανισμός εγγυείται για την ποιότητα των υπηρεσιών του?
<p>Ασφάλεια: Ελευθερία απο κίνδυνο, ρίσκο,αμφιβολία</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Είναι ασφαλής η χρήση του εξοπλισμού? • Είναι τα έγγραφα και οι πληροφορίες που παρέχονται στον πελάτη ασφαλείς? • Είναι τα αρχεία των πελατών ασφαλή απο παράνομη χρήση? • Μπορεί ο πελάτης να είναι σίγουρος οτι η υπηρεσία που παρασχέθηκε, έγινε σωστά?
<p>Προσέγγιση: Ευκολία στην επαφή.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Πόσο εύκολο είναι να μιλήσει κανείς σε κάποιο μέλος του προσωπικού όταν έχει κάποιο πρόβλημα? • Είναι εύκολο να προσεγγίσει κανείς το κατάλληλο μέλος του προσωπικούΙ <ul style="list-style-type: none"> ο Ιδιαίτερος? ο Τηλεφωνικά? ο μέσω email?
<p>Επικοινωνία: Το να κρατά κανείς τους πελάτες πληροφορημένους σε μια γλώσσα που καταλαβαίνουν.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Μπορεί το μέλος του προσωπικού να ακούσει το πρόβλημα του πελάτη και να επιδείξει κατανόηση και ενδιαφέρον? • Το προσωπικό αποφεύγει να χρησιμοποιεί τεχνικούς όρους όταν μιλά με τους πελάτες? • Το μέλος του προσωπικού θα ενημερώσει αν κάποιο ραντεβού ακυρωθεί?
<p>Κατανοώντας τον πελάτη: Η προσπάθεια να μάθουν τους</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Υπάρχει περίπτωση κάποιος απο το προσωπικό να αναγνωρίζει κάθε τακτικό πελάτη και

πελάτες και τις ανάγκες τους.

χρησιμοποιεί το μικρό του όνομα?

- Το προσωπικό προσπαθεί να κατανοήσει ποιοί είναι οι συγκεκριμένοι στόχοι του πελάτη?
- Το επίπεδο της υπηρεσίας και του κόστους της υπηρεσίας συμβαδίζει με το τι απαιτεί και τι έχει να δώσει ο πελάτης?

Οι 5 πιο αντιπροσωπευτικές από τις παραπάνω διαστάσεις για το εργαλείο μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών SERVQUAL είναι κατά σειρά σημαντικότητας :

- **Η Αξιοπιστία (Reliability)** - το να κάνουν αυτό που λένε ότι θα κάνουν, στην ώρα τους και συγκεκριμένα.
- **Η Ανταπόκριση (Responsiveness)** - η θέληση για παροχή βοήθειας και η ανταπόκριση σε συγκεκριμένες απαιτήσεις.
- **Η Εγγύηση (Assurance)** - η κατοχή των απαιτούμενων ικανοτήτων για την παροχή της υπηρεσίας καθώς και μετάδοση της εμπιστοσύνης.
- **Κατανόηση (Empathy)**-δείχνει την κατανόηση των αναγκών των πελατών και την παροχή της συγκεκριμένης υπηρεσίας.
- **Απτή διάσταση (Tangibility)**-περιλαμβάνει φυσική εμφάνιση των ατόμων και των εγκαταστάσεων.

2.6 ΕΡΓΟ ΚΑΙ ΦΑΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑΣ SERVQUAL

Το SERVQUAL είναι ένα εργαλείο μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών, που σχεδιάστηκε από τους Berry, Parasuraman και Zeithaml στα μέσα της δεκαετίας του 80. Το έργο ξεκίνησε από το Marketing Science Institute και η ανάπτυξη του έγινε σε διάφορες φάσεις σε μια περίοδο 7 ετών.

Η Πρώτη Φάση της έρευνας περιελάμβανε εκτεταμένη ποιοτική εργασία για να καθοριστεί το πρωτότυπο μοντέλο για την ποιότητα υπηρεσιών.

Η Δεύτερη Φάση αποτελούνταν από ένα εμπειρικό μέρος που προερχόταν από έρευνα της οπτικής γωνίας του πελάτη και κατέληξε σε μια πρόωμη έκδοση του εργαλείου SERVQUAL.

Η Τρίτη Φάση περιελάμβανε εμπειρική εργασία από το μέρος του μοντέλου που αφορούσε το παροχέα υπηρεσιών. Αυτή ήταν η πιο εκτεταμένη φάση του έργου και αφορούσε και μέλη βιομηχανικών υπηρεσιών. Από αυτήν την Φάση, 6 βιομηχανίες-παροχείς υπηρεσιών έδωσαν έμφαση: στην επισκευή συσκευών, πιστωτικές κάρτες, ασφάλεια, υπεραστικά τηλεφωνήματα κ.α.

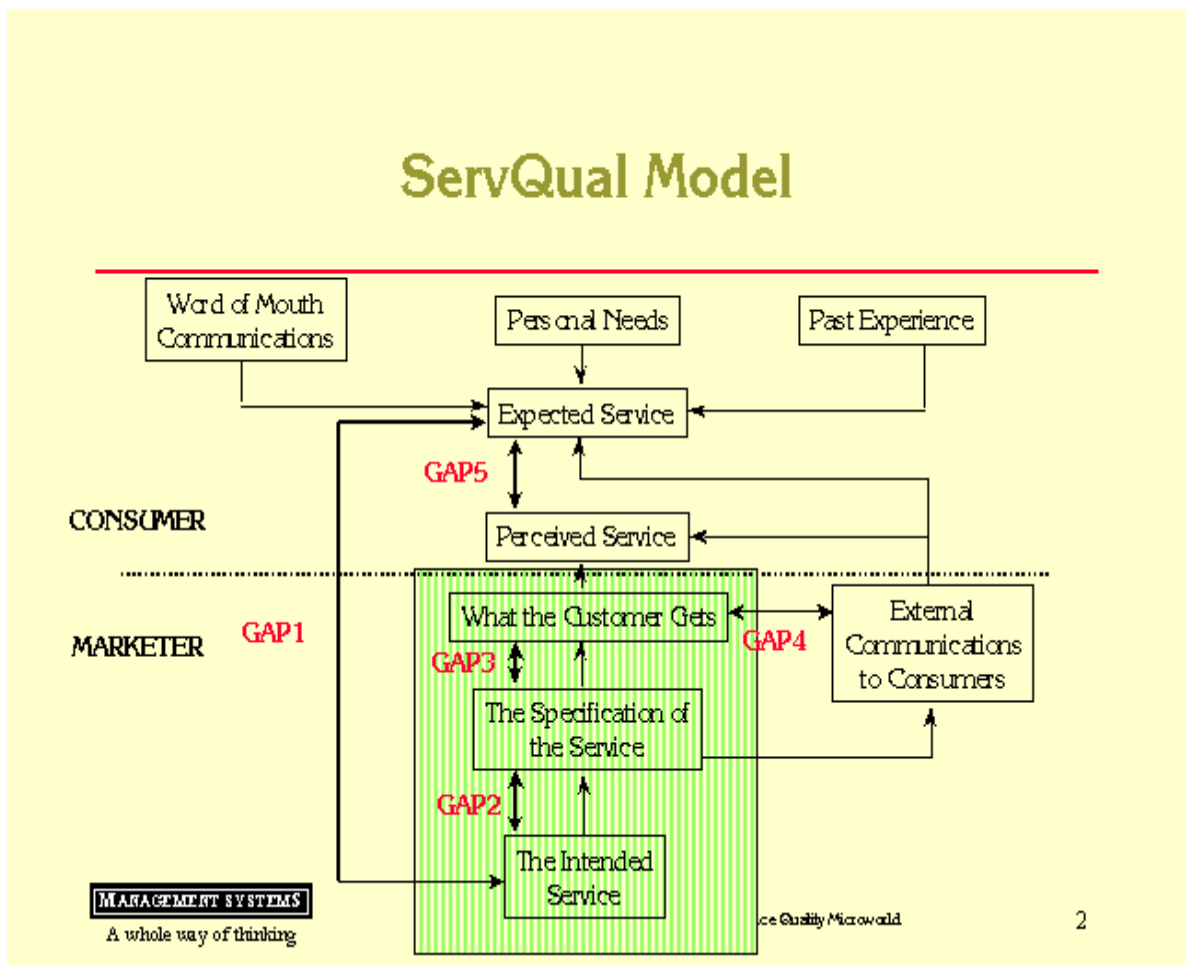
Η Τέταρτη Φάση έδινε έμφαση στις προσδοκίες των πελατών για τις υπηρεσίες. Η αρχική μεθοδολογία για την λήψη πληροφοριών σε αυτήν την φάση ήταν η έμφαση σε μεγάλες ομάδες καταναλωτών.

Το SERVQUAL είναι το πιο δοκιμασμένο και αναγνωρισμένο εργαλείο για την μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών που παρέχεται στους πελάτες μέχρι σήμερα και έχει δοκιμαστεί σε μια ποικιλία από βιομηχανίες.

Οι ερευνητές έχουν βρει κάποιους περιορισμούς στο πρωτότυπο έγγραφο Servqual και έχουν κάνει δοκιμαστικές αλλαγές του εγγράφου. Οι Dabholkar, Thorpe και Dayle υιοθέτησαν το Servqual στην λιανική βιομηχανία. Βρήκαν ότι χρειαζόταν να διαφοροποιήσουν τα χαρακτηριστικά που θεωρούνταν πιο κατάλληλα από τους πελάτες λιανικής. Έτσι, χαρακτηριστικά όπως επιλογή προϊόντων, πολιτικές επιστροφής

εμπορευμάτων κ.α. προστέθηκαν στην έρευνα. Το Servqual επίσης υιοθετήθηκε και δοκιμάστηκε και σε άλλες “αγορές” όπως η εκπαίδευση και οι ιατρικές υπηρεσίες..

2.7 TO MONTEΛO SERVQUAL



Οι πελάτες όπως βλέπουμε στο παραπάνω σχήμα που αντιπροσωπεύει το μοντέλο του Servqual έχουν κάποιες προσδοκίες από την επιχείρηση, οι οποίες σχετίζονται με 4 παράγοντες.

Αυτοί είναι

- Επικοινωνία και πληροφορίες που παρέχονται απο φίλους και γνωστούς (Word of Mouth)
- Προσωπικές ανάγκες(Personal needs)
- Προηγούμενη εμπειρία(Past experience)
- Επικοινωνία απο την ίδια την εταιρία που παρέχει τις υπηρεσίες.(External communications to consumers)

Χρησιμοποιώντας την μεθοδολογία SERVQUAL, η ποιότητα υπηρεσιών καθορίζεται απο το γενικό κενό μεταξύ αυτού που προσδοκώταν και αυτού που παραδόθηκε.Αυτό σημαίνει ότι

- Η ποιότητα υπηρεσιών είναι σχετική, όχι απόλυτη.
- Διαφορετικοί πελάτες μπορεί να εκλάβουν διαφορετικά το επίπεδο ποιότητας υπηρεσιών,
- Η ποιότητα καθορίζεται απο τον πελάτη που έχει «όλες τις ψήφους», όχι τον παροχέα των υπηρεσιών
- Η ποιότητα των υπηρεσιών μπορεί να επιτευχθεί είτε απο την κάλυψη ή την υπερκάλυψη των προσδοκιών
- ή απο την αλλαγή των προσδοκιών

Στο μοντέλο Servqual υπάρχουν 5 Κενά(gaps) που περιβάλλουν το γενικό αυτό κενό η ανάλυση των οποίων προσπαθεί να εξακριβώσει τα αίτια της μείωσης της ποιότητας των υπηρεσιών σε καθε μία ή σε όλες τις διαστάσεις που προαναφέρθηκαν.

Τα 5 αυτά κενά (Gaps) επιγραμματικά είναι τα εξής :

- Κενό μεταξύ προσδοκιών πελάτη και αντίληψη αυτών απο τη Διοίκηση (Gap 1)
- Κενό μεταξύ αντίληψης απο τη Διοίκηση και των προδιαγραφών ποιότητας υπηρεσιών (Gap 2)
- Κενό μεταξύ προδιαγραφών ποιότητας και παράδοσης υπηρεσιών (Gap 3)
- Κενό μεταξύ παράδοσης υπηρεσιών και επικοινωνίας υπηρεσιών προς τους πελάτες (Gap 4)
- Κενό μεταξύ αντιλαμβανόμενων και προσδοκώμενων υπηρεσιών απο τον πελάτη. (Gap 5)

Όπως βλέπουμε και στο σχήμα το Gap 5 είναι από την μεριά του πελάτη (πάνω δηλ. από την διαχωριστική γραμμή που οριοθετεί τον πελάτη από τον οργανισμό) και αφορά καθαρά αυτόν πώς αντιλαμβάνεται μια υπηρεσία έναντι αυτής που προσδοκά.

Αντίθετα τα Gap1 έως Gap4 αφορούν την επιχείρηση για τις υπηρεσίες που προσφέρει.

Στις επόμενες σελίδες θα δώσουμε έμφαση στα τέσσερα αυτά Gaps από την πλευρά του οργανισμού προς τον αποδέκτη-πελάτη μιας υπηρεσίας.

2.8 ΤΑ ΚΕΝΑ ΣΤΗΝ ΠΑΡΟΧΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

(Gap 1) : Κενό στην κατανόηση των προσδοκιών του πελάτη

Το 1^ο Κενό είναι αποτέλεσμα της διαφοράς μεταξύ του τι περιμένουν οι πελάτες και πώς η διοίκηση αντιλαμβάνεται αυτές τις προσδοκίες.

Η διοίκηση δεν αντιλαμβάνεται πάντα σωστά το τι θέλουν οι πελάτες. Για παράδειγμα οι διευθυντές των νοσοκομείων μπορεί να νομίζουν ότι οι ασθενείς θέλουν να τους παρέχεται καλύτερο φαγητό, αλλά οι ασθενείς μπορεί να ενδιαφέρονται περισσότερο για την ανταπόκριση των νοσοκόμων.

Το να αντιληφθεί η διοίκηση λάθος τις προσδοκίες των πελατών σημαίνει σπατάλη χρημάτων, χρόνου και άλλων πόρων σε πράγματα που ουσιαστικά δεν μετράνε για τους πελάτες. Αυτή η λάθος αντίληψη μπορεί να σημαίνει ότι η διοίκηση και επομένως η επιχείρηση δεν μπορεί να επιβιώσει σε μια πολύ ανταγωνιστική αγορά.

Συνήθως το κενό αυτό προκύπτει επειδή οι επιχειρήσεις παραβλέπουν ή υποτιμούν την ανάγκη να κατανοήσουν πραγματικά τις προσδοκίες των πελατών τους.

