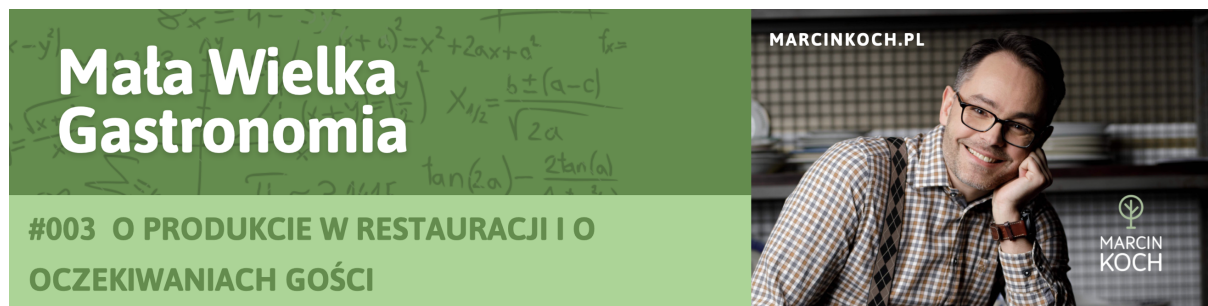




#003 - o produkcie w restauracji i o oczekiwaniach gości

Tu Marcin! Zapraszam na trzeci odcinek podcastu Mała Wielka Gastronomia.

Tym razem będzie o tym jak skutecznie pozbyć się gościa z restauracji, raz i na zawsze ... a na poważnie? :-). Będziemy rozmawiać o produkcie w restauracji i o oczekiwaniach gości. Brak wiedzy w tym obszarze, może ostatecznie zaważył na być albo nie być restauracji.

Co takiego kupuje gość w knajpie, barze, restauracji? Czym jest dla niego produkt w restauracji? Co robić aby budować długofalowe relacje i aby nie tracić gości? To wszystko w trzecim odcinku podcastu Mała Wielka Gastronomia.

a w podcaście między innymi:

- jak łatwo stracić klienta/gościa?
- co motywuje gościa do przyścia do restauracji, knajpy?
- czym jest produkt sprzedawany przez restaurację?
- suwak - proste wyjaśnienie czym jest Twój produkt
- jak i kiedy zmieniają się oczekiwania gości względem produktu gastronomicznego?
- Marketing Usług - książka, która pozwoli Ci lepiej zrozumieć twój produkt
- delivery - ostatnie chwile na pobranie e-booka!

Porzucił mnie gość. Czy dlatego że nic nie wiedziałem o produkcie w restauracji i oczekiwaniach gości?

Załóżmy, że gość przychodzi do restauracji regularnie. Nagle trach i znika, bez słowa. Nigdy więcej się nie pojawia. Potem kolejny gość rezygnuje z odwiedzin i kolejny. Przez dłuższy czas nikt nie zauważa co się dzieje. Do czasu. Do czasu aż liczba gości zmienia się w kulę śnieżną, która zmiata restaurację z mapy miasta.

Restaurację to nie tylko jedzenie, to cały zestaw różnych elementów, które tworzą produkt. Dla każdej osoby odwiedzającej restaurację układanka tych elementów jest inna. Jedne elementy są ważniejsze a inne są bez znaczenia. Porozmawiajmy o produkcie i o tym jak się dostosować do potrzeb gości aby nie tracić a zyskiwać.

Część pierwsza podcastu Mała Wielka Gastronomia. Produkt w restauracji i oczekiwania gości.

Dzisiaj w ramach 5 min inspiracji opowiem Wam historię. Historie która przytrafiła się w zeszłym roku. Taki powiedzmy punkt wyjścia do głównego tematu podcastu. O książce też będzie, ale na końcu. Dla cierpliwych jest też niespodzianka więc warto słuchać do końca.

