

Редакция:

Издатель и главный редактор:

Мария Тимирбаева, tim@bbpg.ru

Зам. главного редактора:

Людмила Габриель-Рябчук,

restaurant@bbpg.ru, trufel@bbpg.ru

Главный художник:

Фрида Ланс, frida@bbpg.ru

Дизайнер:

Маргарита Аюпова, rita@bbpg.ru

Корреспондент:

Ольга Громова, gromova@bbpg.ru

Рисунки:

Вера Пузыревская, vera01@mail.ru

Корректор: Татьяна Кречко

Менеджер по производству:

Галина Мухамятжанова, galina@bbpg.ru

Обозреватели разделов:

«Бизнес»: Максим Привезенцев

«Еда»: Илья Лазерсон

«Вино»: Дженсис Робинсон

Над номером также работали:

Стефан Бертон, Сергей Галынин, Инесса

Ермишкина, Юлия Легздина, Татьяна Морозова,

Анатолий Пыриков, Лена Седестрем, Эльвира

Тарасенко, Наталья Тимирбаева

Отдел рекламы:

Директор по рекламе:

Людмила Чиркова, lusia@bbpg.ru

Менеджер:

Ирина Ларина, larina@bbpg.ru

Отдел распространения:

Директор по распространению:

Валерия Красотова, 095@bbpg.ru, krasotova@bbpg.ru

Координатор:

Юрина Прокудина, uprok@bbpg.ru

Ассистент:

Ирина Рахова

Компьютерная поддержка:

Сергей Рогов, rogov@bbpg.ru

Ассистент:

Надежда Евсеева,

тел./факс: (095) 263-9930, 265-6640



Адрес редакции:

107082, Москва, Рубцовская наб., 3, офис 1722

Тираж 12 000 экземпляров

Цена свободная

Издание зарегистрировано в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации

ПИ №77-16228 от 11 августа 2003 года.

Учредитель: ООО «Би-Би-Пи-Джи. Издательство Жигульского»

Номер подписан к печати: 21.11.2003

Отпечатано в ООО Редакция «Витязь-Братишка»

111399, Москва, ул. Мартеновская, д. 6, к. 1

Тел./факс: (095) 963-8732, 963-3697

Товары и услуги, рекламируемые в этом номере, подлежат обязательной сертификации. Любое воспроизведение материалов или их фрагментов на любом языке возможно только с письменного разрешения редакции.

И МНОГО, МНОГО РАДОСТИ...



По данным московских кадровых агентств, самый высокий спрос сегодня (и максимальный рост уровня заработной платы) – нет, не на шеф-поваров, как вы сразу подумали, – а на директоров и менеджеров по персоналу (хотя средняя зарплата шеф-повара в Москве за год также выросла – в среднем на 30%).

Столь серьезное отношение руководителей компаний к кадровой политике говорит о том, что корпоративных мероприятий накануне Нового года в этом году будет больше, чем когда-либо раньше. И без того горячая предновогодняя пора в этом сезоне, похоже, будет еще горячее.

Вполне возможно, что где-то спрос превысит предложение.

В ситуации повышенного спроса на услуги важно решить не только то, что и как вы будете делать, но и что вы делать не будете.

С одной стороны, в условиях дефицита можно с легкостью продать что угодно. И соблазн максимально снизить расходы, увеличив цену, очень велик. С другой – есть возможность извлечь из сложившейся ситуации максимум пользы и заставить предновогодние банкеты и новогодние праздники работать на вас весь год. А для этого нужно ставить и решать совсем другие задачи.

Например, как начать предновогодние продажи на две недели раньше и закончить на две недели позже, чем всегда.

Сколько дополнительного персонала понадобится для того, чтобы сохранить традиционное качество услуг в условиях предновогоднего марафона. Где взять этих людей, как и чему их учить.

Как мотивировать постоянных сотрудников на качественную работу в режиме максимальной нагрузки. Как организовать их работу и отдых.

Как все-таки избежать лишних расходов и сформировать оптимальное предложение.

Как выделиться из числа конкурентов, продающих те же самые корпоративные банкеты и билеты на новогоднюю ночь, и удивить гостей, несмотря ни на что.

Организации предновогодних и новогодних продаж посвящено несколько материалов этого номера. Своим опытом работы в декабре делятся профессионалы индустрии питания.

Успешных вам продаж!

Мария Тимирбаева, tim@bbpg.ru