



NEWSLETTER

AKADEMIE AHR ČR

AKADEMIE
AHR

KURZY

ROZHOVORY

BLOG

INSPIRACE

VZDĚLÁVÁNÍ

PŘIPRAVUJEME



WWW.AHRCR.CZ WWW.AKADEMIEAHR.CZ
WWW.NOCHOTELU.CZ WWW.KONFERENCEAHR.CZ
WWW.AKCEAHR.CZ WWW.HOTELSTARS.CZ

SET MENU AKTUÁLNÍCH KURZŮ

JÁ ŠÉFEM – MÁ NOVÁ ROLE

Lektorka: Monika Vlková

Pátek 12. 04. 2019 *09:00 – 16:00*

Uzavírka přihlášek: pátek 05. 04. 2019

Cena pro členy AHR: 3 300 Kč + DPH / ostatní: 4 300 Kč + DPH

HOUSEKEEPING, MODUL 3

Lektorka: Jaroslava Vyskočilová

Pondělí 29. 04. 2019 *09:00 – 16:00*

Uzavírka přihlášek: pondělí 22. 04. 2019

Cena pro členy AHR: 3 300 Kč + DPH / ostatní: 4 300 Kč + DPH

SKVĚLÝ A EFEKTIVNÍ TÝM – ZÁKLAD VAŠEHO ÚSPĚCHU

Lektor: Aleš Procházka

Úterý 30. 04. 2019 *09:00 – 16:00*

Uzavírka přihlášek: úterý 23. 04. 2019

Cena pro členy AHR: 3 300 Kč + DPH / ostatní: 4 300 Kč + DPH

ZÁKLADY GRAFIKY PRO GASTROPROVOZY

Lektor: Tomáš Krejča

Úterý 14. 05. 2019 *09:00 – 13:30*

Uzavírka přihlášek: úterý 07. 05. 2019

Cena pro členy AHR: 2 000 Kč + DPH / ostatní: 3 000 Kč + DPH

UPSELLING A CROSSELING

Lektor: Jaroslav Vaculka

Čtvrtek 16. 05. 2019 *09:00 – 16:00*

Uzavírka přihlášek: čtvrtek 09. 05. 2019

Cena pro členy AHR: 3 300 Kč + DPH / ostatní: 4 300 Kč + DPH

HAPPINESS AT WORK

Lektorka: Monika Vlková

Pátek 17. 05. 2019 *09:00 – 16:00*

Uzavírka přihlášek: pátek 10. 05. 2019

Cena pro členy AHR: 3 300 Kč + DPH / ostatní: 4 300 Kč + DPH

HOUSEKEEPING, MODUL 1

Lektorka: Jaroslava Vyskočilová

Úterý 21. 05. 2019 09:00 – 16:00

Uzavírka přihlášek: úterý 14. 05. 2019

Cena pro členy AHR: 3 300 Kč + DPH / ostatní: 4 300 Kč + DPH

EFEKTIVNÍ ŘÍZENÍ RESTAURAČNÍCH ZAŘÍZENÍ

Lektor: Daniel Hodulík

Čtvrtek 23. 05. 2019 09:00 – 16:00

Uzavírka přihlášek: čtvrtek 16. 05. 2019

Cena pro členy AHR: 3 300 Kč + DPH / ostatní: 4 300 Kč + DPH

RECEPČNÍ PROFESIONÁL

Lektor: Jaroslav Vaculka

Pátek 24. 05. 2019 09:00 – 16:00

Uzavírka přihlášek: pátek 17. 05. 2019

Cena pro členy AHR: 3 300 Kč + DPH / ostatní: 4 300 Kč + DPH

Kurz je akreditován MŠMT**FOTÍME (NEJEN) NA INSTAGRAM A EFEKTIVNÍ REKLAMA**

Lektor: Tomáš Krejča

Pondělí 27. 05. 2019 09:00 – 16:00

Uzavírka přihlášek: pondělí 20. 05. 2019

Cena pro členy AHR: 3 300 Kč + DPH / ostatní: 4 300 Kč + DPH

ZNÁTE DOBŘE VAŠE NOVÉ LEGISLATIVNÍ POVINNOSTI V OBLASTI GASTRO PROVOZU?