Historia miała miejsce w zeszłym roku. Wiecie, jak jest przed świętami. Każdy ma mnóstwo spraw na głowie, obowiązki się mnożą a to o czym myślimy i czego rozpaczliwie chcemy to święty spokój. Chcemy wszystko załatwić i pozamykać jak szybko się da. Dla mnie grudzień to jeden z trudniejszych miesięcy, mnóstwo spotkań, pracy, stresu.

Ustaliłem z Tomkiem, że widzimy się w knajpie, która była po prostu po drodze. Nie miało dla nas znaczenia jakie jest jedzenie ani klimat. Chodziło nam o spotkanie, święty spokój. Wybraliśmy knajpę swobodną, raczej skierowaną do młodszego klienta. Byłem tam wcześniej wiele razy, miejsce bez nadęcia, raczej młodzieżowe z kuchnią typu komfort food. Podają w niej burgery, frytki, serwują ramen, bao, szakszuke.

Im dalej w las, tym gorzej.

Kiedy weszliśmy, kelnerzy zaczęli latać w koło nas jak z piórem. Jeszcze nie usiedliśmy, jeszcze byliśmy w kurtkach a już zapytano nas czy chcemy coś zamówić. Zdejmując kurtki kolejny kelner obdarował nas menu. Kelnerowi najwyraźniej nie przyszło do głowy, co miałem na boga, zrobić z tym menu równocześnie chowając czapkę do torby i wieszając kurtkę na oparciu krzesła. Po chwili przyszła kolejna osoba pytając czy już wiemy co chcemy. My natomiast chcieliśmy po prostu pogadać i na spokojnie coś zamówić.

Jak już powiedziałem, planowaliśmy głównie rozmawiać. Dlatego wybraliśmy miejsce, w którym przynajmniej tak wskazywało moje doświadczenie, nikt nas nie będzie atakował i namawiał do zamówień, od aperitifów aż po deser.

WTF ... tu projektujemy jedzenie.

Nie byłem głodny, jednak, aby nie patrzeć Tomkowi w talerz wybrałem burgera w wersji Wege. Przekonany, że ten pięknie opisany w menu burger będzie dla mnie zbyt dużą porcją, zaproponowałem Tomkowi, że oddam mu połowę. Siedzimy, rozmawiamy, przyszedł kelner. Zamawiamy jedzenie i napoje. Na koniec proszę kelnera o przekrojenie burgera na pół. Tak po prostu uśmiechnąłem się i grzecznie poprosiłem o użycie noża na kuchni. Burger krojony na talerzu po prostu się rozlatuje i źle wygląda.

To co się dalej stało, sprawiło, że mojej szczęki szukałem na podłodze. Kelner powiedział:

Bardzo mi przykro, nie przekrajamy burgerów.

Myśląc, że chodzi o problem z utrzymaniem burgera w pionie po przecięciu, już chciałem doradzić, aby połączyli dwie części patyczkiem lub wykałaczką, ale kelner dodał:

My projektujemy jedzenie i takie jak zostało zaprojektowane podawane jest na talerzu.

Przecierałem oczy ze zdziwienia i zastanawiałem się czy ja nie pomyliłem adresu i nie trafiłem do jakiejś restauracji Michelin i nie zamówiłem set menu. W restauracjach fine dining faktycznie kompozycja ma wielkie znaczenie, a porcje hmmm ... są niewielkie, nie ma co przekrajać

Widząc moje zdziwienie kelner dodał:

a gdyby ktoś chciałby zrobić zdjęcie temu burgerowi, co w tedy. To musi jakoś wyglądać.

Po prostu odjęło mi mowę. Miałem wrażenie, że biorę udział w jakimś absurdzie, że jestem w knajpie której się coś pomyliło, gdzie pracownik dorabia historię do jedzenia zdecydowanie na wyrost. Bo przecież nie chodziło o brak życzliwości i brak chęci rozwiązania mojego problemu. A może chodziło?

