



# MODULIS 5

## Bendravimo ir pasakojimo svarba propaguojant kulinarinio paveldo meistriškumą

# Modulio turinys

Baigiamajame modulyje mokysimės, kaip svarbu bendrauti ir pasakoti istorijas, kad geriau įvaldytumėte kulinarinį paveldą. Norime supažindinti Europą su istorijomis, kurias gali papasakoti kiekvienas regionas, ir pabrėžti, kokią naudą duoda individualių istorijų pasakojimas nuo pirminės idėjos iki kūrybinės tikrovės. Be to, norime sužinoti apie mokinių kelionę ir jų tobulėjimą.

1

**Bendravimo ir istorijos pasakojimo svarba**

2

**Barjerų naikinimas**

3

**Dalijimosi idėjomis ir kūryba nauda**

4


**Mokinių kompetencijų kontrolinių sąrašų kūrimas**

01

# Bendravimo svarba & Pasakojimas apie istoriją







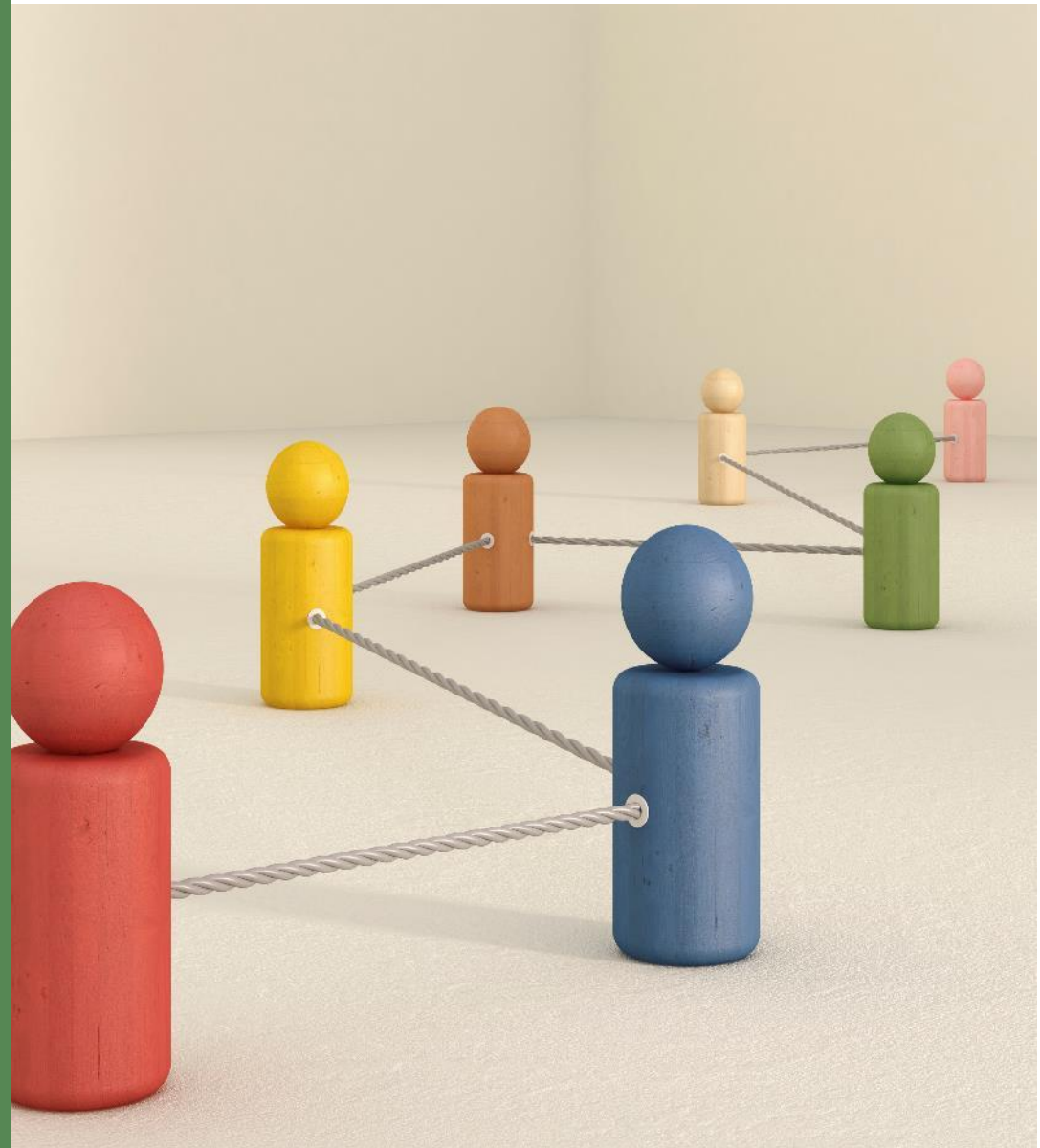
„ Komunikacija – tai  
informacijos  
perdavimas ar  
keitimasis ja kalbant,  
rašant ar naudojant  
kokią nors kitą  
priemonę.

Oxfordo žodynas

# Gero bendravimo svarba

Darbdaviai, investuojantys laiko ir energijos į aiškią komunikaciją, greitai įgis darbuotojų ir mokinių pasitikėjimą, o tai padidins produktyvumą, našumą ir moralę apskritai.