Lektor: Ing. Tomáš Čapek, CSc., Firma Uniconsulting

Úterý 28. 05. 2019 09:00 – 16:00

Uzavírka přihlášek: úterý 21. 05. 2019

Cena pro členy AHR: 3 800 Kč + DPH / ostatní: 4 800 Kč + DPH

ÚVOD DO REVENUE MANAGEMENTU

Lektorka: Livia Nowak Abdul

Čtvrtek 30. 05. 2019 09:00 – 16:00

Uzavírka přihlášek: čtvrtek 23. 05. 2019

Cena pro členy AHR: 3 300 Kč + DPH / ostatní: 4 300 Kč + DPH

ŘEŠENÍ PŘIPOMÍNEK A STÍŽNOSTÍ ZÁKAZNÍKŮ VČETNĚ ŘEŠENÍ NESTANDARDNÍCH SITUACÍ

Lektor: Jaroslav Vaculka

Pondělí 03. 06. 2019 09:00 – 16:00

Uzavírka přihlášek: pondělí 27. 05. 2019

Cena pro členy AHR: 3 300 Kč + DPH / ostatní: 4 300 Kč + DPH

Kurz je akreditován MŠMT

ZÁKLADNÍ STANDARDY PROFESIONÁLNÍ OBSLUHY PRO SERVÍRKY A ČÍŠNÍKY

Lektor: Ing. Aleš Procházka

Úterý 04. 06. 2019 09:00 – 16:00

Uzavírka přihlášek: úterý 28. 05. 2019

Cena pro členy AHR: 3 300 Kč + DPH / ostatní: 4 300 Kč + DPH

MAXIMÁLNĚ EFEKTIVNÍ A ZISKOVÉ UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ – JAK NA TO! (PROVOZ I BUDOVÁNÍ)?

Lektor: Jaroslav Vaculka

Pondělí 10. 06. 2019 09:00 – 16:00

Uzavírka přihlášek: pondělí 03. 06. 2019

Cena pro členy AHR: 3 800 Kč + DPH / ostatní: 4 800 Kč + DPH

OBSAHOVÝ MARKETING CHYTŘE A EFEKTIVNĚ

Lektor: Tomáš Krejča

Úterý 11. 06. 2019 09:00 – 16:00

Uzavírka přihlášek: úterý 04. 06. 2019

Cena pro členy AHR: 3 300 Kč + DPH / ostatní: 4 300 Kč + DPH

KRIZOVÉ SITUACE V PROVOZU PSYCHOLOGICKÁ PODPORA

Lektorka MUDr. Valerie Štáfková

Čtvrtek 20. 06. 2019 09:00 – 16:00

Uzavírka přihlášek: čtvrtek 13. 06. 2019

Cena pro členy AHR: 3 300 Kč + DPH / ostatní: 4 300 Kč + DPH

Nenašli jste pro vás potřebná témata? Raději byste měli kurz na klíč ve vašem zařízení dle konkrétních přání a požadavků?

Rádi pro vás takový kurz zorganizujeme, přesně šitý na požadavky a potřeby vaší organizace. Mimo speciální ceny za tento kurz (od 20 000 Kč + DPH) a školení ve vaší organizaci máte možnost do skladby školení přímo zasáhnout. Veškerí naši lektoři jsou odborníci z oblasti hotelnictví či gastronomie s dlouholetou praxí. Dokáží předat mnoho potřebných a cenných praktických informací.

Sledujte také naše webové stránky pro aktuální informace: www.akademieahr.cz/vypsane-kurzy.

A pokud ještě nejste členy AHR ČR staňte se jimi. Mimo zvýhodněné ceny za účast v našich kurzech získáte i mnoho cenných šablon, předpisů, metodik, které pomohou Vašemu podnikání a ušetří Vám mnoho času a nákladů. Jedná se o kompletní administrativu a zastoupení vůči kolektivním správcům, metodiky a vzory směrnic, které nemusíte vytvářet, monitoring nové legislativy a mnoho dalších společných postupů. Více informací naleznete na www.ahr-cr.cz.

ASSOCIACE HOTELŮ
A RESTAURACÍ
ČESKÉ REPUBLIKY



THE CZECH ASSOCIATION
OF HOTELS
AND RESTAURANTS

EXKLUZIVNÍ

JEDNODENNÍ SEMINÁŘ IVO TOMANA

Schopní zaměstnanci jako ohrožený druh? Chyťte je a nepouštějte



6. června 2019



Clarion Congress Hotel Prague

Registrace na www.akademieahr.cz

CHCETE ROZŠÍŘIT OBZORY A NAUČIT SE, JAK ZAJÍMAVĚ FOTIT JÍDLO A NÁPOJE?

Rozjíždíte Instagram a potřebujete se zorientovat na této sociální síti? Představujeme Vám blíže kurz „Fotíme (nejen) na Instagram a efektivní reklama“.