Więc okazało się, że trafiłem do miejsca, w którym burgery się nie przygotowuje, dodatków nie smaży a bułek nie wypieka. W tym miejscu dania się projektuje. I jasne rozumiem, dla niektórych lepiej brzmi projektowanie niż gotowanie, smażenie czy pieczenie. Może autor tego pomysłu, chef kuchni, manager lub właściciel czują się lepiej jak widzi się w roli projektanta. Właściwie, dlaczego nie. Jedni projektują domy, inni ubrania a jeszcze inni auta. Dlaczego ktoś miałby nie projektować posiłków i burgerów. Tylko co to obchodzi kogoś kto zamawia burgera i chce go przekroić.

Oczekiwanie gościa vs nastawienie obsługi.

Czy oczekiwanie, że gość zrozumie punkt widzenia obsługi nie jest na wyrost? I na koniec, dlaczego złożenie 5, 6 składników w kanapkę na ciepło, przepraszam projektowanie 5, 6 składników, musi powodować brak woli do proaktywnej postawy kelnera. Czy przecięcie burgera unicestwia pracę projektanta? Analogicznie myśląc czy krawiec ma prawo zakazać nam skracania spodni a kwaciarnia rozłożenia bukietu, jeżeli mamy taką potrzebę?

Zamawiając jedzenie oczekuję, że spełni ono moje oczekiwania nic więcej a aspiracje obsługi do bycia projektantem szanuję, ale jest ono drugoplanowe. Moje podejście nie jest niczym niezwykłym, jest powszechne.

Zastanawia mnie to, ile razy pracownicy tego miejsca skutecznie zniechęcili gości do powrotu. Przełożyli swoją wizję pracy, tego co robią nad nadrzędną rzecz, czyli satysfakcję gościa z pobytu. Być może, nikt im nie wyjaśnił jaka jest ich rola i że nie ma sensu kruszyć kopii o to czy podadzą burgera w całości czy przeciętego.

Ta krótka historia to zaproszenie do rozmowy o tym czym jest produkt w restauracji. Jakie są oczekiwania gości. I jak budować pozycję firmy rozumiejąc swoją rolę, potrzeby konsumentów a także ich zmienność.

Druga część podcastu Mała Wielka Gastronomia. Czym jest produkt w restauracji i jakie goście mają oczekiwania?

W tej opowieści mamy dwóch bohaterów. Potrzeby gości i produkt, który kusi. Prosta sprawa nieprawdaż. Tylko pozornie. Cały szkopuł polega na złożoności potrzeb po jednej stronie i wielowymiarowości restauracji z drugiej. Ale po kolei.

Goście i ich oczekiwania

Po jednej stronie goście. Są różni, realizują odmienne potrzeby, są kapryśni albo wyrozumiali, czasami wiedzą co chcą a czasami nie. Ich nastroje są często zmienne jak chorągiewki, są sceptyczni, humorzaści, zajęci, bardziej lub mniej uprzejmi, są światowymi wyjadaczami lub lokalnymi promotorami. Są jak my wszyscy - różni/ Mają różne oblicza, różne potrzeby. Najlepsze jest to, że w praktyce każda wizyta w restauracji może być motywowana inną potrzebą.

Po drugiej stronie produkt. Dokładnie wiele różnych produktów. Restauracja nawet jeżeli wpisuje się do jakiejś kategorii np. casual, fine dining stale pracuje nad tym, aby zbudować w koło siebie atrybuty, które wyróżniają ją z masy lokali obecnych na rynku. I dotyczy to wbrew pozorom również lokali sieciowych.

Produkt restauracji i jego składowe.

Zacznijmy od produktu, czym on jest? Produktem w restauracji jest ona sama. Wszystko co się w niej zawiera, wszystko co komunikuje, wszystkie emocje, które wzbudza. To nie batonik ani nie chusteczka. Restauracja jest produktem wielowymiarowym.

Restauracja to połączenie wielu elementów. Upraszczając, **restauracja to połączenie produktu rzeczywistego – posiłku oraz usługi**. Zależnie od tego w jakim celu gość przychodzi do restauracji - a nie zawsze jego główną potrzebą jest jedzenie – zmieniają się elementy produktu, które są ważne dla gościa.

Suwak usług prawdę powie.