ΛΟΓΟΙ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΟΠΟΙΟΥΣ ΥΠΑΡΧΕΙ ΤΟ GAP1

A. Ανεπαρκής έρευνα αγοράς (Market Research)

Επειδή η έρευνα αγοράς είναι ένα βασικό στοιχείο για την κατανόηση των προσδοκιών των πελατών και την αντίληψη των υπηρεσιών από την διοίκηση, μια επιχείρηση που δεν συλλέγει αυτές τις πληροφορίες είναι πολύ πιθανό να έχει ένα μεγάλο κενό.

Μια επιχείρηση που κάνει μεν έρευνα αγοράς, αλλά όχι όσον αφορά τις προσδοκίες των πελατών, επίσης θα έχει ένα μεγάλο Gap 1.

Οι στρατηγικές έρευνας αγοράς που μπορούν να εφαρμοστούν είναι

- η διαχείριση των παραπόνων των πελατών
- η έρευνα του τι ζητούν οι πελάτες από παρόμοιους κλάδους αγοράς
- η έρευνα σε ενδιάμεσους-μεσάζοντες
- η έρευνα σε μεγάλους πελάτες-κλειδιά
- η αξιολόγηση της ικανοποίησης μέσω ατομικών συναλλαγών

B. Έλλειψη επικοινωνίας μεταξύ διοίκησης και πελατών

Όσο πιο μεγάλη είναι μια επιχείρηση, τόσο πιο δύσκολο είναι για τη Διοίκηση να επικοινωνήσει απευθείας με τους πελάτες και τόσο πιο λίγες πληροφορίες από πρώτο χέρι έχουν σχετικά με τις προσδοκίες των πελατών.

Δεν βρίσκονται κοντά στους πελάτες εφόσον δεν δίνουν στους πελάτες την ευκαιρία να τους δωθεί απευθείας υπηρεσία.

Γ. Ύπαρξη πολλαπλών επιπέδων διοίκησης

Η ύπαρξη πολλαπλών επιπέδων διοίκησης ουσιαστικά απαγορεύει την επικοινωνία και την κατανόηση επειδή δημιουργεί διαχωριστικά μεταξύ των top managers, οι οποίοι θέτουν κάποια πρότυπα όσον αφορά την ποιότητα των υπηρεσιών και έχουν επαφές με ανθρώπους που ουσιαστικά παραδίδουν την ποιότητα αυτή στους πελάτες.

Όσο περισσότερα τα επίπεδα διοίκησης τόσο λιγότερη η πιθανότητα να φτάσουν οι πληροφορίες των εργαζομένων για τους πελάτες στους managers. Έτσι, όσο μεγαλύτερος ο αριθμός των επιπέδων διοίκησης, τόσο μεγαλύτερο αναμένεται να είναι και το Gap 1.

Είναι προφανές απο όλα τα παραπάνω οτι η κατανόηση των προσδοκιών των πελατών είναι βασική για την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών.

(Gap 2) :Κενό στα πρότυπα των Υπηρεσιών

Οπως είδαμε η κατανόηση των προσδοκιών του πελάτη είναι το πρώτο βήμα για την παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών.

Εφόσον η διοίκηση καταλάβει τι προσδοκούν οι πελάτες, αντιμετωπίζουν μια δεύτερη κρίσιμη πρόκληση που είναι να βάλουν προδιαγραφές και ποιοτικά πρότυπα στην παροχή υπηρεσιών του οργανισμού.

Το 2^ο Κενό επομένως είναι αποτέλεσμα της διαφοράς μεταξύ των προδιαγραφών που έχει θέσει η διοίκηση για την παροχή των υπηρεσιών και του τι προσδοκίες έχουν οι πελάτες.

Η διοίκηση μπορεί να έχει αντιληφθεί σωστά τις προσδοκίες των πελατών αλλά να μην έχει θέσει τις σωστές προδιαγραφές.

Για παράδειγμα οι διευθυντές των νοσοκομείων μπορεί να δώσουν εντολή στις νοσοκόμες να προσφέρουν γρήγορες υπηρεσίες χωρίς όμως να τις προσδιορίσουν ποσοτικά.

Πολλοί προϊστάμενοι δεν μπορούν ή δεν πρόκειται να αλλάξουν τα συστήματα παράδοσης υπηρεσιών προκειμένου να βελτιώσουν την αντίληψη των πελατών για αυτές.

Κάτι τέτοιο συχνά απαιτεί την αλλαγή της διαδικασίας με την οποία επιτυγχάνεται η διεξαγωγή της υπηρεσίας.

Η αλλαγή μπορεί να απαιτεί και αλλαγή εξοπλισμού ή τεχνολογίας.

ΛΟΓΟΙ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΟΠΟΙΟΥΣ ΥΠΑΡΧΕΙ ΤΟ GAP2

Το κενό αυτό μπορεί να προκύψει απο τους παρακάτω λόγους :

A.Ανεπαρκής δέσμευση της διοίκησης για ποιότητα υπηρεσιών

Πολλές επιχειρήσεις θεωρούν ότι είναι αφοσιωμένες στην ποιότητα των υπηρεσιών αλλά η δέσμευση τους είναι απο μια πιο τεχνική άποψη.

Η ποιότητα των υπηρεσιών σε πολλές εταιρίες σημαίνει να καλύπτονται τα πρότυπα παραγωγικότητας της επιχείρησης καθώς και η αποδοτικότητα, πράγματα που συνήθως οι πελάτες δεν επιθυμούν ή δεν προσέχουν. Σε άλλες εταιρίες, η ποιότητα εκφράζεται με όρους προηγμένης τεχνολογίας, για να καλύπτονται κάποιες προδιαγραφές απαραίτητες για την αντιμετώπιση των ανταγωνιστών σε πράγματα όπου οι πελάτες δεν πρόκειται να πληρώσουν ή δεν χρειάζονται.

Η παροχή ποιότητας υπηρεσιών απαιτεί ηγεσία και δέσμευση από τα υψηλά κλιμάκια της Διοίκησης.

Αν υπάρχει αυτή η δέσμευση τότε τα μεσαία στελέχη μπορούν να περάσουν τη δέσμευση αυτή προς τα κάτω και με αυτό τον τρόπο να κάνουν τις προδιαγραφές αυτές που έχουν τεθεί να λειτουργήσουν.

B. Προοπτική ότι η επιχείρηση δεν μπορεί να καλύψει τις ανάγκες των πελατών της

Αυτή η προοπτική τελικά είναι αποτέλεσμα ενός βραχυπρόθεσμου τρόπου σκέψης από την πλευρά των managers, μια απροθυμία να σκεφτούν δημιουργικά και αισιόδοξα σχετικά με τις ανάγκες των πελατών τους, καθώς και μια δικαιολογία για να διατηρήσουν την υπάρχουσα τάξη πραγμάτων.

Γ. Ανεπαρκής Τυποποίηση

Ορισμένα στελέχη αλλά και managers πιστεύουν ότι οι υπηρεσίες δεν μπορούν να τυποποιηθούν-κάτι τέτοιο είναι σημαντικό προκειμένου να υπάρχει παροχή υπηρεσίας υψηλής ποιότητας. Πολλές φορές κυριαρχεί η αντίληψη ότι η τυποποίηση των καθηκόντων είναι απρόσωπη, ανεπαρκής και δεν περιλαμβάνεται στα συμφέροντα των πελατών.

Δ. Απουσία Στοχοθεσίας

Εταιρίες οι οποίες είναι επιτυχημένες στο να παρέχουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας, συνήθως θέτουν στόχους και προδιαγραφές για να καθοδηγήσουν τους εργαζόμενους ώστε να παρέχουν ποιότητα υπηρεσιών.

Είναι σημαντικό το γεγονός ότι οι στόχοι αυτοί που μπαίνουν από τις εταιρίες βασίζονται στις απαιτήσεις των πελατών και τις προσδοκίες τους παρά στις προδιαγραφές της επιχείρησης. Παρόλο που υπάρχουν κάποιες ομοιότητες μεταξύ των απαιτήσεων των

πελατών και των προδιαγραφών των εταιριών υπάρχουν περιπτώσεις όπου οι εταιρίες παροχής υπηρεσιών μετρούν και ελέγχουν τις εσωτερικές προδιαγραφές για χαρακτηριστικά για τα οποία οι πελάτες δεν νοιάζονται, ενώ αγνοούν άλλα χαρακτηριστικά για τα οποία ουσιαστικά οι πελάτες νοιάζονται.

(Gap 3) : Κενό στην παράδοση της Υπηρεσίας

Το 3^ο Κενό είναι αποτέλεσμα ασυμφωνίας μεταξύ των προδιαγραφών που έχουν τεθεί απο την διοίκηση και αυτή καθεαυτή την υπηρεσία που παραδίδεται απο το προσωπικό της «πρώτης γραμμής».

Σε ορισμένες περιπτώσεις η διοίκηση κατανοεί πράγματι τις προσδοκίες των πελατών και θέτει τις απαραίτητες προδιαγραφές και παρ'όλα αυτά η υπηρεσία που παραδίδεται απο την επιχείρηση δεν είναι πάντα αυτή που περιμένει ο πελάτης.

Η διαφορά μεταξύ των προδιαγραφών της υπηρεσίας και αυτής καθεαυτής της υπηρεσίας που παρέχεται αποτελεί το κενό Υπηρεσίας-Απόδοσης, όταν δηλαδή οι εργαζόμενοι δεν είναι ικανοί ή δεν επιθυμούν να παρέχουν την υπηρεσία στο επιθυμητό επίπεδο.

Η ποιότητα υπηρεσιών “υποφέρει” στους οργανισμούς εκείνους στους οποίους δεν υπάρχει προθυμία και ικανότητα απο πλευράς εργαζομένων.

Δυστυχώς αυτό το κενό είναι σύννηθες στις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών.

ΛΟΓΟΙ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΟΠΟΙΟΥΣ ΥΠΑΡΧΕΙ ΤΟ GAP3

A. Διφορούμενοι και Ασαφείς Ρόλοι εργαζομένων

Ο ρόλος της θέσης του κάθε εργαζομένου σε μια επιχείρηση αντιπροσωπεύει το σύνολο των συμπεριφορών και των δραστηριοτήτων του ατόμου που κατέχει την θέση αυτή. Όταν οι εργαζόμενοι δεν κατέχουν τις απαραίτητες πληροφορίες ή την απαραίτητη εκπαίδευση ή δέν τους έχει δοθεί ακριβής περιγραφή της θέσης εργασίας τους (job description) για να κάνουν την δουλειά τους σωστά, τότε λέμε πως οι ρόλοι τους είναι ασαφείς ή διφορούμενοι. Είναι αβέβαιοι για το τι προσδοκούν απο αυτούς οι διευθυντές τους και γενικά οι προϊστάμενοι τους, αλλά και πώς να ικανοποιήσουν αυτές τις προσδοκίες.

Δεν έχουν την κατάλληλη εκπαίδευση ή ικανότητες για να παρέχουν την απαραίτητη για τους πελάτες υπηρεσία. Επιπλέον δεν ξέρουν αν η απόδοση τους θα εκτιμηθεί και ανταμοιφθεί.

B. Σύγκρουόμενοι Ρόλοι Εργαζομένων

Οι εργαζόμενοι στις επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες συχνά βιώνουν αυτό που ονομάζουμε σύγκρουση ρόλων, την αντίληψη δηλαδή ότι δεν μπορούν να ικανοποιήσουν όλες τις απαιτήσεις των ατόμων που εξυπηρετούν. Αυτό συμβαίνει συνήθως επειδή πολλοί πελάτες χρειάζονται ή επιθυμούν τις υπηρεσίες τους την ίδια χρονική στιγμή.

Η σύγκρουση ρόλων επίσης προκύπτει όταν δύο ή περισσότεροι εργαζόμενοι εκτελούν αλληλοκαλυπτόμενες υπηρεσίες όπου δεν είναι ξεκάθαρο ποιός πρέπει να κάνει τί και δημιουργούνται γραφειοκρατικά φαινόμενα εξυπηρέτησης πελατών όπως π.χ συμβαίνει με την εξυπηρέτηση του πολίτη στις Υπηρεσίες του Δημοσίου.

Η σύγκρουση ρόλων δημιουργεί ένταση, άγχος και ανικανοποίηση.

Γ. Ακαταλληλότητα Εργαζομένων στις θέσεις εργασίας

Πολλές έρευνες έδειξαν ότι προβλήματα σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών συχνά συμβαίνουν επειδή το προσωπικό δεν κατέχει τις κατάλληλες θέσεις. Επειδή η δουλειές που ασχολούνται με άμεση επαφή και εξυπηρέτηση πελατών, βρίσκονται σε χαμηλότερα κλιμάκια των οργανογραμμάτων, το προσωπικό που κατέχει συνήθως τέτοιες θέσεις περιλαμβάνει εργαζομένους με περιορισμένη μόρφωση αλλά και μικρή πληρωμή. Ως αποτέλεσμα, μπορεί να έχουν λοιπόν έλλειψη γλωσσικών, διαπροσωπικών και άλλων ικανοτήτων και δεξιοτήτων για να εξυπηρετήσουν σωστά τους πελάτες τους.

Δ. Ακαταλληλότητα τεχνολογίας στις θέσεις εργασίας

Η παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας βασίζεται σημαντικά και στην καταλληλότητα των εργαλείων(τεχνολογικών) που χρησιμοποιούν οι εργαζόμενοι για την παροχή της υπηρεσίας. Η τεχνολογία και ο εξοπλισμός, όπως οι υπολογιστές, το λογισμικό, ο διαγνωστικός εξοπλισμός κ.α μπορούν να βελτιώσουν την απόδοση του εργαζομένου στην υπηρεσία.

Έχουν ωστόσο παρατηρηθεί περιπτώσεις όπου μεταπτώσεις της ποιότητας των υπηρεσιών προκλήθηκαν από την έλλειψη απαραίτητης τεχνολογίας αλλά και τεχνογνωσίας.

E. Ανεπάρκεια Συστημάτων Ελέγχου

Στα Συστήματα Ελέγχου η απόδοση των εργαζομένων παρακολουθείται και ανταμοίβεται όχι για την παροχή της ποιοτικής υπηρεσίας αλλά και για άλλους λόγους της επιχείρησης. Τέτοια μέτρα είναι συνήθως ακατάλληλα και ανεπαρκή για την μέτρηση της απόδοσης των εργαζομένων σχετικά με την παροχή της ποιότητας των υπηρεσιών.

Z. Ελλειψη αντίληψης ελέγχου

Οι αντιδράσεις των εργαζομένων σε καταστάσεις έντασης και άγχους βασίζονται στο άνω νιώθουν ότι μπορούν να ελέγξουν αυτές τις καταστάσεις. Η αντίληψη του ελέγχου περιλαμβάνει την ικανότητα να ανταποκρίνεται κανείς σε απειλητικές καταστάσεις και την ικανότητα να επιλέγει κανείς το αποτέλεσμα μιας προσπάθειας ή ενός στόχου.