Témata, kterým se během kurzu budeme věnovat:

- Foťák, mobil, iPad? – jaké jsou technické možnosti a jak neutratit vlastní ledvinu? S těmito typy na vyzkoušené vybavení se určitě nenecháte zruinovat – na kurzu si můžete vyzkoušet a prodiskutovat základní fotografické vybavení.
- Základy focení – co znamená clona, čas, co je to citlivost? Jak docílit rozmazaného pozadí a nemít celou fotku rozmazanou? Proč některé fotky šumí a jak se toho zbavit?
- Startujeme Instagram – základní orientace na instagrame, ovládání aplikace.
- Okolí instagramu a jak ho využít pro byznys – začínáme sledovat statistiky a přemýšlíme, jak využít v našem firemním prostředí.
- Jaké jsou další zajímavé aplikace.
- Co jsou to Instagram stories.
- Praktická práce – fotíme a stylujeme jídlo, dáváme na Instagram a prostě to vše spojujeme dohromady a začínáme tomu říkat marketing.
- Reklama na Instagramu a Facebooku – probereme si správce reklam a odnaučíme se klikat na tlačítko propagovat příspěvek.

Vysvětlíme si základy focení a prakticky vyzkoušíme. Zacílíme na Instagram a Facebook včetně reklamy a využití pro business.

Lektora kurzu Tomáše Krejči jsme se zeptali na následující otázky:

Komu je kurz určen?

Kurz je určen v podstatě komukoliv, kdo se třeba bojí experimentovat, zkoušet nové věci, ale zároveň potřebuje pro svou práci používat sociální sítě. Bez sociálních sítí si dnes nikdo marketing nedokáže představit, ale u prezentace společnosti to určitě nezačíná. Možnost prodat své schopnosti a dovednosti na sociálních sítích je dnes zásadní. Díky nedostatku zaměstnanců napříč celým pracovním trhem a vy můžete snadno upozornit na své dovednosti právě díky těmto nástrojům. Takže – nejen pro marketáky, ale pro kohokoliv, kdo něco dovede, umí dobře vařit, míchat koktejly, anebo stříhat zajímavě keře.



V čem vidíte největší klady kurzu?

Určitě v tom, že si vše vyzkoušíme a nebudeme jen sedět na židlích a proklikávat si PowerPoint. Rád se s lidmi bavím o jejich konkrétních případech, takže budeme vymýšlet, diskutovat. A navíc si vyzkoušíme samotné focení, řekneme si nějaké tipy, ukážeme si možnou a hlavně dostupnou techniku. Určitě s sebou vezmu kupu věcí – je to spíše takový workshop. Vedle informací tedy přihodíme i nějakou tu praxi a snad i pozitivní energii.

Co vše by se mělo po ukončení kurzu u jeho účastníků změnit?

To je těžká otázka. Byl bych rád, kdyby se u každého z účastníků změnilo něco jiného – podle jeho potřeby. Aby si z kurzu odnesli tu důležitou myšlenku, že marketing nefunguje přes kopírák, že si musíte najít ten svůj styl a to, co na vaše klienty funguje. A určitě aby se nebáli začít zkoušet nové věci a sociální sítě používat, protože my můžeme účastníky na kurzu nasměrovat, dát jim tipy do začátku, ale svůj styl už si musí najít sami svou praxí – ale to platí u všeho v životě.

Kurz je vypsan na pondělí 27.05.2019, přihlášky naleznete na bit.ly/2Z2oVqw.

Text: Jana Šturmová

JAK NA SPOLUPRÁCI S INFLUENCERY

Význam a původ tohoto slova je odvozen z anglického výrazu „influence“ – vliv. V našem podnikatelském prostředí chápeme influencera jako člověka, který má určitý vliv, svými názory, postoji a myšlenkami dokáže působit na druhé lidi. Ať je to již osobnost z veřejného života či člen různých skupin a komunit. V současném prostředí virtuálních komunikací se prosazují také nezávislí influenceři, kteří svou popularitu, a tím i vliv získávají především pomocí sociálních sítí nebo různých blogů a webových stránek.

Je to osoba, která se pohybuje na internetu, která vlastní a vytváří určitý kanál a skrze něj komunikuje se svými čtenáři a sledovateli. Jakmile kolem sebe nashromáždí skupinu lidí, kteří se k její produkci rádi a pravidelně vrací, stává se vynikajícím, potenciálním spoluhráčem v propagaci určitých produktů i služeb.

Hosté hotelů a restaurací využívají sílu recenzí a hodnocení provozoven na sociálních sítích. Jsou zvyklí

si hotel či restauraci „googlovat“ a na základě dostupných hodnotících informací se pro návštěvu rozhodnout či nikoli. Vězte, že spolupráce i s influencery se Vám v tomto směru jistě vyplatí. Je důležité si správné influencery vytipovat a navázat s nimi spoluprací. Neb to, co tato osoba doporučí, to, o čem se pochvalně vyjádří, to, co se nachází v její blízkosti, najednou chtějí i ostatní.

A jak na to? V první řadě si položte otázku, co chcete vůbec propagovat. Bude to celá Vaše firma/značka nebo jen konkrétní služba (pobytový balíček, speciální sezónní menu v restauraci apod.) Dále pak čeho tím chcete dosáhnout, jaká jsou Vaše očekávání od této spolupráce. Je to kupříkladu zvýšení návštěvnosti, zvýšení zisku, být vidět mezi konkurencí, získat více fanoušků na sociálních sítích?