Wyobraźmy sobie duży suwak, po lewej stronie widnieje napis produkt co oznacza zakup posiłku. Na drugim skraju suwaka jest napis usługa. Jeżeli zamawiasz posiłek z odbiorem własnym i konsumpcją w domu to suwak przesuwają bardzo blisko napisu produkt. Jeżeli natomiast klient wynajmuje salę na konferencję, bez cateringu a od restauracji oczekuje obsługi skoncentrowanej na witaniu gości, suwak przechodzi bardzo blisko pozycji usługa.

Nasz suwak wylądować gdzieś po środku, gdy restauracja gości w restauracji grupę osób, które chcą skosztować menu, znanego z nietuzinkowego serwisu. Wraz paringiem win prowadzoną przez sommeliera oraz degustacją serów wyrabianych przez lokalnego serowara. W przypadku osób, które umówiły się w restauracji zaraz po pracy, powiedzmy ok godz. 16 a ich głównym celem jest rozmowa przy kawie, suwak znowu podąża w kierunku usługi.

Czego oczekuje nasz gość?

W każdej wymienionej powyżej sytuacji goście lub klienci w rzeczywistości kupują inny produkt, inne potrzeby realizują. To z jaką potrzebą przyszli, wpływa na ich oczekiwania dotyczące tego co w restauracji ich spotka.

1. Dla osoby kupującej produkt na wynos liczy się szybkość i sprawność. Nie jest zainteresowana muzyką, atmosferą. Liczy, że raz dwa dotrze do domu z ciepłym posiłkiem.
2. Dla klienta organizującego spotkanie, być może ma znaczenie fakt czy miejsce jest wystarczająco znane i cenione. Z pewnością zależy mu na dyskrecji obsługi i zachowaniu prywatności.
3. W przypadku grupy korzystającej z obsługi sommeliera, liczy się nie tylko obsługa, serwis, czy jakość posiłków, ale i umiejętność do opowiadania przez pracowników historii.
4. Ostatni przykład to osoby, które prawdopodobnie świadomie wybrały porę spotkania, licząc na spokój i mały ruch w lokalu. Mają nadzieję na możliwość niezakłóconej rozmowy przy kawie, zanim nie pójdą do domu.

Myślenie o tym, że restauracja to jedzenie i przede wszystkim jedzenie jest błędem wielu początkujących w branży. Myślą, że jak stworzą wyjątkowe menu to będzie dobrze. Co znaczy wyjątkowe menu tak w ogóle? Głód nie jest motorem istnienia restauracji, istnieje wiele łatwiejszych i tańszych form jego zaspokojenia.

Jasne, jest wiele sytuacji, gdy wybieramy restaurację dlatego, że chcemy po prostu coś zjeść.

Jesteśmy na wakacjach i nie mamy innego wyjścia. Mamy przerwę na lunch, chcemy kupić posiłek na wynos do domu itd. Jednak wypełniając te potrzeby, nie ma konieczności otwierania restauracji, wystarczy niewielka sala z obsługą. Oczywiście są osoby, które cenią dobre jedzenie ponad wszystko i to jest ich podstawowa potrzeba. Stanowią jednak niewielki procent wszystkich klientów usług gastronomicznych.

Jakie potrzeby zaspokaja produkt restauracyjny?

1. Restauracje w głównej mierze pozwalają osobom spełnić ich potrzeby społeczne, potrzebę bycia z kimś, gdzieś. Spotkać się, spędzić czas, zabawić się. Jedzenie może być zarówno powodem jak i uzupełnieniem. Może go nie być wcale. Nie widuje się często samotnych osób wieczorem w restauracji, prawda?
2. Po drugie, chodzenie do restauracji w Polsce wciąż wielu osobom kojarzy się z luksusem, czymś specjalnym i wyjątkowym. Luksus to bycie zaopiekowanym. Płacimy za to, że nic nie musimy, że spędzamy miło czas. Dla wielu osób wizyta w restauracji jest więc pokreśleniem ich obecnego statusu albo tego do którego te osoby aspirują.
3. Wielu moich klientów postrzega restaurację jako miejsce spotkań biznesowych. Liczy się prywatność, sprawność obsługi, świetny kontakt z pracownikiem przed pojawieniem się w lokalu i proces ustalania szczegółów dotyczących wizyty. Ważna jest też łatwość rozliczenia i płatności. To co jest zamawiane do jedzenia ma znaczenie, ale często drugoplanowe. Po prostu musi zachować pewien poziom.
4. Na końcu mamy potrzebę związaną z daną okazją, np. spotkanie rodzinne, które po prostu trudno przygotować w domu. W takim wypadku, gdy do stołu siada cała wielopokoleniowa rodzina, ważne jest nie tylko aby jedzenie smakowało, ale również, aby obsługa sprostała wymaganiom osób w różnym wieku o różnych potrzebach. Wliczając dzieci.

