

## PREDSTAVUJEME

**Ing. Milan Kováčik,**  
riaditeľ PromoLand



**? Aké bolo vaše prvé zamestnanie?**

Hneď po absolvovaní VŠ som založil internetový obchod Dunaj.sk.

**? Čo vás privedlo k oblasti podlinkiek?**

Po akvizícii projektu a získaní investícií realizovala reklamnú kampaň pre Dunaj.sk agentúra Wiktor/Leo Burnett. Kampaň bola veľmi úspešná, získala niekoľko Zlatých klincov, cenu Grand Prix... Svet reklamy a marketingu ma natoľko fascinoval, že po odchode z Dunaja som založil PromoLand. Do eventovej brandže som však prišiel bez akýchkoľvek skúseností alebo praxe v inej agentúre.

**? Čo vás na podlinkách/eventoch najviac baví?**

Kombinácia mnohých schopností, ktoré musí mať a použiť každý človek, ak chce byť v tejto oblasti úspešný na tej najvyššej úrovni.

**? Čomu by ste sa chceli venovať o 10 rokov?**

Vlastný hotel, príp. event house, alebo... Lákajú ma nové projekty.

**? Ktoré značky/reklamy milujete?**

V poslednom čase ma zaujala reklama na J&T banku.

**? Na ktorý event realizovaný vašou agentúrou ste zvlášť hrdý?**

Je ich veľa, no naposledy som mal tento pocit pri realizácii VIP eventu pre Slovanet v „jame“ na hrade Devín.

**? Ako relaxujete?**

Cestovanie, priatelia, bike, golf, rízlíng rýnsky...

**? Vaša najsilnejšia stránka a vaša slabosť?**

Čo sa týka profesionálneho života, najsilnejšia je komplexnosť, a slabosťou, že v ničom extra nevynikám.

**? Vaše životné krédo?**

V biznise sa riadim jedným anglickým príslovím: Sklamanie z nízkej kvality trvá oveľa dlhšie ako uspokojenie z nízkej ceny.

**? Váš zatiaľ nesplnený sen?**

Chcem kúpiť Promeu. ☺

# Nepodceňujte výber caterera

Gastrobrandža je zvláštna sama osebe. Kulinárske zážitky si často pamätáme lepšie ako hotel, v ktorom sme bývali, ako ľudí, ktorých sme stretli. Nebojme sa pripustiť, že dobré jedlo a servis je alfou a omegou každého eventu.

Špičkové výkony šéfkuchárov zvučných mien však stoja na tvrdej práci celých tímov, kvalitná kuchyňa je iba súčasťou úspechu. Kľúčovým momentom je práve servis a premyslená logistika. Ako teda zvoliť caterera? Vybrať si podľa ceny? Pozerať na referencie? Nechať sa zlákať zvučným menom šéfkuchára? Ako nájsť vhodný priestor? Naozaj ťažké otázky. Jednoznačná odpoveď, žiaľ, nejstuuje.

Čo by však malo fungovať vždy, je osobný prístup a skúsenosti. Prvoradá v tomto prípade totiž nie je to, kto pripraví päťhviezdičkové menu, ale to, kto vám poradí s priestorom, zastreší kompletnú logistiku a odservíruje všetko na jednotku. Jednoducho povedané, skvelé menu treba tvrdo odmakáť niekoľko týždňov pred samotným eventom, niekoľko hodín v deň eventu a niekoľko hodín po jeho skončení. Nehovoriac o tom, že nuansy eventového cateringu má aj samotné varenie, ktoré je veľmi odlišné od à la carte kuchyne. Povedali by ste, že servis súkromnej večere so štyrmi chodmi pre dve osoby na javisku divadla zamestná siedmich ľudí?

## Skúsenosti ako soľ nad zlato

Áno, určité štandardy platia vždy. Steak by mal byť ideálne podávaný medium. Protokolárny banket zase vyžaduje založiť všetky medium steaky pred každého hosta naraz. Ako však odhadnete, koľko gramov jedla a litrov vína je dosť na to, aby hostia boli syti? Ako stanoviť počet čašníkov tak, aby bola obsluha plynulá? Tu vstupujú na scénu skúsenosti. Treba poznať zázemie eventu, klienta, hostí i priestoru. Od prípadu k prípadu sa líšia požiadavky a skúsený cate-



rer vie, ako zabezpečiť kvalitu i kvantitu. Niektoré spoločnosti si na tejto črte postavili obchodnú politiku a garantujú svojim klientom kvalitu jedál a servisu, tiež však dostatočnú kvantitu jedál a nápojov.