V dalším kroku se zaměřte na to, jaký máte rozpočet, případně co budete nabízet za odměnu. Pokud chcete od influencera propagaci své služby, získáváte od něj svým způsobem reklamní plochu, kterou si on sám buduje i několik let. V neposlední řadě u známých blogerů navíc platíte za jejich „značku“. Můžete zvážit finanční odměnu (začínající blogeři si účtují cca okolo 500–1000 Kč, průměr je okolo 4000 Kč a u TOP blogerů se částka běžně šplhá k desetitisícům) nebo tzv. barterovou spoluprací, kdy nabídnete večeři či ubytování zdarma.



Dále Vás čeká trochu pátrání. Vybírejte influencera pečlivě. Můžete se podívat na výsledky Czech blog awards, Aperol Food Blog roku i Mamablog roku a vybrat si z těch nejlepších. Projděte skupiny na Facebooku, které sdružují blogery, blogerky a youtuberky. Sledujte, koho sledují blogeři – jejich seznam oblíbenců mají často uvedený na svých stránkách – i to je pro vás dobrý zdroj. Můžete zacílit i na komentáře u příspěvků vybraného blogera – opět na něj budou reagovat i podobně zaměřeni blogeři.

Vnímejte, jak často dotyčný publikuje, jaký je jeho projev, líbí se Vám jeho fotky a blog, jak komunikuje s fanoušky. A má vůbec aktivní fanoušky? Zodpovzte si otázky, jaká je návštěvnost jeho blogu za poslední 3–6 měsíců, jaká je čtenost jeho článků či kolik má sledujících na svých sociálních sítích.

Po výběru konkrétního influencera se již pusťte do ujasnění si formátu příspěvků, určete si i nějaký termín a prosaďte si

i svoje konkrétní prokliky. Jinak ale do obsahu článku blogerů nezasahujte, nechte je psát a realizovat se dle libosti, ať je spolupráce co nejvíce autentická. Dejte blogerům všechna potřebná data, informace, produkty, fotky a buďte tu pro ně k dispozici, pokud něco potřebují.

Po předání vše zkontrolujte – projděte si výstup, zkontrolujte prokliky, případně pošlete připomínky a využijte výstupu k propagaci i na svém webu/blogu/sociálních sítích.

Vyhodnoňte si spoluprací (dle cílů, které jste si předem stanovili). Hodně blogerů sdílí články několikrát za sebou. Ideální je vyhodnocovat spoluprací 1 měsíc po ukončení, a pak zpětně klidně po půl roce/roce v celkovém přehledu. A jak vyhodnocovat? Například formou Google Analytics, kde naleznete počet návštěv Vašeho webu a nové uživatele. Na Facebooku vyhodnotíte počet nových To se mi líbí, komentování příspěvků, sdílení, celkový dosah. Od blogera můžete získat čtenost daného článku a dosah na jeho sociálních sítích, v restauraci počet nových hostů apod.

Spoluprací s influencery neukončujte. Nikdy totiž nevíte, kdy ho budete znovu potřebovat. Udržujte komunikaci, pošlejte například info o novinkách, sledujte sociální sítě a buďte v obraze.

A poznámka na závěr? Co jde těžko změřit? Rozhodně celkový reálný dosah v šíření povědomí o Vaší

znače. Ten se musí budovat postupně a dlouhodobě, takže každou spolupráci berte jako malý krůček k úspěchu.

Zdroje:

www.shean.cz/clanky/detail/desatero-uspesne-spoluprace-s-blogery.htm

www.getfound.cz/blog/jak-spolupracovat-s-blogery

Text: Jana Šturmová

PŘESTAŇTE SI STĚŽOVAT NA MILENIÁLY – ZAČNĚTE S NIMI PRACOVAT

Existuje velké množství průzkumů na téma, čím se mladá generace vyznačuje, jaké jsou její hodnoty a představy o (nejen) pracovním životě. Žádný z nich ale neodpovídá na otázky, které si ve firmách klademe stále častěji: Proč se nám nedaří mladou generaci nabírat? Proč u nás nevydrží dlouho? Jak pomoci manažerům a vedoucím, aby s nimi dokázali pracovat?

Práce s novými generacemi vlastně nevyžaduje nic, co by už ve vedení lidí nebylo objeveno. Mileniálové od svých nadřízených totiž chtějí to, čemu říkáme leadership. Kladou tedy velké nároky na většinu současných organizací, kde je leadership vnímán jako něco, co dokážou jenom (někteří) členové nejvyššího vedení. Pokud umíme základní principy vedení lidí používat na všech úrovních řízení, nebudeme mít větší problém ani s mileniály.