Oczywiście jest wiele rodzajów restauracji, które zależnie od formy zaspokoją większą lub mniejszą ilość naszych potrzeb. Nie każda restauracja jest popularna więc nie wszędzie możemy się ogrzać w blasku znanych gości. Nie każde miejsce jest aspirujące ani hot, a hot może być nawet bar z kanapkami, podobnie jak nieistniejące już Przekąski Zakąski. Niektóre mają znanych szefów a inne świetnych sommelierów. Wszyscy znamy takie, gdzie jest przytulnie i te, gdzie wystrój jest prosty, wręcz minimalistyczny. Są lokale nastawione na biznes i takie skoncentrowane na obsłudze gości lunchowych. Do wyboru są bary, bistra, tapas bary, tapbary, gastropuby itd. W każdej znajdziemy coś innego. Dzięki czemu jedne nazywamy bistro a inne restauracją.

Przejdźmy teraz do produktu. Jakie są składniki produktu o nazwie restauracja. Dla kogo mogą być ważne?

Restaurację oczywiście oceniamy przez pryzmat jedzenia. To znaczy, ważne jest dla nas jakie restauracja czy inny lokal gastronomiczny ma menu, jaką kuchnię. Liczy się smak i konsystencja, podążanie za nowościami lub sięganie do tradycji. Dla niektórych ważnym elementem jest forma

serwowania, która może czasami przybierać postać niewielkiego show np. flambirowanie dania przy stole.

Porównajmy w myślach dwie restauracje. Jedną która podaje burgera i drugą, która w menu ma solę w sosie beurre blanc. Co widzicie?

Menu restauracji lokuje ją w kategorii, od popularnej do luksusowej. Od razu wzbudza skojarzenia z tym czego możemy się spodziewać. Przez wnętrze po obsługę, jak i ceny. Restauracja to również wielkość porcji, obszerność menu, sam opis dań w karcie. Inne cechy ma restauracja z menu liczącym np. 40 pozycji a inne ta która wszystkich dań łącznie ma powiedzmy 12.

Restauracja to nie tylko jedzenie!

Jednak poza jedzeniem restauracja ma szereg cech, które nie dotyczą samych dań a są równie ważne a często ważniejsze.

Restauracji to opinia o niej. Często jak szukam nowego miejsca pytam znajomych o rekomendacje, szczególnie w miejscach, w których nie mieszkam. Próbuje się dowiedzieć co w danym miejscu mnie spotka, na jaką okazję dane miejsce jest odpowiednie. Ciekawi mnie nie tylko co zjem, ale jak się będę tam czuł.

Wybierając restaurację interesuje mnie zarówno obsługa jak i klientela. Ona również jest częścią, elementem restauracji. To jest oczywiście banal, ale mam wrażenie, że umyka wielu osobom pracującym w gastronomii. Wystarczy przypomnieć sobie moją przygodę z burgerem.

Wszyscy szukamy miejsc, które będą grały z nami. Przez to restauracje są w pewnym zakresie homogeniczne. Nie mówię tu oczywiście o kantynach, oberżach, lokalach skierowanych do turystów, gdzie gość jest często przypadkowy. Choć nawet sieciówki mogą być, jeżeli chodzi o klientele, jednorodne. Przykładem może być sieć wegetariańska Krowarzywa.