Όταν οι εργαζόμενοι που παρέχουν υπηρεσίες ελέγχουν τις καταστάσεις που τους παρουσιάζονται κατά την εργασία τους βιώνουν λιγότερο άγχος.

Όταν όμως οι εργαζόμενοι δεν αισθάνονται ότι έχουν αυτόν τον έλεγχο, νιώθουν αβοήθητοι και χάνουν το κουράγιο και την υπομονή τους σχετικά με την δουλειά τους.

H. Ελλειψη ομαδικότητας στην εργασία

Η αξία της συνεργασίας -εργαζόμενοι και εργοδότες συνεργάζονται και προσπαθούν μαζί για την επίτευξη ενός κοινού στόχου- είναι ένα σημαντικό θέμα για την μελέτη της ποιότητας των υπηρεσιών.

Μια άποψη της συνεργασίας είναι το ποιοί εργαζόμενοι βλέπουν άλλους εργαζόμενους ως πελάτες.

Μερικές επιχειρήσεις υποτιμούν την σημασία της ποιότητας υπηρεσιών και της συνεργασίας για να επιτευχθεί.

(Gap 4) : Κενό στην κάλυψη των επικοινωνούμενων υποσχέσεων

Οι προσδοκίες των πελατών επηρεάζονται από τις εταιρικές δηλώσεις και προβολές που κάνει η εταιρία δια μέσου των εκπροσώπων πωλήσεων και μέσω προώθησης της (διαφημίσεις, φυλλάδια, πωλητές, μεσάζοντες κλπ)

Το 4^ο Κενό είναι επομένως αποτέλεσμα ασυμφωνίας μεταξύ αυτής καθεαυτής της υπηρεσίας που παραδίδεται και των μηνυμάτων και υποσχέσεων που δίνονται στους πελάτες από την εταιρία σχετικά με το τι να προσδοκούν.

Εάν μια μπροσούρα π.χ ενός ξενοδοχείου παρουσιάζει σε φωτογραφίες όμορφα δωμάτια αλλά οι επισκέπτες με την άφιξη τους βρίσκουν φτωχά και κακοδιατηρημένα δωμάτια τότε η επικοινωνία αυτή δεν ταυτίζεται με αυτό που περιμέναν να βρουν οι πελάτες.

Εύστοχη και κατάλληλη επικοινωνία στην εταιρία-διαφημίσεις, προσωπικές πωλήσεις, δημόσιες σχέσεις-είναι σημαντική για την παροχή υπηρεσιών που οι πελάτες εκλαμβάνουν ότι είναι υψηλής ποιότητας.

Επειδή ακριβώς οι επικοινωνίες της εταιρίας σχετικά με τις υπηρεσίες “υπόσχονται” το τι θα κάνουν οι άνθρωποι, και επειδή οι άνθρωποι δεν μπορούν να ελεγχθούν όπως ελέγχονται οι μηχανές που παράγουν αγαθά, το κίνητρο για υπερευποσχέσεις είναι υψηλό.

Ένας βασικός λόγος για αυτό είναι η φτωχή εσωτερική επικοινωνία και η απουσία οικειότητας με τις σχετικές διεργασίες.

ΛΟΓΟΙ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΟΠΟΙΟΥΣ ΥΠΑΡΧΕΙ ΤΟ GAP4

A.Ανεπαρκής οριζόντια-εσωτερική επικοινωνία

Επικοινωνία μεταξύ διαφορετικών τομέων στην επιχείρηση όπως π.χ marketing και operations είναι απαραίτητη για την επίτευξη κοινών στόχων της επιχείρησης. Αν για παράδειγμα η διαφήμιση της εταιρίας αναπτύσσεται ανεξάρτητα από το πρακτικό λειτουργικό μέρος της πρώτης γραμμής, τότε το προσωπικό μπορεί να μην είναι ικανό να παρέχει την υπηρεσία σε επίπεδο που να ταιριάζει με την εικόνα που φαίνεται στην διαφήμιση ή τον οποιοδήποτε άλλο τρόπο προβολής και προώθησης που εφαρμόζεται.

B. Διαφορές Πολιτικής και Διαδικασιών στα κανάλια διανομής

Μια ακόμα μορφή παροχής ποιότητας υπηρεσιών είναι η έμφαση στις πολιτικές και τις διαδικασίες στα τμήματα και στα κανάλια διανομής μιας επιχείρησης. Αν ένας οργανισμός παροχής υπηρεσιών λειτουργεί με πολλά σημεία παρουσίας(π.χ Υποκ/τα, δίκτυο αντιπροσώπων κλπ) κάτω απο την ίδια ονομασία, οι πελάτες περιμένουν και την ανάλογη απόδοση απο αυτά που να συσχετίζεται με την φίρμα της υπηρεσίας που αυτά εκπροσωπών. Αν οι υπεύθυνοι των καναλιών διανομής έχουν σημαντική αυτονομία στις διαδικασίες και τις πολιτικές, οι πελάτες μπορεί να μην λάβουν το ίδιο επίπεδο ποιότητας υπηρεσιών στα κανάλια διανομής απο εκείνο που έχει τεθεί κεντρικά.

Σε αυτήν την περίπτωση αυτό που προσδοκούν και αυτό που λαμβάνουν απο ένα κανάλι διανομής μπορεί να είναι διαφορετικό απ'ότι παρέχεται απο άλλα κανάλια διανομής.

Υπο τέτοιες συνθήκες,το μέγεθος του Gap4 μπορεί να είναι μεγάλο.

Γ. Η τάση των υπερυποσχέσεων

Λόγω του αυξανόμενου διακανονισμού και του εντασόμενου ανταγωνισμού στον τομέα των υπηρεσιών, πολλές εταιρίες παροχής υπηρεσιών νιώθουν μεγαλύτερη πίεση απ'όσο ποτέ για να κατοχυρώσουν μια καλή θέση στην αγορά και να νικήσουν τον ανταγωνισμό.

Για να πετύχουν κάτι τέτοιο,οι εταιρίες αυτές συχνά δίνουν υπερυποσχέσεις στις πωλήσεις, στην διαφήμιση και σε άλλες επικοινωνίες της εταιρίας. Η αύξηση των προσδοκιών όμως των πελατών με αυτόν τον τρόπο,σε επίπεδα καθόλου ρεαλιστικά μπορεί να οδηγήσει σε μεγαλύτερη προβολή και προώθηση αλλά ουσιαστικά αυξάνει την απογοήτευση των πελατών(που δεν παίρνουν τελικά αυτό που περιμένουν).

2.9 ΚΡΙΤΙΚΗ ΣΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ SERVQUAL :

SERVQUAL Vs SERVPERFORM

Το μοντέλο SERVQUAL εξαιτίας των βασικών παραδοχών του, υπέστη την κριτική αρκετών.

Οι Hemmasi, Strong και Taylor εξέτασαν την πλευρά των προσδοκιών του Servqual και ανακάλυψαν ότι έπασχε όσον αφορά την σχετικότητα των προσδοκιών, και δήλωσαν ότι οι περισσότεροι άνθρωποι θα βαθμολογούσαν με μεγάλο βαθμό τις προσδοκίες τους.

Άλλαξαν λοιπόν το εργαλείο Servqual εξαλείφοντας τις προσδοκίες στην μισή έρευνα και εξετάζοντας μόνο την πλευρά της απόδοσης.

Επιπλέον πρόσθεσαν ένα “τμήμα σημαντικότητας” για να δώσουν στο εργαλείο ερωτήσεις που να έχουν βαρύτητα. Αυτό θα επέτρεπε μια έρευνα για το πού θα ήταν καλύτερο να δοθεί έμφαση για την βελτίωση της ικανοποίησης των πελατών και την παροχή στρατηγικών ευκαιριών.

Αυτή η νέα έκδοση του μοντέλου ονομάζεται “SERVPERF” και προκύπτει από τα αρχικά λεκτικά των λέξεων “SERVice PERFormance”, δηλ. με λίγα λόγια της “Απόδοσης των Υπηρεσιών”.

Απο πρακτικής άποψης, κάποιος ίσως θα προτιμούσε την Servperf έκδοση του Servqual.

Καθώς οι προϋπολογισμοί γίνονται όλο και πιο σφικτοί, οι επιχειρήσεις σήμερα δεν χρειάζεται να γνωρίζουν μόνο το τι αρέσει και τι δεν αρέσει στους πελάτες τους, αλλά πρέπει και να γνωρίζουν τι αρέσει και τι δεν αρέσει ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ στους πελάτες τους για να γίνουν και πιο αποδοτικοί.

Αυτό βοηθά στην βέλτιστη κατανομή και αξιοποίηση των διάφορων πολύτιμων πόρων όπως π.χ είναι το χρήμα, ο χρόνος, ο εξοπλισμός κλπ.

Με λίγα λόγια οι πόροι μιας επιχείρησης μπορούν να διατεθούν εκεί που πραγματικά προσδιορίζονται οι ανάγκες και οι απαιτήσεις των πελατών μιας επιχείρησης.

Μέσα απο εκτεταμένη έρευνα, η Servperf έκδοση μπορεί να νομιμοποιηθεί και καθοριστεί περαιτέρω και μπορεί να γίνει ένα πολύτιμο εργαλείο για μελλοντικές χρήσεις στις έρευνες και τις επιχειρήσεις διότι προσφέρει μεγαλύτερη απτότητα στην στρατηγική οργάνωση.

2.10 Επίλογος – Συμπεράσματα :

Η έννοια της ικανοποίησης του πελάτη (CUSTOMER SATISFACTION) συσχετίζεται με την ποιότητα των υπηρεσιών(SERVQUAL) και η ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρει ένας οργανισμός συσχετίζεται άμεσα με την κερδοφορία του.(PROFIT)

Απο μια άλλη στρατηγική οπτική γωνία, η επιχείρηση που μπορεί να βεβαιώσει το τί ακριβώς θέλουν οι πελάτες της και πόσο πολύ το θέλουν για να τους ικανοποιήσει (CUSTOMER SATISFACTION), θα μπορέσει να κατανείμει καλύτερα τους πόρους της για να παρέχει της υπηρεσίες της και τα αγαθά της, αυξάνοντας την Απόδοση των Υπηρεσιών της (SERVPERFORM), μειώνοντας παράλληλα τα κόστη της και αυξάνοντας την κερδοφορία της (PROFIT).

Η εμπειρία έχει δείξει οτι, η εικόνα της μάρκας και η πιστότητα σε αυτήν, που μπορούν να αναπτυχθούν μέσω της ικανοποίησης των πελατών, συνδέονται άμεσα με την αύξηση και διατήρηση του μεριδίου αγοράς τους καθώς και την κερδοφορία του οργανισμού.

Οι εταιρίες εκείνες που παρουσιάζουν μεγάλη πιστότητα στην “μάρκα” και έχουν καλή εικόνα είναι πιο επιτυχημένες συνήθως απ’ ότι αυτές που δεν έχουν τα παραπάνω.

Από όλα τα παραπάνω που είδαμε μπορούμε συμπερασματικά να καταλήξουμε σε μία συμβολική εξίσωση που λέει οτι :

SERVQUAL + SERVPERFORM = Customer Satisfaction + Profit

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Porto Palace Hotel – Banquet Department

3.1 Εισαγωγή:

Το ξενοδοχείο μπορεί να φιλοξενήσει κάθε είδους εκδήλωση έως και 2000 άτομα. Διοργανώνονται συνήθως ομιλίες, επαγγελματικές συνεστιάσεις, ημερίδες, εκθέσεις, γαμήλιες δεξιώσεις, δεξιώσεις βαπτίσεως, δεξιώσεις αρραβώνα, σεμινάρια, συνέδρια, κλπ. στις 12 αίθουσες που διαθέτει. Όλες οι διοργανώσεις κατά κύριο λόγο πλαισιώνονται από επισιτιστικές υπηρεσίες που προσφέρει το ξενοδοχείο. Η εξυπηρέτηση γίνεται απευθείας από την κουζίνα του ξενοδοχείου, όπου παράγονται όλα τα εδέσματα. Υπάρχει πληθώρα επισιτιστικών προτάσεων για κάθε είδους επισιτιστικής υπηρεσίας, ανάλογα με τις ανάγκες της κάθε εκδήλωσης και φυσικά την προτίμηση και το budget του πελάτη.

Με στόχο την εξυπηρέτηση της εκδήλωσης, το τμήμα των επισιτιστικών ενημερώνεται από το τμήμα των πωλήσεων, το οποίο έχει συνεννοηθεί με τον πελάτη, τουλάχιστον μία εβδομάδα νωρίτερα για τις ανάγκες της διοργάνωσης. Στη συνέχεια ο Chef του ξενοδοχείου θα προχωρήσει στην παραγγελία και την προετοιμασία των απαραίτητων υλικών για τη δημιουργία των μενού και παράλληλα το τμήμα του banquet θα ετοιμάσει τις αίθουσες που θα φιλοξενήσουν την εκδήλωση, στην επιθυμητή διάταξη. Σίγουρα η εκάστοτε προετοιμασία τόσο φαγητού όσο και αίθουσας καθορίζεται από το είδος κάθε της εκδήλωσης.

Το τμήμα του banquet φροντίζει, πέρα από το στρώσιμο των αιθουσών στις επιθυμητές διατάξεις και, την εξυπηρέτηση κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης με την παροχή κατάλληλου αριθμού εκπαιδευμένου προσωπικού.

Το τμήμα της κουζίνας φροντίζει για την προετοιμασία των υλικών κάποιες μέρες πριν την εκάστοτε εκδήλωση και την ημέρα της εκδήλωσης δημιουργεί την τελική εικόνα των εδεσμάτων. Τα πιάτα στα σερβιριζόμενα μενού είναι πάντα καλαίσθητα και προσεγμένα, ενώ οι μπουφέςδες είναι πάντα διακοσμημένοι με διάφορα φρούτα, λαχανικά ή και άλλες δημιουργίες του Chef.

Οι γεύσεις των όλων επισιτιστικών μπορεί να είναι απλές και προσιτές, αλλά και πολυσύνθετες και ιδιαίτερες. Την τελική σύνθεση των επισιτιστικών καθορίζει συνήθως ο χρηματικός προϋπολογισμός της κάθε διοργάνωσης.