Na to, proč bychom měli rozvíjet lídry na všech pozicích, odpovídá několik z největších pracovních hodnot generace Y (průzkum LinkedIn 2018), bez jejichž naplňování se při zaměstnávání mileniálů neobejdeme:

1. Vědomí důležitosti své práce
2. Preferují mentory před šéfy
3. Očekávají uznání, pokud si ho zaslouží
4. Více zpětné vazby = méně problémů

Více informací si přečtete zde: www.hrnews.cz/lidske-zdroje/rizeni-id-2698710/prestanme-si-stezovat-na-milenialy-zacneme-s-nimi-pracovat-id-3637258

FOOD TRENDY PRO ROK 2019

Hmyz, kouř, zelenina a znovuobjevené máslo. Zdá se, že rok 2019 bude inovativní, zdravý, tradiční i přelomový. Kuchaři prorokují lepší pracovní podmínky, pouštějí se do sociálních projektů a přesouvají se z kuchyní do zahrad i médií.

1. Šéfkuchař a pěstitel

Červené čínské zelí, fialová mrkev a zelené jahody – restaurace chtějí rozmanitost a zemědělci se naučili pěstovat i dodávat plodiny na míru. Podniků, které servírují sezonní menu s původem, přibývá i v Čechách. Spolupráce mezi kuchyní a pěstiteli jde ještě dál, a tak vznikl trend Seed to Feed. Kuchaři se přesouvají do zahrad a laboratoří, aby společně s farmáři vypěstovali zdravé, chutnější a nutričně bohatší odrůdy zeleniny a ovoce, původní i křížené.



2. *Nové pracovní modely*

Provozní změny, jiná hierarchie, kratší pracovní doba – stále více restaurací odmítá dosud běžný obraz vyhořelého kuchaře bez nároku na osobní život a vyhlašuje boj za atraktivnější a udržitelnější práci v kuchyni. Popohání je k tomu celosvětový nedostatek kuchařů a mladá generace, která zpochybňuje starý vojenský systém. Gastronomická předsevzetí pro tento rok? Osmihodinová směna, čtyři pracovní dny v týdnu, pořádná dovolená a vyšší plat, partnerství a rovnost.

3. *Až k vašim dveřím*

Stále větší obliba jídla s donáškou až ke dveřím přináší řadu inovací a revolučních konceptů. Jedním z nich jsou restaurace, ve kterých se vaří výhradně jídlo na objednávku a k doručení – žádná místa k sezení, žádná obsluha, pouze kuchyně, kde se připravuje to, co si vyberete přes aplikaci. Skvělá příležitost, jak využít další silný trend – fast-casual, tedy neformální fastfood na vysoké úrovni.

4. *Původ & příběh*

Rostoucí poptávka po kvalitním jídle a vědomý spotřebitel, který chce znát původ a příběh surovin, připsaly na seznam trendů transparentnost. Nové technologie umožňují splnit nároky zákazníků a sledovat cestu produktu z farmy až do regálů v supermarketu. V zahraničí se mluví o databázi fungující na stejném principu jako technologie Blockchain, která vznikla v souvislosti s kryptoměnou a která se dá uplatnit i v gastronomii – cílem je monitorovat pohyb surovin a budovat důvěru mezi podnikem a hosty.

5. *Jemný kouř*

Uzená kouřová vůně dokáže jídlu dodat chuť umami, a tak se uzení stává oblíbeným dochucovadlem. Červená řepa je díky kouři sladší a méně zemitá, uzené ceviche vděčí za svůj úspěch spálenému čínskému zelí. Jemně kouřová chuť byla dosud podceňovaná a poměrně málo využívaná, možná i proto, že se to s ní nesmí přehnat. To se však změní – kuchařům se práce s kouřem zamlouvá čím dál víc, učí se ho dostat pod kontrolu a vytvářejí tak nové chuťové zážitky.

6. *Hrachový protein*

Současný trh je plný alternativních zdrojů bílkovin. Kromě rostlinných náhražek masa k nim patří i proteiny v prášku – mandlové, konopné, dýňové, rýžové, z chia semínek a taky hrachové. Vyrábějí se mletím sušeného hrášku a zajímají hlavně sportovce, vegetariány a vegany. Výrobci přicházejí s bez mléčnými jogurty, majonézou, nebo dokonce se zmrzlinou s hrachovým proteinem.

7. *Máslo je zpátky*

Časy, kdy mělo máslo pověst zabijáka a přítele vysokého cholesterolu, jsou pryč. Nejen ve špičkových restauracích si hosté vychutnávají delikátní chleba s výběrovým máslem a stále více kuchařů na něj nedá dopustit. Vlastní stlučené anebo od farmáře, bylinkové, fermentované, hnědé, ořechové nebo s pastou miso – máslo je tučnou složkou, která zajistí jedinečnou chuť při pečení, vaření, smažení i dušení. Tenhle trend bude žít dlouho.