Restauracja jest homogeniczna.

Restauracja przyciąga konkretny rodzaj odbiorcy, ale działa to dwukierunkowo. Z jednej strony tworząc restaurację świadomie lub mniej budujemy produkt pod konkretnego gościa. Z drugiej strony następuje naturalna selekcja gości, którzy po prostu chcą się czuć w restauracji dobrze. Chcą mieć pewnego rodzaju przedłużenie swojego własnego środowiska. Nie da się rozdzielić charakteru miejsca od osób, które w nim bywają. Jeżeli w restauracji gość zderzy się z całkowicie odmiennym światem, takie miejsce po prostu mu nie podpasuje. Jednostkowe restauracje nie są dla każdego, podobnie jak każdy produkt mają swoją grupę docelową.

Pracownicy, oni też są częścią produktu.

Składnikiem produktu o nazwie restauracja są oczywiście pracownicy. Mają olbrzymi wpływ na charakter lokalu. Mówię tutaj nie tylko o wyglądzie, który oczywiście się liczy, ale formie zachowania, sposobie rozmowy, budowaniu relacji. Zachowania dystansu czy jego skracaniu. To jak dobierzemy pracowników, czego będziemy od nich wymagać, jakich zachowań będziemy oczekiwać lub też nie, będzie wpływać na postrzeganie restauracji.

I nie ma tutaj jednego dobrego rozwiązania. Nawet miejsca, w których są zatrudniane przypadkowe osoby, rozkojarzone lub z małym doświadczeniem, budują jej styl. Nie jest powiedziane, że nie będzie to dobre miejsce i nie znajdzie swoich odbiorców.

Restauracja to również wnętrze, rodzaj dekoracji, wykorzystane materiały, rodzaj krzeseł i ich wielkość, wielkość stołów, brak lub obecność obrusów, rodzaj sztucców. Obecność dodatków lub ich brak. To kolory, roślinność, faktury. Nie ma złego ani dobrego wnętrza, każde zbuduje jakiś klimat, pytanie czy będzie to coś czego restaurator oczekiwał na etapie planowania biznesu.

Restauracja to zapach oraz dźwięk – moim zdaniem nie można sobie wyobrazić miejsca z wyższej półki, po wyjściu, z którego unosi się od osoby zapach jakby stała przez pół dnia przy garach.

Na koniec, restauracja to ceny. Cena komunikuje jaki jest dany produkt to znaczy restauracja. Mówi o potencjalnej jakości, o rodzaj serwisu, o rodzajach dań, o wykorzystanych składnikach, o tym jakiego wnętrza możemy się spodziewać. Daje też sygnał o tym kto do tego miejsca przychodzi. Cena, co oczywiste, w sposób naturalny dokonuje selekcji potencjalnych gości.

Decydujący element.

Który element jednak jest decydujący? Czy to jest jedzenie czy może goście. Są restauracje w pewnym sensie obskurne, z niewyszukanym wnętrzem, podające proste dania a jednak w wysokich cenach. Niskie ceny nie oznaczają złego dania ani nie muszą się wiązać miejscem ze złą obsługą. Zła obsługa często jest w restauracjach, które przedkładają dania ponad serwis. Zresztą co znaczy zła obsługa, ilu gości czy restauratorów tyle opinii.

Wszystkie elementy restauracji dobrze ze sobą zgrane i świadomie rozwijane mogą przynieść sukces. Problem jest w tym, że na nie wszystko można mieć wpływ i że jest ich tak wiele. W tym produkcie, jego kompleksowości kryje się zarówno czar tego biznesu jak i źródło niepowodzeń. Nie na wszystko mamy wpływ. Najtrudniej mieć wpływ na pracowników, na gości nie mamy wpływu prawie wcale, może poza naszymi działaniami marketingowymi.