3.2 Κριτήρια Επιλογής Menu -Buffet

Από το 2005 (έτος έναρξης λειτουργίας του ξενοδοχείου) έως το 2009 υπολογίζεται κατά μέσο όρο 60% η μεγαλύτερη ζήτηση να κλίνει σε Menu 1 & Buffet 1. Παρακάτω περιγράφονται τα κριτήρια επιλογής των ανωτέρω παραθέσεων:

- **Εποχή**

Πιο συγκεκριμένα, την εποχή της άνοιξης, επιλέγεται περισσότερο κρέας με λιγότερο λίπος και αρκετά εύγευστο (π.χ. παϊδάκια).

Από την άλλη, το καλοκαίρι επιλέγεται κρέας με καθόλου λίπος & στεγνό (π.χ. μπιφτεκάκια), ενώ τον χειμώνα η ζήτηση αυξάνεται για λιπαρό κρέας με πικάντικες σάλτσες-σως.

- **Οικονομική Κατάσταση πελάτη**

Εδώ αναφερόμαστε στο 'πορτοφόλι' του πελάτη που καλείται να πληρώσει & ως επί το πλείστον η πρώτη του σκέψη είναι το θέμα των χρημάτων.

Πιο συγκεκριμένα, υπήρχαν πελάτες περίπου το 30% του συνολικού πελατολογίου τα τελευταία 4 χρόνια λειτουργίας του ξενοδοχείου, στους οποίους άρεσε πολύ το Menu 4 (με βαθμό 5 της κλίμακας 1-5), αλλά λόγω χρημάτων & ποιότητας έκλεισαν συμφωνίες με το Menu 1, το οποίο θεωρείται πιο φθηνό από τα υπόλοιπα Menu.

- **Διατροφικές Συνήθειες Πελατών**

Εδώ περιγράφεται η γενικότερη έννοια μιας συνήθειας φαγητού, η οποία μπορεί να αφορά μια συγκεκριμένη παράδοση, κουλτούρα φυλής, έθνους ή κατηγορίας ατόμων.

Για παράδειγμα, πελάτες Έλληνες –Εβραίοι έχουν το έθιμο της θρησκείας & παράδοσής τους να τρώνε κοτόπουλο ή άλλο κρέας, εκτός χοιρινό.

Επιπλέον, μια ομάδα αθλητισμού (π.χ. ποδοσφαίρου ή μπάσκετ) προτιμά ψάρι (σολωμό σχάρας) και φιλέτο κοτόπουλο σαν δεύτερη επιλογή, μιας και τα ανωτέρω είναι πιο ελαφριά & πιο υγιεινά.

3.3 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ MENU 1/ BUFFET 1

Ενδεικτικά Event	ΓΑΜΟΣ ΑΤΟΜΑ	ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΑΤΟΜΑ	ΜΕΡΙΔΕΣ/ ΑΤΟΜΟ	ΣΥΝΟΛΟ	
				ΓΑΜΟΣ	ΣΥΝΕΔΡΙΟ
MENU1	300	100	250 gr	75 ΚΙΛΑ	25 ΚΙΛΑ
BUFFET1	300	100	50 gr x 4*	75+5extra ΚΙΛΑ**	25+5extra ΚΙΛΑ**

Παρατήρηση:

*Ο μπουφές επειδή παρέχει 4 είδη κρέατος (ψάρι-πέρκα, κοτόπουλο, χοιρινό, μπιφτέκι) η μερίδα αντιστοιχεί σε 50 gr.

** Στον μπουφέ υπολογίζεται 5 κιλά εξτρά λόγω του ότι υπάρχει περισσότερη ποικιλία φαγητών & η ποσότητα στο πιάτο του κάθε πελάτη είναι χωρίς περιορισμό.

ΓΙΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ :

Α.Ένα μπουφέ άνα 100 άτομα :

Ψωμιά μπακέτα λευκή 2 τεμ.-μπακέτα μάρνη 2 τεμ.-

Φραντζόλες :πολυέπορο 1τεμ.-σκάστη 1τεμ.-ολικής 1τεμ.κουλούρα 1τεμ.

-χωριάτικο 1τεμ.

- **Σαλάτες:**

1. Ζυμαρικών με μοτσαρέλα και βασιλικό: κόφτο 1.5 kg. (Μακαρόνι)-μοτσαρέλα 400 gr. -ντομάτα 800 gr. -βαλσάμικο 100 gr. Βασιλικό 20 gr.

-ελαιόλαδο 180 gr.

2. Πατατοσάλατα με λουκάνικα : πατάτες 5kg.-λουκάνικα 500 gr. Μαϊντανό-1/2 ματσο-μουστάρδα 150 gr.-ελαιόλαδο 150 gr.

3. Χωριάτικη : ντομάτες 2 kg.-αγγούρι 1.5 kg.-πιπέρια 150 gr.-κρεμμύδι 100 gr.-ελιές 80 gr.-φέτα 200 gr.-κάπαρη 50 gr.-ρίγανη 0.8 gr.

4. Γουόλντορφ: σελινόριζα 1.5 kg.-μήλα πράσινα 800 gr.-καρύδα 120 gr.

Πορτοκάλι 300 gr.-κρέμα 150 gr.-γιαούρτι 200 gr.

5. Παντζάρια με γιαούρτι και καρύδα : παντάρια 2 kg.-γιαούρτι 300 gr.-καρύδα 200 gr.

6. κάπρις : αγκινάρες 1.5 kg.-μοσχάρι 1 kg.-ζάμπον 200 gr.-μουστάρδα 150 gr.-ελαιόλαδο 200 gr.-μαϊντανό ½ μάτσο-ξύδι 80 gr.-

(ΓΙΑ ΟΛΕΣ ΑΛΑΤΙ 200 gr.-ΠΙΠΕΡΙ 150 gr.)

- **Φρέσκα λαχανικά:**

Ντομάτα 2 kg. -αγγούρι 2.5 kg.-μαρούλι 1.5 kg.-αιΐσμπέρκ 3 kg.-καρότο 2 kg.-λάχανο 1.5 kg.- ρόκα 4 ματς.-ραντίτσιο 1kg.-σίκορε 500 gr.-μαϊτάνο 2 ματς.

- **Σαλτσές :**

Βινεγκρέτ : ελαιόλαδο 1 l.-300 ml. Ηλιέλαιο-ξύδι 120 gr.-αλάτι 30 gr.-ζάχαρη 30 gr.-αγγουράκι-κάπαρη 100 gr.-πιπέρι 10 gr.

Κοκτεϊλ : μαγιονέζα 1 kg-κέτσαπ 250 gr.-κονιάκ 30 gr.-σος αγγλέζ 10 gr.

Βαλσάμικο : ελαιόλαδο 500 gr.-βαλσάμικο ξύδι 800 gr.-αλάτι 50 gr.-πιπέρι 10 gr.

- **Ποικιλία άπο κρύα :**

Γκαλαντίνα Πουλερικών: ολόκληρα κοτόπουλα 3τεμ.(3.5kg.)+2kg. Στήθος-κρέμα 1 lt.- 6 αυγά-ζάμπον 400 gr.-αιγινης 800 gr.-αλάτι 50 gr.-πιπέρι λευκό 25 gr.-σάλτσα :μουστάρδας 150 gr.-μαγιονέζα 600 gr.

Ροστ μπίφ : κόντρα μόσχου 4kg.-σάλτσα:150 gr.-μαγιονέζα 600 gr.-μαϊντανό ½ ματς-εστραγκόν 0.8 gr.-αλάτι 60 gr.-πιπέρι λευκό+ μαύρο 30 gr.

Γαρίδες 8 kg. (16 μπλάκ-20ταϊγκερ)-σάλτσα κοκτεϊλ:μαγιονέζα 600 gr.-κέτσαπ 150 gr.-κοκνιάκ 20 gr.σος αγκλέζ 10 gr.

Ντουέτο ξιφίας –καπνιστό σολομό : ξιφίας 5kg.-πέπρι μαύρο κοκκούς 200 gr.-σάλτσα κρέμα 200 gr.-γιαούρτι 400 gr.-άνιθο ½ ματς –λέμονι 2 τεμ.-αλάτι 25 gr.- καπνιστό σολομό 4 kg.-σάλτσα αγιοράπανο 200 gr.-μαγιονέζα 400 gr.-

Λέμονι 2 τεμ.(160 gr.)-πέπρι λευκό 0.5 gr.

- **Ποικιλία από ζεστά :**

Τάρτα με σολομό και σπαράγγια :

Ζυμί: αλεύρι 1kg.-βούτερο 750 gr.- 8 αυγά –αλάτι 30 gr.-κρέμα 1.8 kg.-σολομό 800 gr.

Σπαράγγια 1.5kg.

Τορτελίνια με ντομάτα και βαλσάμικο:

Τορτελίνια 2.5kg. –ντομάτα 1.5 kg.-βασιλικό 50 gr.-ελαιόλαδο 200 gr.

Μεντιαγιόν γαλοπούλα στήθος:

Γαλοπούλα στήθος 5.5 kg.-κρέμα 1.2 lt.-κρασί λευκό 200 gr.-κάρυ 50 gr.-πράσινα μήλα 1 kg.

Φιλετάκια χοιρινό γκοργκοτσόλα :

5.5kg φιλετάκια χοιρινό –κρέμα 1.5 lt.-ντεμί γκλάς 200 gr.-γκοργκοτσόλα 500 gr.

Μπιφτεκάκια :

Μοσχάρι τρανέ 9kg.-μπούτι χοιρινό 3 kg.αυγά 6 τεμ.-ελαιόλαδο 500 gr.-κρεμμύδι ½ kg.-

Μαϊντανό 2 ματς –ψωμιά 2kg.

Φιλετάκια γλώσσας:

5 kg φιλέτο γλώσσας –άμυγδαλο φιλέ 100 gr.-βούτερο 500 gr.-κάπαρι-λέμονια 500 gr.

Αρνί ρολό ψητό:

5.5 kg.αρνί –ντεμί γκλάς 300 gr.-θυμάρι 30 gr.-ελαιόλαδο 200 gr.-βούτερο 100 gr.

Κοτομπουκίες:

στήθος κοτόπουλο 1.8 kg

Β.ΕΝΑ MENUANA 100 ΆΤΟΜΑ :

1. Φύλλα Σπρίνγκ Ρόλς: 200 τεμ.

Ανθότερο 10.5 kg –προσιούτο 3.5 kg. –πιπέρι φλωρίνης (κονσέρβα) 1.5kg.-αυγά 6 τεμ.-ντομάτες 6 kg.- πέστο 0,300 gr.-μαϊντανό 1 ματς




2. “50 Μερίδες Φιλέτο Κοτόπουλο Στήθος 11 kg. (220 gr.)η μερίδα


Λιάστα ντοματάκια 400 gr.-σπανάκι 300 gr.-κανιστό τυρί βέρμιου 1,750 kg.-κρέμα γάλακτος 2lt.-κρασί λευκό 0.500 lt.-εσταραγκόν 50 gr.-αλάτι 150 gr.-πιπέρι λευκό 100 gr.-πατάτες 4kg.-καρότο μεϊκον 1.750 kg.-μπρόκλο 1,300kg. Βούτερο 600 gr.

2.” 50 Στεϊκ Μόσχου(τρανέ): 14 kg (280 gr.)η μερίδα

Μανιτάρια φέτα 800 gr.-μπρόκολο 1,300kg.-σπαράγγια 0,600 gr.-καρότο μπεϊκον 1,750kg.-πατάτες 4kg.-κρεμμύδια 1kg .-μαϊντανό 1 ματς –ελαιόλαδο 500 gr.-αλα΄τι 150 gr.-πιπέρι μαύρο 100 gr.-κρασί κόκκινο 0,500 gr.-κρέμα 0,500 gr.-ντεμί κλάς 300 gr.

3.4 Αίθουσες –Χώροι Συνεδρίων Και Δεξιώσεων:

Αίθουσες	Επίπεδο	Μέγεθος	Διαστάσεις	Χωρητικότητα ατόμων		
						
GRAND PIETRA HALL	ΙΣΟΓΕΙΟ	1300 τμ	50.30 X 21.70	1300	2000	350-600
CRYSTAL HALL	ΙΣΟΓΕΙΟ	390 τμ	31.60 X 12.40	230	450	150
ΑΙΘΟΥΣΑ DOCK SIX	ΙΣΟΓΕΙΟ	240 τμ	20.00 X 12.40	150	220	50
ΑΙΘΟΥΣΑ BIANCO	Α' ΟΡΟΦΟΣ	126 τμ	8.50 X 14.30	55	110	35
ΑΙΘΟΥΣΑ MARRONE	Γ' ΟΡΟΦΟΣ	50 τμ	7.00 X 7.30	25	40	20
ΑΙΘΟΥΣΑ ROSSO	ΙΣΟΓΕΙΟ	40 τμ	6.80 X 5.80	18	30	15
ΑΙΘΟΥΣΑ AZZURO	ΙΣΟΓΕΙΟ	40 τμ	6.80 X 5.80	20	40	20
V.I.P. LOUNGE	ΙΣΟΓΕΙΟ	30 τμ	5,00 X 6,00	18	20	15
ΑΙΘΟΥΣΑ VERDE	ΙΣΟΓΕΙΟ	18 τμ	6,00 X 3,00	10	15	10
ΑΙΘΟΥΣΑ GIALLO	ΙΣΟΓΕΙΟ	10 τμ	4,00 X 2,50	6	-	-
ΑΙΘΟΥΣΑ TIMBER	ΙΣΟΓΕΙΟ	225 τμ	18,00 X 12,40	155	250	50
ΖΑΥΤΙΝΥΑ RESTAURANT	ΙΣΟΓΕΙΟ	460 τμ	13,95 X 33,10	150	200	80
Οπτικοακουστικός εξοπλισμός αιθουσών						

Αίθουσες	Επίπεδο	Μέγεθος	Διαστάσεις	Χωρητικότητα ατόμων		
						
GRAND PIETRA HALL	ΙΣΟΓΕΙΟ	1100 τμ	50.30 X 21.70	1500	1100	2000
CRYSTAL HALL	ΙΣΟΓΕΙΟ	390 τμ	31.60 X 12.40	300	280	580
ΑΙΘΟΥΣΑ DOCK SIX	ΙΣΟΓΕΙΟ	240 τμ	20.00 X 12.40	200	160	250
ΑΙΘΟΥΣΑ MARRONE	Γ' ΟΡΟΦΟΣ	50 τμ	7.00 X 7.30	50	40	60
V.I.P. LOUNGE	ΙΣΟΓΕΙΟ	30 τμ	5,00 X 6,00	30	22	40
'SUMMER TIMES' LOUNGE BAR RESTAURANT	ROOF GARDEN	500 τμ	33,00 X 15,00	-	300	500
ΖΑΥΤΙΝΥΑ RESTAURANT	ΙΣΟΓΕΙΟ	460 τμ	13,95 X 33,10	300	250	400
TIMBER HALL	ΙΣΟΓΕΙΟ	207 τμ	28,00 X 7,40	200	160	150
Οπτικοακουστικός εξοπλισμός αιθουσών						