8. *Zelenina*

Jídlo se stává etickou otázkou a výrazem životního stylu. Lidé už nějaký čas směřují k tomu, jíst méně masa a dávat přednost zelenině, a v roce 2019 tomu nebude jinak. Fine diningové restaurace servírují neotřelé zeleninové variace, někteří šéfkuchaři maso z jídelních lístků úplně škrtnou a povyšují zeleninu na hlavní chod. Důvod? Zdraví a ekologie stojí často až na druhém místě – na tom prvním je chuť zkoumat rozmanitost a bohatství rostlinné říše.

9. *Vaření za lepší svět*

Sociální projekty jsou trendem s přidanou hodnotou, kterou v jídle a gastronomii spatřuje řada slavných šéfkuchařů. José Andrés byl v roce 2018 nominován na Nobelovu cenu za mír, Massimo

Bottura založil neziskovou organizaci Food for Soul, která brojí proti plýtvání potravinami a zajišťuje jídlo lidem v nouzi, restaurace Le Cinqüème Jour v Ženevě má otevřeno jen čtyři dny v týdnu a pátý den vaří pro chudé.

10. Hmyz

Hodně bílkovin a nízké náklady na jedné straně, nezvyk a legislativa na straně druhé. OSN a nevládní organizace, šéfkuchaři jako René Redzepi, Alex Atala nebo Edgar Nunez i malí výrobci hmyzích tyčinek veřejně prohlašují, že hmyz je výtečným zdrojem proteinu pro současnou i budoucí populaci, EU je však poněkud zmatená. Chybějí jednotná nařízení, která by inovátorům otevřela evropský trh, a tak jsou hmyzí pokrmy na menu některých restaurací spíš projevem tendence hledat a využívat všechny zdroje, které nabízí příroda v nejbližším okolí kuchyně.

11. Nealkoholické drinky

Před několika lety se fine diningové restaurace pustily do nealkoholického párování a zařadily na menu originální drinky z různých druhů ovoce, sirupů a čajů, z kávy, domácího toniku a fermentovaných limonád. Tento trend zasáhl i svět barů a mixologie, tzv. mocktaily zabírají na nápojových lístcích důležitá místa a hrají si s ingrediencemi, jako jsou citrusy yuzu, kaviárový citron a bergamot. Nízký nebo žádný obsah alkoholu vyvažuje kreativita a důraz na chuť. Tento rok bude zkrátka osvěžující

Zdroj: www.jidloaradost.ambi.cz/clanky/food-trendy-2019

HOSPITALIDI

Již jste objevili novou platformu HospitaLidi? Je platforma pro profesionály i nadšence do služeb v sektoru HORECA. Je to místo pro sdílení inspirace, trendů, vychytávek z oboru i networking.

Více na www.hospitalidi.cz.

JAK POMOCI SVÉ PAMĚTI

Představte si, že jako firma investujete čas, energii a velké peníze do vzdělávání a rozvoje svých zaměstnanců. Očekáváte výsledky, ale ty nejsou tak skvělé.

Zavádění nových technologií a postupů trvá dlouho nebo je lidé odmítají či nenápadně sabotují. Cizí jazyky se učíme opakovaně bez větších úspěchů. Zaškolování nových zaměstnanců není ideální. Lidé se sami od sebe do škol nehrnou anebo to berou jako ztrátu času, event. nutné zlo.

Příčin je více. Mnohdy si ani neklademe otázku „Jak to udělat, abych měl lepší výsledky za kratší dobu s menším úsilím.“ Manažeři někdy neznají pravidla a principy fungování paměti a efektivního a snadnějšího učení, protože nás všechny to vlastně ve škole ani nikdo neučil. Když nerozumíme principům fungování paměti, je naše učení jako střílení poslepu. Někdy se trefíte někdy ne. Pro efektivní učení je dobré znát principy fungování paměti a paměťové techniky. Pak netápete, víte proč, jak a co děláte. Další příčinou je, že firmy mnohdy nesledují, v jaké míře se znalosti ze školení uplatní v praxi. Zaměstnanci často nevidí ve školení smysl nebo nevěří v dobrý výsledek. Tak se stává, že jsou na slovo „školení“ alergičtí nebo to berou jako nutné zlo. Což je pro firmu velká škoda. Jak na to?

1) Poznejte, jak funguje lidská paměť a jak se dá učit snadněji a rychleji:

Např. německý psycholog Herman Ebbinghaus ve svém výzkumu zjistil, jak rychle naše paměť zapomíná. Míru zapomínání ukazuje tzv. Ebbinghausova křivka, kdy na ose x je čas od učení a ose y míra zapamatování od doby učení. Např. za 20 min. od začátku – zapomeneme ca. 40 % obsahu! Za

1 h – zapomeneme ca 55 % obsahu!

