



WYWIAD: TOMASZ KORFEL
ODPOWIEDZIALNY ZA PRODUKCJĘ I LOGISTYKĘ W LAJKONIK
HOUSE OF BAKERY, KRAKÓW

KLUCZEM DO SUKCESU JEST WSPÓŁPRACA.

+++++++
+++++++
+++++

CHCESZ WIEDZIEĆ WIĘCEJ? POBIERZ NASZ PRZEWODNIK:
"RZECZYWISTOŚĆ Z COVID19 I BIZNES"



Tomasz Korfel jest Szefem odpowiedzialnym za produkcję oraz logistykę w sieci kawiarni / cukierni Lajkonik, która ma 16 punktów sprzedażowych w Krakowie i Katowicach. Firma ma w planach otworzyć kolejne 4 punkty do końca 2020 roku. Tomasz nadal bada sytuację, gdyż pandemia skomplikowała plany ekspansji.

Z powodu pandemii firma musiała zamknąć prawie jedną trzecią lokali, a w tych które pozostały otwarte, biznes był na poziomie 40-50% wydajności. To oczywiście miało znaczny wpływ na zyski firmy.

Dodatkowo firma musiała również wprowadzić zmiany w ofercie produktowej - Tomasz zdecydował się na więcej produktów piekarniczych, które klienci mogą kupić i zabrać ze sobą do domu, unikając tym samym większych sklepów i tłumów. Co więcej, firma zredukowała również ofertę ciast, gdyż klienci zaczęli zwracać bardziej uwagę na wydatki i spadło zapotrzebowanie na produkty cukiernicze.

Punkty zlokalizowane w Krakowie odczuły skutki pandemii o wiele silniej z powodu braku turystów.

“SPĘDZAM WIĘCEJ CZASU NA ZARZĄDZANIU PRACĄ I PRACOWNIKAMI – SYTUACJA JEST BARDZO DYNAMICZNA.”

+++++++
+++++++
+++++

Mimo mniejszych obrotów, potrzeba elastyczności i szybkich reakcji na zmieniającą się sytuację spowodowała że Tomasz miał znacznie mniej czasu niż przed pandemią. Często musiał zmieniać założenia produkcyjne, nawet z dnia na dzień. Tomek twierdzi: "Musimy być elastyczni, zarówno pod względem asortymentu jak i dostosowania się do zmieniających się ograniczeń czy potrzeb klientów".

"Z obszaru produkcyjnego i logistyki, za które odpowiadam w firmie, największym wyzwaniem było utrzymanie dostępności surowców, które służą nam do wykonania naszych wyrobów finalnych.

Staramy się być oryginalną firmą, która wyznacza trendy i w związku z tym nie bazujemy na surowcach, które są ogólnie dostępne, a raczej wyszukujemy surowce u dostawców, którzy ściągają je z różnych zakątków świata i które są niepowtarzalne i bardzo oryginalne.

Pojawiły się również problemy z logistyką i transportem, zwłaszcza z krajów takich jak Włochy czy Hiszpania, wiele firm transportowych wycofało się z tych obszarów a te, które nadal jeżdżą, podniosły mocno ceny logistyczne."

Wyzwaniem dla Tomasza było również zapewnienie ochrony zarówno dla klientów jak i pracowników kawiarni.



**CHCESZ WIEDZIEĆ WIĘCEJ? POBIERZ NASZ PRZEWODNIK:
"RZECZYWISTOŚĆ Z COVID19 I BIZNES"**

"CZĘSTO KONKURUJEMY I WALCZYMY O KLIENTÓW, ALE NA DZIEŃ DZISIEJSZY TRZEBA TO ZŁAGODZIĆ, PONIEWAŻ KAŻDY Z NAS CHCE TO PRZETRWAĆ I POMOC JEST TERAZ POTRZEBNA WSZYSTKIM. KONKURENCJA MOTYWUJE MNIE DO PRACY I ABY BYĆ CORAZ LEPSZYM, WIĘC GDY JEJ NIE BĘDZIE, EKONOMICZNIE DLA NAS BĘDZIE KORZYSTNIEJ, ALE MOIM ZDANIEM NIE BĘDZIE LEPIEJ W ODNIESIENIU DO ROZWOJU CAŁEGO SEKTORA BIZNESU!"

ADAPTACJA

Lajkonik Bakery nie miał w swojej ofercie dostaw do klientów przed pandemią. W obecnej sytuacji zdecydowali, że należy sprawdzić tą metodę sprzedaży i zaczęli współpracować z zewnętrzną firmą, która dostarcza produkty w promieniu 5 km od każdego sklepu. "Ta forma dostawy naszych produktów prawdopodobnie zostanie wdrożona już na stałe".

Kolejną kwestią do rozważenia jest oferta produktów jaką klienci będą teraz oczekiwać. Czy będą chcieli produkty premium i czy będą mogli sobie na nie pozwolić w kwestii finansowej?



"MIMO KRYZYSU KLIENCI NADAL
CHCĄ SPRAWIAĆ SOBIE MAŁE
PRZYJEMNOŚCI, NIE
ZREZYGNUJĄ Z DOBREJ KAWY
POŁĄCZONEJ Z CZYMŚ
SŁODKIM."

+++++++
+++++++
+++++

Niemniej Tomasz patrzy z pewnością w przyszłość. „Myślę, że aspekt ekonomiczny wpłynie na ich zakupy, ale klienci nie zrezygnują z kawy połączonej z czymś słodkim”.

Uważa również, że konsumenci będą trzymać się klasycznych produktów, które znają i kochają. Minie trochę czasu, zanim znów zaczną szukać nowych, kulinarnych przygód. Jego zdaniem Szefowie będą musieli powrócić do tradycyjnych, sprawdzonych i znanych wyrobów.

"Następnie powoli będzie trzeba dodawać nowości i obserwować czy klient jest już na nie gotowy. Zobaczymy też czy klient będzie nadal wymagał od nas podejścia ekologicznego i czy będzie bardziej ukierunkowany na szczelne opakowania ze względów higieny”.



TOMASZ KORFEL
LAJKONIK HOUSE OF BAKERY
KRAKÓW, POLSKA
WEB: LAJKONIK-PIK.PL

+++++++
+++++++
+++++