3.5 Πολυκή Banquet:

GRAND PIETRA

MENU	1	2	3	4
PAX	1100	1100	1100	1100
TABLES	91	92	93	95
STAFF	61	65	75	85
PRICE	32.00	38.00	41.00	53.00

GRAND PIETRA

BUFFET	1	2	3	4
PAX	800	800	800	800
TABLES	67	67	68	70
STAFF	44	44	45	50
PRICE	37.00	43.00	46.00	53.00

CRYSTAL HALL

MENU	1	2	3	4
PAX	280	280	280	280
TABLES	23	23	24	24
STAFF	16	16	20	21
PRICE	27.00	31.00	35.00	45.00

CRYSTAL HALL

	1	2	3	4
BUFFET				
PAX	230	230	230	230
TABLES	19	19	20	21
STAFF	18	18	19	20
PRICE	32.00	36.00	38.00	45.00

DOCK SIX HALL

	1	2	3	4
MENU				
PAX	150	150	150	150
TABLES	13	13	14	15
STAFF	11	11	12	14
PRICE	22.00	27.00	30.00	40.00

DOCK SIX HALL

	1	2	3	4
BUFFET				
PAX	125	125	125	125
TABLES	10	10	11	12
STAFF	12	12	13	15
PRICE	30.00	34.00	36.00	43.00

TIMBER HALL

MENU	1	2	3	4
PAX	190	190	190	190
TABLES	15	15	16	16
STAFF	13	13	14	15
PRICE	27.00	31.00	35.00	45.00

TIMBER HALL

BUFFET	1	2	3	4
PAX	190	190	190	190
TABLES	15	15	16	16
STAFF	18	18	19	19
PRICE	32.00	36.00	38.00	45.00

ROOF GARDEN

MENU	1	2	3	4
PAX	400	400	400	400
TABLES	33	33	33	33
STAFF	23	23	24	28
PRICE	27.00	31.00	35.00	45.00

ROOF GARDEN

BUFFET	1	2	3	4
PAX	320	320	320	320
TABLES	26	26	26	26
STAFF	24	24	25	28
PRICE	32.00	36.00	38.00	45.00

3.6 Τα Ποσοστά Των Πωλήσεων Του Χρόνου

ΓΑΜΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΒΑΠΤΙΣΕΙΣ
ΓΕΥΜΑΤΑ

	Buffet 1	Menu light 1	Buffet 1	Menu 1
ΠΟΥΛΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ	30%	20%	10%	3%
	Menu	Buffet light 1	Menu 1	Buffet 1
ΠΟΥΛΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ	10%	15%	5%	2%

3.7 Convention & Congress

Στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο μπορούν να φιλοξενηθούν επαγγελματικές εκδηλώσεις έως και 2000 ατόμων, ανάλογα βέβαια με την διάταξη της αίθουσας. Οι περισσότερες διοργανώσεις προσθέτουν κάποια επισιτιστική υπηρεσία στην διεξαγωγή της εκδήλωσης.

Οι εκδηλώσεις επαγγελματικής φύσεως όπως σεμινάρια ή συνέδρια συνήθως πλαισιώνονται από ένα τουλάχιστον διάλειμμα καφέ (coffee break). Από κει και πέρα, ανάλογα τη διάρκεια της εκδήλωσης, το ύψος της και το διαθέσιμο budget μπορούν να προστεθούν και άλλες επισιτιστικές υπηρεσίες όπως ένα ελαφρύ γεύμα (light lunch), κάποιο επαγγελματικό δείπνο (gala dinner) ή ένα κοκτέιλ (cocktail reception).

Τα διαλείμματα καφέ περιλαμβάνουν ποικιλίες καφέ και τσαγιού και συνοδεύονται από διάφορα βουτήματα ή κάποιο άλλο συνοδευτικό. Είναι πιο εύκολη η προετοιμασία τους σε σύγκριση με άλλου είδους επισιτιστικά. Το τμήμα του banquet αναλαμβάνει ότι έχει να κάνει με καφέδες, χυμούς και νερό ενώ το τμήμα της κουζίνας φροντίζει για τα βουτήματα ή τα σαντουϊτσάκια που θα επιλεγθούν. Η προετοιμασία γίνεται συνήθως την προηγούμενη ημέρα. Κατά τη διεξαγωγή του αναλαμβάνει barman την παραγωγή των ροφημάτων και σερβιτόροι την εξυπηρέτηση των συνέδρων.

Το γεύμα και το δείπνο υπάρχει δυνατότητα να είναι είτε σε μπουφέ, είτε σε σερβιριζόμενο ατομικό μενού, σε συνδυασμό με κάποιο πακέτο ποτών. Η προετοιμασία αρχίζει λίγες μέρες νωρίτερα από την κουζίνα, ανάλογα βέβαια με τη σύνθεση του μενού. Τα εδέσματα μαγειρεύονται την ίδια μέρα λίγο πριν την προσέλευση των συνδαιτυμόνων. Το σέρβις γίνεται από πολυάριθμους σερβιτόρους κατευθείαν από την κουζίνα του ξενοδοχείου.

Το κοκτέιλ αποτελείται συνήθως από finger food, τα οποία συνοδεύουν κάποιο κρασί ή άλλο ελαφρύ ποτό. Η προετοιμασία γίνεται μία μέρα πριν συνήθως και ολοκληρώνονται την μέρα, λίγο πριν την διεξαγωγή.

Παρακάτω παρατίθενται διάφορες προτάσεις κάθε είδους επισιτιστικών υπηρεσιών του ξενοδοχείου για την εξυπηρέτηση επαγγελματικής φύσεως εκδηλώσεων.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

COFFEE BREAK

COFFEE BREAK 1 Ποικιλίες, Βουτήματα	Καφές φίλτρου, Νες καφέ, Τσάι σε διάφορες
COFFEE BREAK 2 διάφορες	Καφές φίλτρου, Νες καφέ, Espresso, Τσάι σε Ποικιλίες, Χυμοί φρούτων, Βουτήματα
COFFEE BREAK 3 διάφορες	Καφές φίλτρου, Νες καφέ, Espresso, Τσάι σε Ποικιλίες, Χυμοί φρούτων, Βουτήματα, Κέικ
COFFEE BREAK 4 διάφορες Ποικιλίες, Χυμοί φρούτων, Κέικ δύο ειδών, Cookies, Ποικιλία ελληνικών γλυκών	Καφές φίλτρου, Νες καφέ, Espresso, Τσάι σε
COFFEE BREAK 5 διάφορες Ποικιλίες, Χυμοί φρούτων, Αναψυκτικά. Κρουασάν με ζαμπόν τυρί, (2 τεμ./άτομο) Κέικ δύο ειδών Βουτήματα, Γαλλικά παστάκια. Φρούτα εποχής	Καφές φίλτρου, Νες καφέ, Espresso, Τσάι σε
COFFEE BREAK 6 Σοκολάτα, Τσάι σε διάφορες ποικιλίες, Χυμοί φρούτων, Αναψυκτικά. Κρουασάν Ζαμπόν τυρί, Όπεν φέις σάντουιτς με Καπνιστή γαλοπούλα, Όπεν φέις σάντουιτς	Καφές φίλτρου, Νες καφέ, Espresso, Ντεκαφεϊνέ,

με ροστ μπιφ,Βουτήματα,

Κέικ δύο ειδών, Γαλλικά παστάκια, ,

Ταρτάκια φρούτων. Φρούτα εποχής

COFFEE BREAK 7 (Light Lunch)

Καφές φίλτρου, Νες καφέ, Espresso, Ντεκαφεϊνέ,

Ζεστή σοκολάτα, Τσάι σε διάφορες ποικιλίες,

Χυμοί φρούτων, Αναψυκτικά.

Πολύσπορα με Καπνιστό σολομό,

Κρουασάν ζαμπόν τυρί, Όπεν φέις σάντουιτς

με ροστ μπιφ, Όπεν φέις Σάντουιτς με προσιούτο,

Βουτήματα Κέικ Δύο ειδών, Γαλλικά παστάκια,

Σουδάκια, Ταρτάκια φρούτων, Εκλαιράκια,

Φρούτα εποχής

OPEN FACE SANDWICH (EXTRA)

ΓΙΑ COFFEE BREAK

Τζιαπάτα με τόνο, Λευκά ρολς με γαλοπούλα και μανούρι,

Κρουασάν με ζαμπόν τυρί, Πολύσπορα με ροστ μπιφ και αγριορέπανο

COCKTAIL RECEPTION extra

Χυμοί φρούτων, Αναψυκτικά. Κρουασάν
Ζαμπόν τυρί, Όπεν φέις σάντουιτς με
Καπνιστή γαλοπούλα, Όπεν φέις σάντουιτς
με ροστ μπιφ, Κέικ δύο ειδών, Γαλλικά παστάκια, ,
Ταρτάκια φρούτων. Φρούτα εποχής

COCKTAIL RECEPTION 1

(ΑΝΩ 30 ΑΤΟΜΩΝ)

Ποικιλία από καναπεδάκια

Σολομός μαρινέ με λεμόνι και άνηθο
Ροστ μπιφ με αγριοράπανο και μυρωδικά
Ντομάτα μοτσαρέλα με πέστο και πάστα ελιάς

Ποικιλία από ζεστά

Μελιτζανομπουρεκάκια
Μίνι κίς λορέν
Σπανακοτυροπιτάκια με ανθότυρο
Μίνι σουβλάκια κοτόπουλο με μπέικον

Κοκτέιλ συνοδευτικά

Τσιπς , Ξηροί καρποί

Πίκλες

Πράσινες και μαύρες ελιές
Στικ από φρέσκα λαχανικά με δυο σάλτσες

Επιδόρπια

Ποικιλία από γαλλικά παστάκια
Ταρτάκια φρούτων – Σουδάκια

COCKTAIL RECEPTION 2

Ποικιλία από καναπεδάκια

Ταρτάκια με τονοσαλάτα
Προσιούτο με πεπόνι
Τυρί κότατζ με μπρικ και άνηθο
Πέστροφα καπνιστή με λεμόνι
Σουδάκια με πατέ

Ποικιλία από ζεστά

Τυροπιτάκια με μυζήθρα
Φιλετάκια κοτόπουλου με σουσάμι
Μίνι βολοβάν γεμιστά μεμανιτάρια
Χοιρινά σουβλάκια μίνι με μουστάρδα
Σπρινγκ ρολς με γαρίδα

Κοκτέιλ συνοδευτικά

Τσιπς – ξηροί καρποί
Πίκλες

Πράσινες και μαύρες ελιές

Στικ από φρέσκα λαχανικά με δύο σάλτσες

Επιδόρπια

Ποικιλία από γαλλικά παστάκια

Εκλαιράκια – τάρτες φρούτων

Σιροπιαστά δυο είδη

COCKTAIL RECEPTION 3

Ποικιλία από καναπεδάκια

Καπνιστή γαλοπούλα με ανανά

Μαύρη μπαγκέτα με καπνιστό σολομό και τυρί Φιλαδέλφεια

Ταρτάκια με γαριδοσαλάτα

Ελβετικό τυρί με σέλερι και καρύδια

Καρπάτσιο με ρόκα και παρμεζάνα

Ποικιλία από ζεστά

Σπρινγκ ρολς

Γαρίδες τεμπούρα

Μανούρι πανέ με καρυδιά

Μπουκιές από κοτόπουλο με μπέικον και σάλτσα hoisin

Μίνι σουβλάκια από ξιφία με λαχανικά

Φιλετάκια μόσχου στο γκριλ

Κοκτέιλ συνοδευτικά

Τσιπς – ξηροί καρποί

Πίκλες

Πράσινες και μαύρες ελιές

Στικ από φρέσκα λαχανικά με δύο σάλτσες

Επιδόρπια

Γαλλικά παστάκια σε τρεις γεύσεις

Ποικιλία από ελληνικά γλυκά

Μίνι εκλαίρ – σου και κοκ

Ταρτάκια φρούτων

COCKTAIL RECEPTION 4

Ποικιλία από καναπεδάκια

Καπνιστός σολομός

Σου με μους φουά γκρα

Ροκφόρ με καρύδια

Φιλέτο πάπιας με σάλτσα μήλου σε ταρτάκι

Μενταγιόν αστακού με χαβιάρι oscietre

Προσιούτο με μάνγκο

Ποικιλία από ζεστά

Μανιτάρια πλευρώτους με μανούρι και χοιρομέρι

Κοτολέτα αρνιού πανέ με κάρυ

Σφολιατίνια με τυριά και χόρτα

Μίνι σουβλάκια με χοιρινό φιλέτο τεριγιάκι

Γλώσσα πανέ με σως ταρτάρ

Μίνι πουγκάκια με θαλασσινά

Κοκτέιλ συνοδευτικά

Τσιπς – ξηροί καρποί

Πίκλες

Κουακαμόλε με τάκος

Πράσινες και μαύρες ελιές

Στικ από φρέσκα λαχανικά με δύο σάλτσες

Επιδόρπια

Ταρτάκια φρούτων – γαλλικά παστάκια

Τραγανό μιλφέιγ – σου – εκλαιράκια

Ποικιλία ελληνικών γλυκών

COCKTAIL RECEPTION

(ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΣΠΕΣΙΑΛΙΤΕ)

Ποικιλία από καναπεδάκια

Ταραμοσαλάτα

Μελιτζανοσαλάτα

Χταπόδι με ρίγανη και ξύδι

Καπνιστό τυρί Μετσόβου

Γαρίδες με λάδι και λεμόνι

Ποικιλία από ζεστά

Μπουρεκάκια με μελιτζάνα

Σπανακοπιτάκια

Τηγανιτά μύδια πανέ

Παραδοσιακά κερτεδάκια

Μίνι σουβλάκι χοιρινό

Σουβλάκια από ξιφία

Κοκτέιλ συνοδευτικά

Τσιπς – ξηροί καρποί

Ποικιλία ελληνικών τυριών

Πίκλες – πράσινες και μαύρες ελιές

Στικ από φρέσκα λαχανικά με δύο σάλτσες

Επιδόρπια

Ποικιλία παραδοσιακών γλυκών

Menu Light (με επιλογή)

No 1

Κλασική σαλάτα καίσαρα

ή

Πράσινη σαλάτα με αβοκάντο, ντοματίνια τσέρι,

Κρουτόν σκόρδου και σάλτσα vinaigrette

Φιλέτο από κοτόπουλο γεμιστό με σπανάκι

και μανιτάρια σάλτσα εστραγκόν πατάτες σωτέ

Μπρόκολο με αμύγδαλο,καρότα baby

ή

Χοιρινά μενταγιόν σωτέ με σάλτσα μουστάρδας

Μπουκέτο λαχανικών πατάτες ντοφινουάζ

Πανακότα σάλτσα φρούτων

ή

Φρουτοσαλάτα με παγωτό

No 2

Φιλετάκια από κοτόπουλο σχάρας μαριναρισμένα
με βαλσάμικο και κρουτόν επάνω σε καρδιές μαρουλιών