2. Naučte se paměťové techniky – mnemotechniky a praktikujte mozkový jogging

Paměťové techniky jsou postupy, jak si zapamatovat výrazně více věcí za kratší dobu. Posilují krátkodobou i dlouhodobou paměť. Jsou dobře využitelné při učení cizích jazyků, studiu, produktové znalosti pro obchodníky, pamatování jmen, tréninku, zaškolování zaměstnanců atd.

Pozitivním efektem je, že vám paměťové techniky zvyšují kreativitu, kterou využijete při řešení projektů. Dále zlepšují koncentraci, která je velmi důležitá v boji s prokrastinací. Poslední vědecké výzkum také ukazují, že využívání mnemotechnik a praktikování mozkového joggingu slouží jako prevence Alzheimerovy choroby.

3. Upravte si procesy vzdělávání ve firmě:

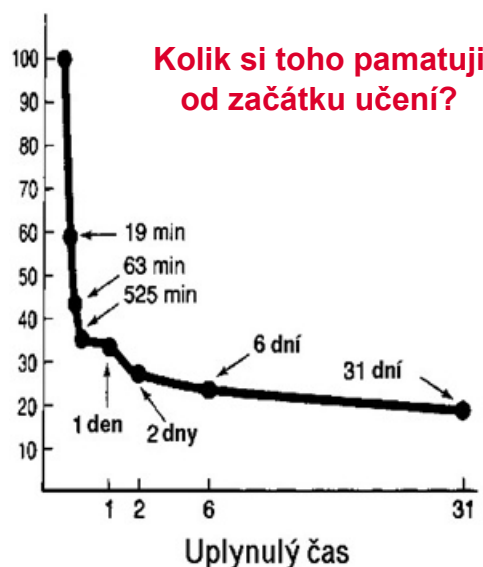
Úspěšné firmy vždy hledají cesty, jak být o krok lepší. V době silné konkurence se optimalizují procesy, investujte se do vývoje a výzkumu. Firma ale nejsou stroje, firma jsou lidé, kteří tyto nové technologie a postupy musí zvládnout, musí umět používat a využívat. Jsou to lidé, kteří pracují v podnicích, kteří přichází s novými nápady a jsou v denním styku se zákazníkem. Tak chtějte ze školení získat maximum.

Když víte, že ca 80 % věcí ze školení do druhého dne zapomenete, lze s tím něco dělat a úpravou procesů můžete využitelnost a zapamatování výrazně zvýšit.

- Využijte poznatky o mozku a využijte paměťové techniky. Budete mít lepší výsledky a spokojenější lidi.
- Naučte své mistry, vedoucí a interní lektory, jak lépe školit zaměstnance.
- Pracujte s kompetenčními modely a rozvojovými plány.
- Využívejte silné stránky pracovníků a lepší synergie.
- Pracujte s vyšším smyslem práce a vizí firmy – spouští vnitřní motivaci a chuť se učit.
- Budujte hrdost a sounáležitost k firmě – spouští vnitřní motivaci a chuť se učit.
- Budujte firemní kulturu – vede k sounáležitosti s firmou, lojalitu a sílu překonat těžká období, budujte důvěru.

Dnešní doba již není průmyslová, informační ani znalostní. Ukazuje se, že důležitější, než řídit znalosti je umět řídit svůj vlastní mozek a svůj potenciál. Ve větší míře se začíná prosazovat pozitivní psychologie, využívání silných stránek jedinců a lepší synergie týmů. Dnešní doba je věkem inteligence a inteligentního využívání znalostí, dovedností a zdrojů.

Text: Ing. Aleš Procházka, lektor Akademie AHR, trenér paměti II. st. ČSTPMJ



Ebbinghausova křivka zapomínání

4 TRENDY VE VZDĚLÁVÁNÍ, KTERÉ BUDE V ROCE 2019 ŘEŠIT I VAŠE FIRMA

1. Online vzdělávání – podle průzkumu vzdělávacího portálu Seduo.cz preferuje 35 % lidí možnost vzdělávat se online. Vzdělávání do budoucna půjde jen těžko oddělit od moderních technologií. Už proto, jak řada lidí doslova „srůstá“ se svým smartphonem.

2. Videá přitáhnou i ty, kteří nemají čas – v roce 2019 budou videa tvořit 80 % obsahu na internetu.

Největší část si ukousne zábavný obsah, ale i tak se dá čekat, že videa související se vzděláváním budou stále populárnější. Protože když máte jen pár minut denně, raději zhlédnete krátké video, než abyste louskali patnáctistránkovou studii.