## Vrchní, prchní

Kedysi bolo povolanie čašníka výsadou. Obsluha vo frakoch z tzv. „starej školy“ sa už dnes príliš nenosí. Pre niekoho je to zbytočný luxus. Premyslené systémy obsluhy, ovládanie niekoľkých jazykov a psychológiu predaja vystriedali brigádujúci študenti, ktorí síce „robili vonku“, ale do smokingu sa nehodia. Personál je ďalším rozlišovacím znamienkom pri výbere caterera. Využíva kvalitný a vyučený personál? Má personál

jednotné oblečenie? Je pri spracúvaní ponuky, po celý čas prípravy, realizácie a likvidácie prítomný cateringový event manažér? Adresnosť je však pri veľkých akciách často kameňom úrazu. Treba povedať, že pre klienta je, samozrejme, efektívnejšie vedieť, komu zadať konkrétnu úlohu, ako osloviť náhodne prechádzajúceho čašníka s plným podnosom použitého riadu, ktorý potrebuje ďalší čas na zorientovanie, kým osloví kompetentného...

## Od stola k stolu

Dnešná doba je plná deadlinev, budgetov, konzultantov a konferenčných hovorov. Ak však chcete naozaj dobre pripraviť event, zaberie to čas, nedá sa to spraviť „od stola“. Aj podľa toho sa dá spoznať



skúsený dodávateľ. Zaujíma ho priestor, zázemie, trvanie a scenár eventu, set-up mobiliára a prichodové zóny. Kvalita služby sa odráža aj v tom, nakoľko navrhovaný rozpočet korešponduje s finálnou faktúrou po skončení eventu. Preraziť nízkou cenou sa dá vždy, často tým však trpí kvalita, nehovoriac o kvantite.

### In da house

Nebudem tvrdiť, že dobrý caterer musím mať plné sklady inventára, mobiliára a trojposchodovú budovu plnú zamestnancov. Úspešný event je vždy otázkou logistiky a práce so správnymi ľuďmi v správny čas a na správnom mieste. Pravda však je, že vlastná kuchyňa, chladiarenské autá a mobilná kuchynská technika spravia veľa. Je väčšia pravdepodobnosť, že catering zafunguje, keď sú veci „in da house“, ako keď si údajný caterer prenajme kuchyňu, autá, ľudí či inventár a musí sa

snažiť šetriť na vstupoch, aby vôbec vykazoval zisk.

### Príklady z praxe?

Uvádzať prípadové štúdie nemá v tomto kontexte vôbec zmysel. V cateringu neplatia štandardy či tabuľky ako v hoteloch či v poisťovniach. Všetko sa plánuje za pochodu a často mení od základu na báze malého detailu. Stačí zistiť, že navázanie inventára a techniky musí prebiehať cez jeden malý výťah a zásadne sa zmení timing príprav a nasadenie personálu. Je dobré, keď klient pozná základnú eventovú a gastronomickú terminológiu, ak nie, dá sa to ľahko naučiť. Avšak úspešný event sa začína na stretnutí v mieste realizácie, kde vzniká konkrétna ponuka, obchodný vzťah a v ideálnom prípade dlhodobá partnerská spolupráca. ●

**Pavol Bankovich,**  
konateľ Sharkam VIP Catering

## S akými problémami sa stretávate pri cateringu?



**Andrea Benediková,**  
Brand Advertising

Väčšina bratislavských cateringových firiem je na vysokej úrovni. Slabé miesta sú skôr na strednom a východnom Slovensku.

koho máme osloviť na aký typ podujatia. Ale vždy nás zaráža, ak musíme platiť odstúpné prenajímateľom priestorov, keď nechceme využiť služby nimi odporúčaných cateringoviek. Najmä, ak tieto firmy ani zďaleka nedosahujú takú kvalitu ako iné cateringové firmy.



**Štefan Kozák,**  
CREATIVE PRO

Slabá kontrola & predvídanie.



**Dalibor Lukačka,**  
E-MOTION

V prípade externe zabezpečovaného cateringu našim zmluvným partnerom žiadne, v prípade nutnosti spolupracovať s „domácou“ kuchyňou, ktorá je súčasťou vytypovaného priestoru, je to preceňovanie vlastných schopností a málo skúseností.



**Milan Kováčik,**  
PromoLand

Nekvalitný personál, netransparentnosť spotreby jedla a nápojov.



**Michal Svarinský,**  
INSTITUTE OF PROMOTION

Nedostatočný manažment cateringových služieb. Agentúra často supluje ich koordinátora/manažéra.



**Naďa Křupalová,**  
FRESH Agency

Spoločnosti, s ktorými spolupracujeme, máme viac-menej odskúšané, vieme,



- PRENÁJOM PREZENTAČNEJ A KONGRESOVEJ TECHNIKY
- TECHNICKÉ ZABEZPEČENIE EVENTOV