Ντοματίνια και κουκουνάρια

ή

Τρυφερά φύλλα μαρουλιών και ρόκας
με μπέικον, λιαστά ντοματάκια
και κρουτόν, σάλτσα ροκφόρ

Αρνάκι ψητό με δεντρολίβανο

Κολοκυθάκια σωτέ ντοματάκι γλασσέ

Πατάτες boulangier

ή

Σολομός σχάρας σάλτσα βουτύρου

Λαχανικά ατμού

Φωλιά κανταΐφι με παγωτό βανίλια

ή

Καρυδόπιτα με παγωτό

Σάλτσα καραμέλας

Menu

No 1

Φρέσκια μοτσαρέλα με ντομάτα

Σάλτσα vinaigrette και βαλσάμικο

Φιλέτο από κοτόπουλο

Γεμιστό με σπανάκι και μανιτάρια

Σάλτσα κρέμας εστραγκόν πατάτες με κολιάνδρο

Μπουκέτο λαχανικών

Πανακότα με σάλτσα βατόμουρο

No 2

Φιλετάκια από κοτόπουλο σχάρας

Μαριναρισμένα με βαλσάμικο και κρουτόν

επάνω σε τραγανές καρδιές

Μαρουλιών με κουκουνάρι

Φιλετάκια χοιρινά

Σάλτσα μουστάρδας καιμανιτάρια
Φύλλο αρακά με μπέικον καρότα βισύ
Πατάτες λιονέζ

Τιραμισού με σάλτσα βανίλια

No 3 A

Σολομός μαρινέ και σαλάτα καίσαρα
σε ντρέσινγκ πιπερόριζας
Φιλετάκια από χοιρινό καρέ με πράσινο πιπέρι
και κόκκους μουστάρδας καρότα baby
Πράσινα σπαράγγια καιμανιτάρια πατάτες βουτύρου
Καρυδόπιτα με παγωτό βανίλια
και σάλτσα καραμέλας

No 3 B

Σολομός μαρινέ και σαλάτα καίσαρα
σε ντρέσινγκ πιπερόριζας
Χοιρινό φιλέτο (ψαρονέφρι) με πράσινο πιπέρι
και κόκκους μουστάρδας δεματάκια από καρότο
Πράσινα σπαράγγια καιμανιτάρια πατάτες σατώ
Καρυδόπιτα με παγωτό βανίλια

και σάλτσα καραμέλας

No 4

Μενταγιόν συναγρίδας, σολομού και γαρίδας

επάνω σε ταμπουλέ αβοκάντου

και μυρωδικά Κρήτης

Ντουέτο από μπουτάκι και κοτολέτα αρνιού

με σπανάκι μανιτάρια και πατάτες ριζολέ

Σάλτσα με θυμάρι

Λεμονόπιτα με σάλτσα βανίλιας

No 5

Μιλφέιγ λαχανικών με μοτσαρέλα

Κουλίσ τομάτας με σάλτσα πέστο

Φιλέτο μόσχου και σάλτσα κόκκινου

Κρασιού με πράσινο πιπέρι πατάτες ριζολέ

Μπουκέτο φρέσκων λαχανικών

Μιλφέιγ με κρέμα cointreau

και φράουλες με τη σάλτσα

No 6

Executive

Καπνιστός σολομός

Παραδοσιακή γαρνιτούρα και σάλτσα αγριοράπανο

Σορμπέ πορτοκάλι με campari

Χοιρινό φιλέτο γεμιστό με γραβιέρα

Λιαστή ντομάτα και κουκουνάρι σάλτσα μουστάρδας

Ζουλιέν λαχανικών πατάτες παριζιέν

Τραγανή τουλίπα επάνω σε κουλίζ φράουλας

με φρέσκα φρούτα παγωτό βανίλια

και ζεστή σάλτσα σοκολάτας

Ελληνικά Menu (με επιλογή)

No 1

Τηγανιτός μπακαλιάρος με σκορδαλιά

Πατάτες και κολοκυθάκια ατμού

ή

Παραδοσιακός μουσακάς

Σαλάτα χωριάτικη

ή

Μαρούλι με άνηθο και φρέσκο κρεμμυδάκι

Αρνάκι ψητό φούρνου

με πατάτες αρωματισμένες με ρίγανη

ή

Σοφρίτο από μοσχαράκι
με πουρέ πατάτας και ντοματάκι γλασσέ

Φωλιά κανταΐφι με παγωτό

ή

Γαλακτομπούρεκο

No 2

Φιλέτο ψαριού α λα σπετσιώτα

Πατάτες ατμού με μαϊντανό

ή

Ντομάτες και πιπεριές γεμιστές

με ρύζι και μυρωδικά

Σαλάτα χωριάτικη

ή

Πικάντικη μακεδονική

Χοιρινό σουβλάκι με πιπεριά και κρεμμύδι

Λαχανικά σχάρας πατάτες σωτέ

ή

Ρολό αρνιού ψητό με δεντρολίβανο

Σάλτσα από κρασί και θυμάρι

Μελωμένες πατάτες φούρνου

Μπουκέτο λαχανικών

Καρυδόπιτα με παγωτό βανίλια

Σάλτσα καραμέλας

ή

Ποικιλία ελληνικών γλυκών με παγωτό

Light Buffet

No 1

Άνω των 30 ατόμων

Σαλάτες

Χωριάτικη

Πατατοσαλάτα με vinaigrette

Σαλάτα ζυμαρικών με μοτσαρέλα και βασιλικό

Σαλάτα ρυζιού mexicain

Ποικιλία από σαλάτες με φρέσκα λαχανικά

Σάλτσες

Βινεγκρέτ, Κοκτέιλ, Βαλσάμικο

Ποικιλία από κρύα ορεκτικά

Καρέ χοιρινό γεμιστό με σύκα σάλτσα μουστάρδας

Τερίνα πέρκας με θαλασσινά σάλτσα χίλια νησιά

Ποικιλία από ζεστά

Σπανακοτυρόπιτα

Πένες με φρέσκα ντομάτα και φέτα

Φασολάκια με μπέικον – Καρότα baby

Ρύζι τηγανιτό – Πατάτες με δεντρολίβανο

Φιλέτο ψαριού ποσέ με σάλτσα λεμόνι

Φιλετάκια από κοτόπουλο σάλτσα εστραγκόν

Emince μόσχου μεμανιτάρια και αγγουράκι τουρσί

Ποικιλία από ελληνικά και ξένα τυριά

Επιδόρπια

Παρουσίαση φρέσκων φρούτων

Γαλλικά παστάκια

Ποικιλία ελληνικών γλυκών

No 2

Άνω των 30 ατόμων

Σαλάτες

Χωριάτικη

Πατατοσαλάτα με λουκάνικα και μουστάρδα

Νισουάζ

Σαλάτα με κίτρινα τυριά ,celery , μήλα και καρύδια

Σαλάτα ζυμαρικών με αλλαντικά και σάλτσα cocktail

Ποικιλία από σαλάτες με φρέσκα λαχανικά

Σάλτσες

Vinaigrette, Cocktail, Βαλσάμικο

Ποικιλία από κρύα ορεκτικά

Roast Beef με μυρωδικά και σάλτσα μουστάρδας

Πέστροφα και mackerel καπνιστό σάλτσα αγριοράπανο

Ποικιλία από ζεστά

Πρασόπιτα με γραβιέρα

Μπρόκολο βουτύρου – Καρότα parisien

Ρύζι με μανιτάρια – Σπαγγέτι καρμπονάρα

Πατάτες boulangier

Ψητό μπούτι αρνιού με σάλτσα από θυμάρι

Φιλετάκια γλώσσας ποσέ με σάλτσα σαμπάνιας

Φιλετάκια κοτόπουλου σχάρας με κόκκινο πιπέρι

Ποικιλία από ελληνικά και ξένα τυριά

Επιδόρπια

Παρουσίαση φρέσκων φρούτων

Ποικιλία από γαλλικά παστάκια

Ταρτάκια φρούτων – Ποικιλία ελληνικών γλυκών

Buffet Menu (άνω των 70 ατόμων)

No1

Σαλάτες

Νισουάζ – Mexicain – Χωριάτικη

Πατατοσαλάτα με vinaigrette και πίκλες

Σαλάτα ζυμαρικών με μοτσαρέλα και βασιλικό

Πράσινη με κοτόπουλο και κουκουνάρια

Ποικιλία από σαλάτες με φρέσκα λαχανικά

Σάλτσες

Vinaigrette, Cocktail, βαλσάμικο

Ποικιλία από κρύα ορεκτικά

Πέστροφα και mackerel καπνιστό σάλτσα αγριοράπανο
Καρέ χοιρινό γεμιστό με δαμάσκηνα ή σύκα σάλτσα ανανά
Γκαλαντίνα πουλερικών σάλτσα μουστάρδας

Ποικιλία από ζεστά

Σπανακοτυρόπιτα
Ραβιόλια με σολομό και βότκα
Μενταγιόν από χοιρινό καρέ με σάλτσα μουστάρδας
Μπουκιές από κοτόπουλο με σάλτσα εστραγκόν
Μπιφτεκάκια σχάρας
Φιλετάκια πέρκα μενιέρ και κάπαρη
Φασολάκια με μπέικον – Καρότα baby με σουσάμι
Ρύζι τηγανιτό μεμανιτάρια
Πατάτες αρωματισμένες με Rosemarie
Ποικιλία από ελληνικά και ξένα τυριά

Επιδόρπια

Παρουσίαση φρέσκων φρούτων – Ποικιλία ελληνικών γλυκών
Γαλλικά παστάκια – Τούρτες διάφορες
Σιροπιαστά

No 2

Σαλάτες

Πατατοσαλάτα με λουκάνικα – Χωριάτικη – Τυροσαλάτα

Ανταλούζ – Φασολάκια με ζαμπόν καιμανιτάρια

Γαλοπούλα με ανανά κάσιους και τζίντζερ

Πένες με τόνο, ελιές, πιπεριές, σάλτσα cocktail

Ποικιλία από σαλάτες με φρέσκα λαχανικά

Σάλτσες

Vinaigrette, Cocktail, βαλσάμικο

Ποικιλία από κρύα ορεκτικά

Roast Beef μαριναρισμένο με μυρωδικά, σάλτσα μουστάρδας

Στήθος γαλοπούλας με ανανά σάλτσα κάρυ

Σολομός μαρινέ με παντζάρι σάλτσα κρέμα

Τερίνα ψαριού με γαρίδα σάλτσα ραπανιού

Ποικιλία από ζεστά

Πρασόπιτα με γραβιέρα

Τορτελίνια με σάλτσα φρέσκιας ντομάτας και βασιλικού

Ψητό μπούτι αρνιού με σάλτσα από θυμάρι

Φιλετάκια γλώσσας ποσέ με σάλτσα σαμπάνιας

Φιλετάκια κοτόπουλου σχάρας με κόκκινο πιπέρι

Χοιρινό εσκάλοπ με σάλτσα πορτοκάλι

Μπρόκολο βουτύρου – Καρότα parisien

Ρύζι με μπέικον και μυρωδικά

Πατάτες boulanger

Ποικιλία από ελληνικά και ξένα τυριά

Επιδόρπια

Παρουσίαση φρέσκων φρούτων – Ποικιλία ελληνικών γλυκών

Γαλλικά παστάκια – Ταρτάκια – Τούρτες διάφορες

Σιροπιαστά

No 3

Σαλάτες

Πατατοσαλάτα με μαγιονέζα – Χωριάτικη – Γουόλντορφ

Κάρμεν – Σαλάτα του καίσαρα – Νισουάζ με τόνο

Σαλάτα ζυμαρικών με αλλαντικά και σάλτσα μουστάρδας

Ποικιλία από σαλάτες με φρέσκα λαχανικά

Σάλτσες

Vinaigrette – Cocktail – βαλσάμικο

Ποικιλία από κρύα ορεκτικά

Φρεσκομαριναρισμένος σολομός σάλτσα αγριοράπανο

Γαρίδες σιντριβάνι σάλτσα cocktail

Φιλέτο μόσχου γουέλιγκτον σάλτσα μουστάρδας

Γαλοπούλα καπνιστή με σπαράγγια

Ξιφίας ψητός με διάφορα πιπέρια σάλτσα κρέμα λεμόνι

Ποικιλία από ζεστά

Τάρτα με σολομό και σπαράγγια

Πένες με φρέσκια ντομάτα και φέτα

Entrecote μόσχου μεμανιτάρια και κρασί Porto

Μενταγιόν στήθος γαλοπούλα σωτέ με σάλτσα κάρι ξινόμηλα

Συναγρίδα σχάρας με λαδολέμονο και μαϊντανό

Φιλετάκια χοιρινά σωτέ με σάλτσα γκοργκοντζόλας

Ρύζι τηγανιτό με λαχανικά

Μπουκέτο φρέσκων λαχανικών στον ατμό

Πατάτες ντοφινουάζ

Ποικιλία από ελληνικά και ξένα τυριά

Επιδόρπια

Παρουσίαση φρέσκων φρούτων – ποικιλία από ελληνικά γλυκά

Γαλλικά παστάκια – Διάφορες τούρτες – Ταρτάκια φρούτων

Μιλφέιγ –Σιροπιαστά

No 4

Σαλάτες

Καπρίς – Ογκρουάζ – Παντζάρια με γιαούρτι και καρύδια

Ρύζι με γαρίδες mexicain – Χωριάτικη – Ταμποulé

Πατατοσαλάτα με μπέικον μουστάρδα – Ζυμαρικά με τόνο

Ποικιλία από σαλάτες με φρέσκα λαχανικά

Σάλτσες

Vinaigrette, Cocktail, Βαλσάμικο

Ποικιλία από κρύα ορεκτικά

Καπνιστός σολομός με σάλτσα αγριοράπανο

Προσιούτο Πάρμας με φρούτα

Πατέ από αγριογούρουνο με δαμάσκηνα σάλτσα gooberland

Roast Beef a l' anglaise με σάλτσα μουστάρδας

Αστακός με γαρίδες σάλτσα χίλια νησιά

Ποικιλία από ζεστά

Πράσινες ταλιατέλες με θαλασσινά

Κοτολέτες αρνιού με δεντρολίβανο

Φιλετάκια σολομού στο grill με σάλτσα βουτύρου και λευκό κρασί

Filet mignon με σάλτσαμανιτάρια και κρασί

Φιλετάκια γλώσσας μενιέρ με αμύγδαλα

Σπετσοφάι

Ρύζι τηγανιτό με μυρωδικά

Φύλλο αρακά με σέλινο – Καρότα βουτύρου

Πατάτες normand

Carving station

Γουρουνόπουλο μπούτι

Ποικιλία ελληνικών και ξένων τυριών

Επιδόρπια

Παρουσίαση φρέσκων φρούτων – Ποικιλία ελληνικών γλυκών

Γαλλικά παστάκια – Ποικιλία από διάφορες τούρτες – Ταρτάκια

Σιροπιαστά – Σουδάκια – Μιλφέιγ

BUFFET B.B.Q

(άνω των 100 ατόμων)