3. Přivedete do firmy mentory a zkušenější „kolegy“ – čeští zaměstnanci ocení hlavně kurzy, které jim přinesou tipy a dovednosti snadno přenositelné do praxe. Rádi se inspirují od zkušenějších z oboru. Populární jsou také videokurzy o komunikaci, vyjednávání, projektovém řízení nebo excelu, na které koukají obchodní zástupci, vývojáři či specialisté zákaznické podpory

4. Budete atraktivní zaměstnavatel – 20 % Čechů ochotně změni práci, pokud jim nová firma nabídne lepší možnosti vzdělávání. Je to tedy pořád jeden z nejatraktivnějších benefitů.

Zdroj: www.lmc.eu/cs/4-trendy-v-online-vzdelavani-ktere-bude-v-roce-2019-resit-i-vase-firma

TRENDY SOUČASNÉHO HOUSEKEEPINGU

Pod vedením Jaroslavy Vyskočilové, Executive Housekeeper z Vienna House Diplomat, lektorkou AHR ČR a konzultantkou pro oblast housekeepingu pro Vás máme připraveny tři moduly kurzů Housekeeping. Přečtěte si nyní rozhovor o trendech současného housekeepingu, který poskytla portálu Gastro a hotel. Rozhovor najdete na www.gastroahotel.cz/rubriky/trendy-soucasneho-housekeepingu.

WORKSHOP ODBORNÝCH ŠKOL

Asociace Hotelů a restaurací České republiky bude pořádát každoroční workshop zástupců odborných škol a zástupců praxe dne 23. dubna 2019 v budově Vysoké školy hotelové v Praze. V rámci programu, který připravujeme, bychom se věnovali současným problémům odborného vzdělávání, a to s důrazem na střední školy a maturitní obory z pohledu zajištění kvality žáků a dále i problémům učňovských oborů a možnosti zavedení duálního systému výuky. Mezi další témata jsme zařadili i problematiku přijímacího řízení a Mistrovské zkoušky. Registrace zdarma na: sturmova@ahr-cr.cz.

ROADSHOW AHR ČR

Každoročně vyjíždí AHR ČR do několika krajských měst s přednáškami, které jsou věnovány aktuálním tématům a novinkám z oboru. Proč se našich akcí zúčastnit? Kromě kolegů z oboru potkáte i přednášející, kteří jsou jedničkami ve svém oboru. Můžete se i zapojit do diskuse a získat relevantní a hlavně aktuální informace k uvedeným tématům. Letos se zaměříme například na otázky:

- *Jak může hotel kombinovat služby do balíčků*
- *Důvody, následky, prevence požárů*
- *Jak cílit správně reklamy a generovat rezervace*
- *Na co se zaměřují kontrolní orgány*

Veškeré informace včetně kompletního programu naleznete na www.akceahr.cz. Účast je zdarma.



		
Č. BUDĚJOVICE	OSTRAVA	PRAHA
25 04 2019	29 05 2019	04 06 2019
Výstaviště České Budějovice pavilon 2, Husova 523/30	Clarion Congress Hotel Ostrava Zkrácená 2703/84 Ostrava-Zábřeh	Hotel Artemis**** U slunovce 54 Praha
ROADSHOW	ROADSHOW	ROADSHOW

EXKLUZIVNÍ SEMINÁŘ IVO TOMANA

Přijďte zjistit, proč je většina nabídek práce nudná a málo efektivní.

- Dáme vám rady, jak najít ty nejlepší lidi a koho nepřijímat a proč, jak se rozhodovat při náboru.
- Poznáte své hvězdy budoucnosti a uvědomíte si, kde najdete talenty.
- Řekneme vám, proč motivace zvenčí selhává.
- Budete vědět, jaké jsou nutné a nenaučitelné vlastnosti a jak najdete emoční schopnosti pro vynikající výkon.
- Budete efektivněji kontrolovat a hodnotit zaměstnance.
- Budete vědět, jaké lidi zaměstnat a koho zásadně nepřijímat.
- Uvědomíte si, koho propustit a koho povýšit.
- Naučíte se vypočítat schopnosti „hvězd“.

ASOCIACE HOTELŮ
A RESTAURACÍ
ČESKÉ REPUBLIKY



THE CZECH ASSOCIATION
OF HOTELS
AND RESTAURANTS

EXKLUZIVNÍ

JEDNODENNÍ SEMINÁŘ IVO TOMANA

Schopní zaměstnanci jako ohrožený druh? Chyťte je a nepouštějte



6. června 2019



Clarion Congress Hotel Prague

Registrace na www.akademieahr.cz



AKADEMIE
AHR
VZDĚLÁVÁME V TOM,
CO JE PRO VÁS NEJDŮLEŽITĚJŠÍ

POSUŇTE SE SPRÁVNÝM SMĚREM
AKADEMIE ASOCIACE HOTELŮ A RESTAURACÍ

WWW.AKADEMIEAHR.CZ



KONTAKT

Mgr. Jana Šturmová

manažer vzdělávacích programů

+420 236 042 384

+420 778 070 628

sturmova@ahrcr.cz