Czy jest więc coś najważniejszego na co koniecznie trzeba zwrócić uwagę projektując restaurację. Tak restaurację się projektuje. Wszystko w restauracji można zmienić, może poza lokalizacją. Nie można jednak zmienić gości. To dla nich działamy i to ich ocena waży o tym czy restauracja działa dobrze czy się zamyka. Zrozumienie potrzeb gości, ich zmienności, relacji między produktem a gościem, jest kluczowa do powodzenia. Restauracje nie są same dla siebie.

Łatwo jest pożegnać się z produktem, jeżeli nam nie odpowiada.

Wchodząc do knajpy z moim znajomym z Tomkiem zasygnowaliśmy, że przyszlismy głównie na napoje. Wybraliśmy, po dłuższej chwili, stolik z dala od innych osób, pomimo, że kelner proponował inny, bliżej pozostałych osób w lokalu. Przyszlismy w okolicy godziny 18. czyli jeszcze przed największym ruchem w knajpie. Dla wprawnego pracownika oczywiste było, że chcemy mieć zagwarantowany spokój, że nie przyszlismy tu rozmawiać z obsługą. Moim zdaniem nasze potrzeby zostały dobrze zmanifestowane.

Jednak nie zostały ani wysłuchane, ani wzięte pod uwagę przez obsługę. Od natarczywych pytań o zamówienie po brak woli rozwiązania problemu dzielenia się daniem. Obsługa była w tym miejscu sama dla siebie. Być może oczekiwała, że zrozumie ich filozofię projektowania dań. Może uznali, że jest to pewnego rodzaju nobilitacja, że mogą zjeść projektowanego burgera. Tylko, że ja nie przyszedłem tam celebrować jedzenie. Przyszedłem porozmawiać a przy okazji coś zamówiłem. Chciałem mieć ciszę, spokój, sprawny serwis. Myśląc o gościach, których

spotkałem, obsługiwałem lub poznałem w ciągu swojej pracy, jest to dość powszechne podejście. W zamian miałem pytania, niepotrzebny monolog o projektowaniu dań i dylematy czy mam jakoś reagować na całą sytuację. Wiem z pewnością, że tego miejsca więcej nie odwiedzę.

Kilka słów na koniec.

Na dzisiaj to koniec, chyba wspomniałem o wszystkim co miałem w planach. Temat produktu jakim jest restauracja i zarządzania tym produktem nie raz będzie powracał. Myślcie o restauracji jako o produkcie umieszczonym na suwaku. Zrozumienie oczekiwań gości czy klientów pozwoli Wam dopasować elementy produktowej układanki. Dzięki temu nie będziecie się musieli tak martwić o znikających gości. Pamiętajcie, że Wasza wiedza musi być powszechna w firmie, nie tylko wśród kelnerów ale i kucharzy czy barmanów.

Jeżeli masz swoje doświadczenia związane z utratą albo utrzymaniem gości z chęcią posłucham. Nie wiem czy można dać lajka albo komentarz do podcastu np na Spotify, ale śmiało możesz to zrobić pod nagraniem na [MarcinKoch.pl](https://marcin Koch.pl)

A i zapomniałbym. Miałem wspomnieć o książce. Dzisiaj nie mam zbyt wiele czasu na rozgadanie się, ale jeżeli chcesz lepiej zrozumieć relacje jakie zachodzą między elementami produktu to polecam [Marketing Usług](#) autorstwa Anny Czubały. Książka nie jest najnowsza, ale wciąż aktualna.

Na koniec niespodzianka, którą obiecałem. Niespodzianka dla niektórych znana, ale może o niej nie słyszałeś? Na stronie MacinKoch jeszcze przez krótki czas jest do pobrania [e-book dotyczący Delivery](#). 40 stron wiedzy i wskazówek jak działać na tym konkurencyjnym, ale przyszłościowym rynku. To jest część pierwsza e-booka. Kolejna już wkrótce. Zaloguj się na stronie [MarcinKoch.pl](https://marcin Koch.pl), pobierz e-booka, rozwijaj się i nie daj się wyprzedzić konkurencji.

Dziękuję, że wysłuchałeś podcastu. Już za tydzień kolejny odcinek. Do usłyszenia.