Σαλάτες

Μελιτζανοσαλάτα – Πατατοσαλάτα – Χωριάτικη

Τζατζίκι – Τυροκαυτερή – Φάβα – Χόρτα βραστά

Φασόλια μαυρομάτικα – Χταπόδι με κοφτό μακαρόνι

Σαλάτα γαλοπούλας(mauri turkey) – Πιπεριές ψητές

Ποικιλία από σαλάτες με φρέσκα λαχανικά

Σάλτσες

Βινεγκρέτ, Βαλσάμικο, Ροκφόρ, Κοκτέιλ, Λαδολέμονο

Ποικιλία από κρύα ορεκτικά

Ροστ μπιφ με μυρωδικά σάλτσα μουστάρδας

Καπνιστός σολομός σάλτσα αγριοράπανο

Προσιούτο Πάρμας με πεπόνι ή σύκα

Ποικιλία από καπνιστά ψαριά σάλτσα κρέμα λεμόνι

Σπαράγγια βινεγκρέτ

Ποικιλία από ζεστά

Παϊδάκια αρνιού – Μπιφτεκάκια

Σουβλάκια – Κοτόπουλο – Λουκάνικα

Φιλετάκια βοδινά – Πανσέτες

Φιλετάκια χοιρινά – Λουκάνικα χωριάτικα

Γαρίδες – Σολομός φιλέτο

Πιπεριές ψητές, καλαμπόκι ψητό, μπουκέτο λαχανικών

Σπανακόπιτα, τυρόπιτα, πατάτες σε αλουμινόχαρτο

Carving

Μπούτι χοιρινό ή γουρουνόπουλο

Σάλτσες

B.b.q, Μπεαρναίζ, Σαμπάνιας, Λαδολέμονο

Ποικιλία από ελληνικά και ξένα τυριά

Επιδόρπια

Παρουσίαση από φρέσκα φρούτα – Ποικιλία ελληνικών γλυκών

Παστάκια – Διάφορες τούρτες – Ταρτάκια – Σουδάκια – Τρίγωνα

Σιροπιαστά

Gala Menu

No 1

Τριαντάφυλλα από καπνιστό σολομό

Σάλτσα αγριοράπανο

Τάρτα πατάτας με κόκκινο κρεμμύδι

Σορμπέ από πράσινο λεμόνι

Τρυφερά φύλλα μαρουλιών και ρόκας

με μπέικον, κρουτόν, λιαστή ντομάτα και κουκουνάρι

Σάλτσα vinaigrette με βαλσάμικο

Φιλετάκια χοιρινά με σάλτσα από δαμάσκηνα

Μπουκέτο λαχανικών πατάτες ριζολέ

Αχλάδι ποσέ σε κόκκινο κρασί

Παγωτό βανίλια

Καφές φίλτρου

Πτι φουρ

No 2

Πουγκί με γαρίδες χτένια αστακό

Σάλτσα βουτύρου με σαφράν και μπρικ

Σορμπέ gin fizz ή Σορμπέ μάνγκο

Βελγικά αντίδια και καρδιές μαρουλιών

με πράσινο μήλο και καρύδια

Σάλτσα vinaigrette με καρυδέλαιο

Καρδιά από φιλέτο μόσχου με

σάλτσα porto και πράσινο πιπέρι

Μπουκέτο λαχανικών πατάτες chateau

Λάβα σοκολάτας με παγωτό

και σάλτσα μάνγκο (έως 100 άτομα)

ή

Μιλφείγ σοκολάτας με βατόμουρα

και σάλτσα εξωτικών φρούτων

Καφές φίλτρου

Πτι φουρ

No 3

Χορτόσουπα με προσιούτο

και τραγανά κρουτόνς

(έως 100 άτομα)

Ρουλάδες καπνιστού και μαρινέ σολομού

και αρωματικά χόρτα σάλτσα κρέμας με

Άρωμα μουστάρδας και άνηθο

ή

Μπρεζάολα και προσιούτο

με εξωτικά φρούτα και πεπόνι μαριναρισμένο με Porto

ή

Γαρίδες με κολοκυθάκια

Ελαιόλαδο και χυμό λεμονιού

Σορμπέ πορτοκάλι με campari

Φιλετάκια μόσχου γάλακτος

Γεμιστά με καραβίδες

Σάλτσα americain

Julienne φρέσκων λαχανικών ατμού

Πατάτες maitre d' hotel

Ζεστή μηλόπιτα με παγωτό βανίλια

Σάλτσα κανέλας

Καφές φίλτρου

Πτι φουρ

No 4

Σούπα αστακού

με μπρινουάζ λαχανικά

(έως 100 άτομα)

Φιλέτο τσιπούρας επάνω σε φύλλα
από σπανάκι σάλτσα βουτύρου με γαρίδες

Σορμπέ βότκα

Στήθος πάπιας ροζέ

Γλυκόξινη σάλτσα με ροδάκινο

Κροκέτα πατάτας με αμύγδαλα

Πράσινα σπαράγγια καρότα βουτύρου

Τηγανιτό παγωτό με ποσέ

Αγλάδι και σάλτσα σοκολάτας

Καφές φίλτρου

Πτι φουρ

No 5

(έως 70 άτομα)

Cocktail αστακού με εξωτικά φρούτα
και δροσερή κρέμα με χαβιάρι asetra

Πουγκί με θαλασσινά

με σάλτσα σαφράν και μπρικ

Σορμπέ σαμπάνιας

Μενταγιόν ζαρκάδι με φουά γκρα

Σάλτσα τρούφας

Ροδοκόκκινη γλυκοπατάτα κάστανα etouffe

Άγριες αγκινάρες

Ζεστή τάρτα σοκολάτας

Τουλίπα με εξωτικά φρούτα

και παγωτό

Καφές

Σοκολατάκια μέντας

Πακέτα Ποτών

No 1

ΤΟΠΙΚΟΙ ΟΙΝΟΙ

Λευκό Κρασί

Αιγαία Άμπελος

N. Λαζαρίδη

Ροζέ Κρασί

Chateau

N. Λαζαρίδη

Κόκκινο Κρασί

Αιγαία Άμπελος

N. Λαζαρίδη

Αναψυκτικά

Coca Cola, Sprite, Σόδα,

Πορτοκαλάδα, Λεμονάδα

Μπύρες

Amstel, Mythos

Νερό Εμφιαλωμένο

No 2

ΤΟΠΙΚΟΙ ΟΙΝΟΙ ΜΕ ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ

Λευκό Κρασί

Χρυσός Λέων

N. Λαζαρίδη

Ροζέ Κρασί

Chateau N. Λαζαρίδη

Κόκκινο Κρασί

Χρυσός Λέων

N. Λαζαρίδη

Αναψυκτικά

Coca Cola, Sprite, Σόδα, Πορτοκαλάδα, Λεμονάδα

Μπύρες

Amstel, Mythos, Heineken

Νερό Εμφιαλωμένο

No 3

ΤΟΠΙΚΟΙ ΟΙΝΟΙ ΕΠΩΝΥΜΩΝ ΚΤΗΜΑΤΩΝ

Λευκό Κρασί

Chateau N.Λαζαρίδη

Ροζέ Κρασί

Chateau N. Λαζαρίδη

Κόκκινο Κρασί

Chateau N. Λαζαρίδη

Αναψυκτικά

Coca Cola, Sprite, Σόδα, Πορτοκαλάδα, Λεμονάδα

Μπύρες

Amstel, Mythos, Heineken

Νερό Εμφιαλωμένο

No 4

ΕΠΩΝΥΜΟΙ ΟΙΝΟΙ ΑΝΩΤΕΡΑΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

ΛΕΥΚΟ ΚΡΑΣΙ

Κτήμα Γεροβασιλείου/ Αμπελώνες Αγ. Παύλου Τσάνταλη/

Βίβλια Χώρα/ Αμπελών Χατζημιχάλη

ΡΟΖΕ ΚΡΑΣΙ

Βίβλια Χώρα Γεροβασιλείου

Ροζέ Κτήμα Χατζημιχάλη

ΚΟΚΚΙΝΟ ΚΡΑΣΙ

Βίβλια Χώρα Γεροβασιλείου/ Syrah N. Λαζαρίδη/

Ραψάνη επιλεγμένος Τσάνταλη

3.8 Wedding & Social events

Το ξενοδοχείο εκτός από επαγγελματικής φύσεως εκδηλώσεις, μπορεί να φιλοξενήσει κοινωνικές εκδηλώσεις και δεξιώσεις γάμων, βαπτίσεων, γενεθλίων και αρραβόνων έως και 1000 ατόμων, ανάλογα με την διάταξη και τον τύπο του μενού που θα επιλεγεί.

Η εξυπηρέτηση των δεξιώσεων μπορεί να γίνει τόσο σε σερβιριζόμενο μενού, όσο σε μπουφέ. Υπάρχουν βέβαια και οι περιπτώσεις των κοκτέιλ σε γενέθλια ή πάρτι. Οι επισιτιστικές προτάσεις που προτείνει ο chef για τέτοιου είδους εκδηλώσεις είναι διαφορετικές από τις προτάσεις των επαγγελματικών εκδηλώσεων.

Η προετοιμασία των υλικών για τη δημιουργία των μενού ξεκινάει μέρες πριν την διεξαγωγή της εκδήλωσης, ανάλογα με τον αριθμό συνδαιτυμόνων που θα πρέπει να εξυπηρετήσει το ξενοδοχείο. Την ημέρα της δεξίωσης όλα τα υλικά είναι έτοιμα για μαγείρεμα και λίγο πριν την προσέλευση ολοκληρώνεται το τελικό μενού.

Στο σερβιριζόμενο μενού υπάρχουν δύο προτάσεις στο κάθε πιάτο δίνοντας τη δυνατότητα στον ίδιο τον καλεσμένο να επιλέξει τι θα δειπνήσει.

Στους μπουφέδες φυσικά υπάρχει μεγαλύτερη ποικιλία εδεσμάτων.

Παρακάτω παρατίθενται διάφορες επισιτιστικές προτάσεις για την εξυπηρέτηση κοινωνικών εκδηλώσεων.

MENU 1

Πουγκί με θαλασσινά με σάλτσα σαφράν και μπρικ

ή

Κρέπα αλλαντικών και τυριών με σάλτσα εστραγκόν

*** **

Φιλέτο κοτόπουλο γεμιστό με λιαστά ντοματάκια, καπνιστό τυρί και σπανάκι, σάλτσα κρέμα με άσπρο κρασί και εστραγκόν, μπουκέτο λαχανικών πατάτες βουτύρου

ή

Μενταγιόν χοιρινά σωτέ σάλτσα μουστάρδα, δεματάκι φύλλο αρακά με μπέικον, καρότα μπέιμπι, πατάτες ντοφινουάζ

ή

Στέικ μόσχου με σάλτσα κόκκινου κρασιού και μανιτάρια, μπρόκολο, καρότα μπέιμπι, σπαράγγι, πατάτες λιονέζ

*** **

Ποικιλία Φρέσκων Φρούτων Εποχής

MENU 2

Τραχανό πουγκί με πιπεριές φλωρίνης, προσιούτο και ανθότυρο με μυρωδικά, σάλτσα
κουλίζ, ντομάτα και βασιλικό

ή

Γαρίδες κοκτέιλ σε ποτήρι σαμπάνιας

*** **

Μπουτάκι αρνιού ψητό με σάλτσα από θυμάρι, ροδοκόκκινες πατάτες με δενδρολίβανο,
μπρόκολο και καρότα γλασσέ

ή

Πέπερ στέικ από κόντρα μόσχου, μπουκέτο φρέσκων λαχανικών, πατάτες γκραντινέ

*** **

Ποικιλία Φρέσκων Φρούτων Εποχής

MENU 3

Ροζέτες σολωμού και γλώσσας σε ταπέτο από σπαγγέτι λαχανικών, σάλτσα βουτύρου με
μυρωδικά

ή

Προσιούτο με ρόκα και παρμεζάνα

ή

Μιλφέιγ λαχανικών με μοτσαρέλα, κουλίσ ντομάτας με σάλτσα πέστο

*** **

Φιλετάκια χοιρινά (ψαρονέφρι) με σάλτσα μουστάρδας, μπρόκολο, καροτίνια γλασέ,
σπαράγγια, πατάτες βουτύρου

ή

Στήθος πάπιας με σάλτσα πορτοκάλι, μπρόκολο, καρότα βουτύρου, σπαράγγια, ντουσές
πατάτας με αμύδαλο

*** **

Ποικιλία Φρέσκων Φρούτων Εποχής

MENU 4

Εσκαλόπ σολωμού σωτέ επάνω σε λαχανικά ζουλιέν και σπανάκι, σάλτσα βουτύρου

ή

Γαρίδες βραστές με κολοκυθάκια και λαδολέμονο

ή

Τριαντάφυλλα από καπνιστό σολωμό, σάλτσα αγριοράπανο, τάρτα πατάτας με κόκκινο κρεμμύδι

Σορμπέ λάιμ

Φιλέ μινιόν με μανιτάρια, μπουκέτο φρέσκων λαχανικών, πατάτες ντοφινουάζ

ή

Καρδιά από φιλέτο μόσχου με σάλτσα μπεαρνέζ, σπαράγγια, καρότα γλασσέ, μπρόκολο, πατάτες ρισολέ

