



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU

17. dodjela nagrada HUOJ-a: Grand PRix 2024.

Kategorija: Grand PRix za unutrašnju komunikaciju

Naziv projekta: **Aminess Gourmet Lab**

Agencija: 404 agency za Aminess Hotels Resorts

Razdoblje realizacije projekta: od 29.01. do 13.03.

OPIS PROJEKTA

Analiza situacije: S obzirom na rastuću potražnju za visokokvalitetnim gastronomskim iskustvima među gostima, Aminess Hotels & Resorts prepoznao je važnost kontinuiranog unapređenja svoje ponude. Također, jedan od većih izazova u ovom segmentu predstavlja i kvaliteta odgovarajućeg stručnog kadra, od chefova do slastičara i sommeliera.

Ciljevi: educirati vlastite zaposlenike u specifičnim područjima i time direktno utjecati na kvalitetu gourmet ponude; unaprijediti gourmet ponudu Aminessa i tako pozitivno utjecati na gastronomsku ponudu u objektima kompanije te u destinacijama; postići visoke ocjene na anketi zadovoljstva polaznika s radionicama (barem 4 od 5).

Provedba: Zaposlenici Aminessa su informirani o Gourmet Lab radionicama upotrebom internih kanala komunikacije, kao što su newsletteri, e-mailovi i interna komunikacija čime je osiguran interes zaposlenika. Kroz sve navedene kanale jasno su komunicirani svi benefiti Gourmet Lab edukacija – polaznici po završetku tečaja dobivaju priznanje za svoje postignuće, koje služi kao potvrda da su uspješno savladali sve elemente pripreme hrane, serviranja, uparivanja vina s hranom i odnosa prema gostima. Za dodatno jačanje vidljivosti, pripremljeni su HR videi, koji uz pozivanje potencijalnih zaposlenika da se pridruže Aminessu jasno komuniciraju Gourmet Lab radionice i njihovi voditelji od kojih polaznici imaju priliku naučiti korisne vještine za razvoj svoje karijere. Istovremeno je komunicirano i s javnosti putem vanjskih komunikacijskih kanala - social media objava i objava za medije, naglasivši fokus kompanije na osiguranju vrhunskog gourmet iskustva svim posjetiteljima Aminess objekata te benefite za (buduće) zaposlenike u pogledu edukacija i usavršavanja što predstavlja jedan od ključnih elemenata pri odlukama o odabiru budućeg poslodavca kod mladih.

Učinak i vrijednost uspješne komunikacije: 200+ polaznika radionica; suradnja s najvećim chefovima, slastičarima i somelierima iz Hrvatske; unaprijeđena gourmet ponuda u Aminess objektima - polaznici tečaja svoj razvoj nastavljaju u Aminess restoranima pod vodstvom vrhunskih chefova (Davida Skoke u Oliveto a'la carte restoran u Aminess Maestral hotelu, Matije Bogdana u 7seas Resaturants & Bars u Njivicama i Korčuli te Hrvoja Zirojevića u okviru Aminess Wine & Gourmet nights večera). Rezultati anketa također su pokazali i jačanje povezanosti s tvrtkom Aminess, pa je tako tvrdnja „Moji kolege posvećeni su kvalitetnom obavljanju posla“ dobila prosječnu ocjenu 4,12.

Kreativnost i inovativnost: Teorija i praksa primijenjena je kroz suradnju s najboljim domaćim chefovima kako bismo osigurali visoku kvalitetu edukacije i stvaranje inovativnih pristupa u gastronomiji. Riječ je o poznatim licima hrvatske gastronomije, chefovima Hrvoju Zirojeviću, Matiji Bogdanu, Melkioru Bašiću i Davidu Skoki. Razvoj novih, kreativnih ideja i rješenja unutar projekta podrazumijevao je kombiniranje tradicionalnih i suvremenih kulinarskih tehnika te poticanje kreativnosti i eksperimentiranja u kuhinji.

Društvena vrijednost i opća relevantnost: Podizanje kvalitete hrane u domaćim objektima na novu razinu ne samo da inspirira ostale u industriji već i potiče razvoj gastronomske scene u Hrvatskoj. Kroz edukaciju i usavršavanje kuhara te primjenu najnovijih kulinarskih trendova i tehnika, podižemo svijest o važnosti kvalitetne gastronomske ponude u turističkom sektoru.