Ποικιλία Φρέσκων Φρούτων Εποχής

BUFFET MENU 1

ΣΑΛΑΤΕΣ

Νισουάζ- Μεξικέν- Χωριάτικη

Πατατοσαλάτα με Βινεγκρέτ και Πίκλες

Σαλάτα Ζυμαρικών με Μοτσαρέλα και Βασιλικό

Πράσινη με Κοτόπουλο και Κουκουνάρια

Ποικιλία από Σαλάτες και Φρέσκα Λαχανικά

ΣΑΛΤΣΕΣ

Βινεγκρέτ, Κοκτέιλ, Βαλσάμικο

ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΑΠΟ ΚΡΥΑ ΟΡΕΚΤΙΚΑ

Μακερέλ Καπνιστό Σάλτσα Αγκιουράπανο

Καρέ Χοιρινό Γεμιστό με Δαμάσκηνα ή Σύκα Σάλτσα Ανανά

Γκαλαντίνα Πουλερικών Σάλτσα Μουστάρδας

ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΑΠΟ ΖΕΣΤΑ

Σπανακοτυρόπιτα

Ραβιόλια με Σολομό και Βότκα

Μενταγιόν από Χοιρινό Καρέ με Σάλτσα Μουστάρδας

Μπουκιές από Κοτόπουλο με Σάλτσα Εστραγκόν

Μπιφτεκάκια Σχάρας

Φιλετάκια Πέρκα Μενιέρ και Κάπαρη

Φασολάκια με Μπέικον- Καρότα Μπέιμπι με Σουσάμι

Ρύζι Τηγανιτό με Μανιτάρια

Πατάτες Αρωματισμένες με Ρόζμαρι

ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΑ & ΞΕΝΑ ΤΥΡΙΑ

ΕΠΙΔΟΡΜΙΑ

Παρουσίαση Φρέσκων Φρούτων - Ποικιλία Ελληνικών Γλυκών

Γαλλικά Παστάκια - Τούρτες Διάφορες

Σιροπιαστά

BUFFET MENU 2

ΣΑΛΑΤΕΣ

Πατατοσαλάτα με Λουκάνικα- Χωριάτικη- Τυροσαλάτα

Ανταλούζ- Φασολάκια με Ζαμπόν και Μανιτάρια

Γαλοπούλα με Ανανά Κάσιους και Τζίντζερ

Πέννες με Τόνο, Ελιές, Πιπεριές, Σάλτσα Κοκτέιλ

Ποικιλία από Σαλάτες με Φρέσκα Λαχανικά

ΣΑΛΤΣΕΣ

Βινεγκρέτ - Κοκτέιλ - Βαλσάμικο

ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΑΠΟ ΚΡΥΑ ΟΡΕΚΤΙΚΑ

Ροστ Μπήφ Μαριναρισμένο με Μυρωδικά Σάλτσα Μουστάρδας

Στήθος Γαλοπούλας με Ανανά Σάλτσα Κάρνυ

Σολομός Μαρινέ με Παντζάρι Σάλτσα Κρέμα

Τερίνα Ψαριού με Γαρίδα Σάλτσα Ραπανιού

ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΑΠΟ ΖΕΣΤΑ

Πρασόπιτα με Γραβιέρα

Τορτελίνια με Σάλτσα Φρέσκιας Ντομάτας και Βασιλικού

Ψητό Μπούτι Αρνιού με Σάλτσα από Θυμαρί

Φιλετάκια Γλώσσας Ποσέ με Σάλτσα Σαμπάνιας

Φιλετάκια Κοτόπουλο Σχάρας με Κόκκινο Πιπέρι

Χοιρινό Εσκαλόπ με Σάλτσα Πορτοκάλι

Μπρόκολο Βουτύρου- Καρότα Παριζιέν

Ρύζι με Μπέικον και Μυρωδικά

Πατάτες Μπουλαντζέρ

ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΑ & ΞΕΝΑ ΤΥΡΙΑ

ΕΠΙΔΟΡΜΙΑ

Παρουσίαση Φρέσκων Φρούτων- Ποικιλία Ελληνικών Τυριών

Γαλλικά Παστάκια- Ταρτάκια- Τούρτες Διάφορες

Σιροπιαστά

BUFFET MENU 3

ΣΑΛΑΤΕΣ

Πατατοσαλάτα με Μαγιονέζα- Χωριάτικη - Γουόλντορφ

Κάρμεν - Σαλάτα του Καίσαρα - Νισουάζ με Τόνο

Σαλάτα Ζυμαρικών με Αλλαντικά και Σάλτσα Μουστάρδας

Ποικιλία από Σαλάτες με Φρέσκα Λαχανικά

ΣΑΛΤΣΕΣ

Βινεγκρέτ – Κοκτέιλ - Βαλσάμικο

ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΑΠΟ ΚΡΥΑ ΟΡΕΚΤΙΚΑ

Φρεσκομαριναρισμένος Σολομός Σάλτσα Αγκιουράπανο

Γαρίδες Σιντριβάνι Σάλτσα Κοκτέιλ

Φιλέτο Μόσχου Γουέλιγγκτον Σάλτσα Μουστάρδας

Γαλοπούλα Καπνιστή με Σπαράγγια

Ξιφίας Ψητός με Διάφορα Πιπεριά Σάλτσα Κρέμα Λεμόνι

ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΑΠΟ ΖΕΣΤΑ

Τάρτα με Σολομό και Σπαράγγια

Πέννες με Φρέσκια Ντομάτα και Φέτα

Αντρεκότ Μόσχου με Μανιτάρια και Κρασί Porto

Μενταγιόν Στήθος Γαλοπούλα Σωτέ με Σάλτσα Κάρυ Ξινόμηλα

Συναγρίδα Σχάρας με Λαδολέμονο και Μαϊντανό

Φιλετάκια Χοιρινά Σωτέ με Σάλτσα Γκοργκοτσόλας

Ρύζι Τηγανιτό με Λαχανικά

Μπουκέτο Φρέσκων Λαχανικών στον Ατμό

Πατάτες Ντοφινουάζ

ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΑ & ΞΕΝΑ ΤΥΡΙΑ

ΕΠΙΔΟΡΜΙΑ

Παρουσίαση Φρέσκων Φρούτων- Ποικιλία από Ελληνικά Γλυκά

Γαλλικά Παστάκια- Διάφορες Τούρτες- Ταρτάκια Φρούτων

Μιλφείγ – Σιροπιαστά

BUFFET MENU 4

ΣΑΛΑΤΕΣ

Καπρίς- Ογκρούάζ- Παντζάρια με Γιαούρτι και Καρύδια

Ρύζι με Γαρίδες- Μεξικέν- Χωριάτικη- Ταμπουλέ

Πατατοσαλάτα με Μπέικον Μουστάρδα- Ζυμαρικά με Τόνο

Ποικιλία από Σαλάτες με Φρέσκα Λαχανικά

ΣΑΛΤΣΕΣ

Βινεγκρέτ – Κοκτέιλ - Βαλσάμικο

ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΑΠΟ ΚΡΥΑ ΟΡΕΚΤΙΚΑ

Καπνιστός Σολομός με Σάλτσα Αγκιοράπανο

Προσιούτο Πάρμας με Φρούτα

Πατέ από Αγκιογούρουνο με Δαμάσκηνα Σάλτσα Γκούμπερλαντ

Ροστ μπηφ αλ Ανγκλέ με Σάλτσα Μουστάρδας

Αστακός με Γαρίδες Σάλτσα Χίλια Νησιά

ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΑΠΟ ΖΕΣΤΑ

Πράσινες Ταλιατέλες με Θαλασσινά

Κοτολέττες Αρνιού με Δενδρολίβανο

Φιλετάκια Σολομού στο Γκρίλ με Σάλτσα Βουτύρου και Λευκό Κρασί

Φιλέ μινιόν με Σάλτσα Μανιτάρια και Κρασί

Φιλετάκια Γλώσσας Μενιέρ με Αμύγδαλα

Σπετσοφάι

Ρύζι Τηγανιτό με Μυρωδικά

Φύλλο Αρακά με Σέλινο - Καρότα Βουτύρου

Πατάτες Γκουρμάντ

Carving Station

Γουρουνόπουλο Μπούτι

* * *

ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ & ΞΕΝΩΝ ΤΥΡΙΩΝ

ΕΠΙΔΟΡΠΙΑ

Παρουσίαση Φρέσκων Φρούτων - Ποικιλία Ελληνικών Γλυκών

Γαλλικά Παστάκια - Ποικιλία από Διάφορες Τούρτες- Ταρτάκια

Σιροπιαστά- Σουδάκια- Μιλφέιγ

ΠΑΚΕΤΟ ΠΟΤΩΝ 1

ΤΟΠΙΚΟΙ ΟΙΝΟΙ

ΛΕΥΚΟ ΚΡΑΣΙ

Αιγαία Άμπελος Ν. Λαζαρίδη

ή Μοσχοφίλερο Calliga

ΡΟΖΕ ΚΡΑΣΙ

Κτήμα Ν.Λαζαρίδη

ΚΟΚΚΙΝΟ ΚΡΑΣΙ

Αιγαία Άμπελος Ν. Λαζαρίδη

ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ

Coca Cola, Sprite, Σόδα,

Πορτοκαλάδα, Λεμονάδα

ΜΠΥΡΕΣ

Amstel, Mythos

ΝΕΡΟ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟ

ΠΑΚΕΤΟ ΠΟΤΩΝ 2

ΤΟΠΙΚΟΙ ΟΙΝΟΙ ΜΕ ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ

ΛΕΥΚΟ ΚΡΑΣΙ

Χρυσός Λέων

Ν. Λαζαρίδη

ΡΟΖΕ ΚΡΑΣΙ

Κτήμα Ν.Λαζαρίδη

ΚΟΚΚΙΝΟ ΚΡΑΣΙ

Χρυσός Λέων

Ν. Λαζαρίδη

ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ

Coca Cola, Sprite, Σόδα,

Πορτοκαλάδα, Λεμονάδα

ΜΠΥΡΕΣ

Amstel, Mythos, Heineken

ΝΕΡΟ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟ

ΠΑΚΕΤΟ ΠΟΤΩΝ 3

ΤΟΠΙΚΟΙ ΟΙΝΟΙ ΕΠΩΝΥΜΩΝ ΚΤΗΜΑΤΩΝ

ΛΕΥΚΟ ΚΡΑΣΙ

Chateau N.Λαζαρίδη

ΡΟΖΕ ΚΡΑΣΙ

Chateau N.Λαζαρίδη

ΚΟΚΚΙΝΟ ΚΡΑΣΙ

Merlot N.Λαζαρίδη

ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ

Coca Cola, Sprite, Πορτοκαλάδα, Λεμονάδα

ΜΠΥΡΕΣ

Amstel, Mythos, Heineken

ΝΕΡΟ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟ

ΠΑΚΕΤΟ ΠΟΤΩΝ 4

ΕΠΩΝΥΜΟΙ ΟΙΝΟΙ ΑΝΩΤΕΡΑΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

ΛΕΥΚΑ ΚΡΑΣΙΑ

Μαγικό Βουνό Ν. Λαζαρίδη

ή Κτήμα Γεροβασιλείου

ή Βιβλία Χώρα

ΡΟΖΕ ΚΡΑΣΙΑ

Κτήμα Ν. Λαζαρίδη

ή Βιβλία Χώρα

ΚΟΚΚΙΝΑ ΚΡΑΣΙΑ

Chateau Ν. Λαζαρίδη

ή Κτήμα Γεροβασιλείου

ή Βιβλία Χώρα

ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ

Coca Cola, Sprite, Πορτοκαλάδα, Λεμονάδα

ΜΠΥΡΕΣ

Amstel, Mythos, Heineken

ΝΕΡΟ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΟ

ΣΑΛΑΤΕΣ

ΠΡΑΣΙΝΗ

Καρδιές Μαρουλιών και Ρόκας

Με Ραπανάκια και Ντοματίνια Τσέρι

Σάλτσα Βινεγκρέτ με Βαλσάμικο

ΒΕΛΓΙΟΥ

Βέλγικα Αντίδια και καρδιές Μαρουλιών

Με πράσινο Μήλο και Καρύδια

Σάλτσα Βινεγκρέτ με Καρυδέλαιο

ΚΑΙΣΑΡΑ

Σαλάτα Καίσαρα

Μαρούλι- Iceberg- Παρμεζάνα

Με sauce (σκόρδο- αβγό- λάδι)

PORTO PALACE

Τρυφερά φύλλα Μαρουλιών και Ρόκας

Με Μπέικον λιαστά Ντοματάκια Κρουτόν και Κουκουνάρι

Σάλτσα Βαλσάμικο ή Βινεγκρέτ

Οι σαλάτες σερβίρονται σε ατομικό μπολ σαλάτας.

ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΙ ΞΕΝΑ ΤΥΡΙΑ

ΠΟΙΚΙΛΙΑ 1

Κασέρι Μακεδονικό- Γκούντα

Φέτα Ροκφόρ με

Γαρνιτούρα από

Κριτσίνια, ξερά φρούτα και καρύδια

ΠΟΙΚΙΛΙΑ 2

Ένταμ- Γραβιέρα Κρήτης- Κασέρι

Φέτα- Ροκφόρ- Μανούρι

Γαρνιτούρα

Κριτσίνια με ξερά φρούτα και καρύδια

ΠΟΙΚΙΛΙΑ 3

Γραβιέρα Κρήτης- Έμενταλ- Λαδοτύρι- Μετσόβου Καπνιστό

Φέτα- Ροκφόρ- Μανούρι- Μπρι

Γαρνιτούρα

Κριτσίνια με ξερά φρούτα και καρύδια

WELCOME DRINKS

Fruit Punch χωρίς αλκοόλ

Fruit Punch με Bacardi ή Vodka

Αφρώδεις Οίνοι

Kir Royal (champagne & crème de cassis)

Γαλλική Σαμπάνια

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ -ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

1.Valerie Zeithaml, A. Parasuraman and Leonard Berry, *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Publisher: Free Press; New York, March 1990. ISBN: 0029357012

2.Philip Kotler , *Marketing Management- The Millenium Edition*. (Chapter 14: Designing & Managing Services) Publisher: Prentice Hall International Editions 2000. ISBN: 0130156841

3.Dick Schaaf, *Keeping the Edge : Giving Customers the Service they demand*, Plume Penguin, New York,1997. ISBN: 0452271916

4.www.portopalace.gr

5.ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ <ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ >ΕΙΔΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ « ΠΑΛΗΣΙΔΗΣ ΓΙΩΡΓΙΟΣ» ΤΕΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ.

6.ΒΙΒΛΙΟ ΤΟΥ ΚΥΡΙΟ ΘΕΟΔΩΡΕΛΗ.

7.ΠΗΓΗ : ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΤΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΩΝ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗ ΣΚΙΑΔΑ

[HTTP://WWW.SKIADAS.GR](http://www.skiadas.gr)

8.ΠΗΓΗ : ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΠΥΛΗ ARGO-TOUR

[HTTP://WWW.ARGO-TOUR.NET](http://www.argo-tour.net)

9.ΠΗΓΗ: HOTELS & RESTAURANT ONLINE ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ

[HTTP://WWW.HOTEL-RESTAURANT.GR/LINDEX.PHP](http://www.hotel-restaurant.gr/lindeX.php)

10.ΠΗΓΗ:ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΤΗΣ Ε. Ν. ΤΣΙΡΙΚΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε. Ε.

[HTTP://WWW.CRETWAY.CERTWAY.GR/DEFAULT.ASP?ILD=MGMDJ](http://www.cretway.certway.gr/default.asp?ILD=MGMDJ)