Efektyviai su kolegomis, vadovais ir klientais bendraujantys darbuotojai ir (arba) studentai visuomet yra vertingas įmonės turtas, o tai yra įgūdis, kuris dažnai gali išskirti žmones iš konkurentų, pretenduojančių į darbą.

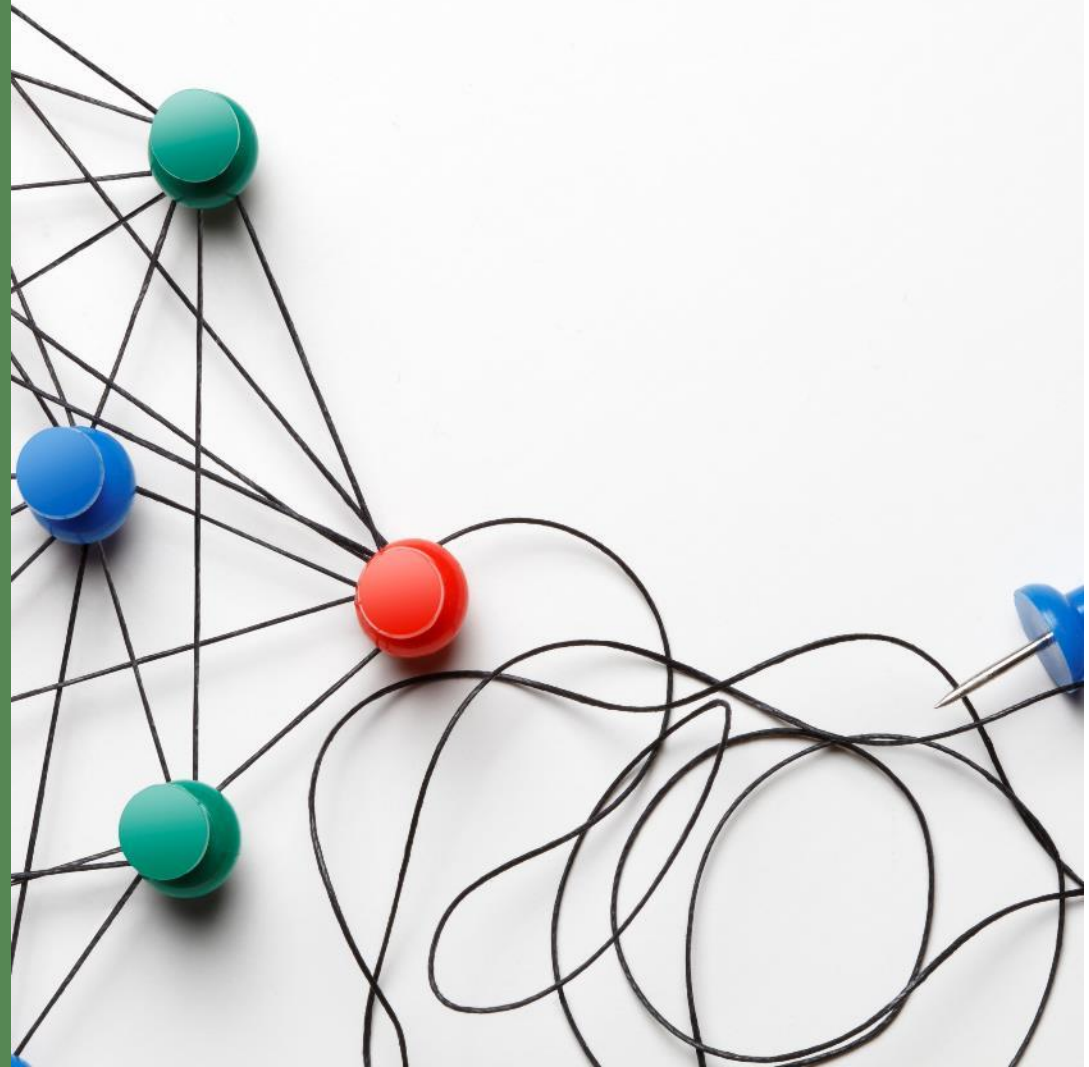




# Prasto bendravimo pasekmės

Dėl prasto bendravimo kulinarijos darbo vietoje darbuotojai ir studentai neišvengiamai bus nemotyvuoti ir gali pradėti abejoti savo pačių pasitikėjimu savo jėgomis, o galiausiai gali prarasti tikėjimą verslu.

Prastas bendravimas taip pat reiškia, kad jūsų klientas nesupranta jūsų etoso ar žinutės arba nežino, ką jam parduodate, o tai gali lemti verslo augimo stoką.



# Glaudus bendravimas

Glaudaus bendravimo svarba yra labai svarbi kiekviename versle. Tačiau kulinarijos versle ji dar svarbesnė.

Štai penkios svarbiausios priežastys, dėl kurių turėtumėte atkreipti į tai dėmesį... Tai naudinga jums, jūsų verslui, darbuotojams, klientams ir galimybei dalytis kulinarinio paveldo istorija.

1

**KOMANDOS FORMAVIMAS**

2

**ĮTRAUKIMAS**

3

**INOVACIJA**

4

**AUGIMAS**

5

**GERESNIS VALDYMAS**

# 1

## Komandos formavimas



Veiksmingų komandų kūrimas iš tikrųjų priklauso nuo to, kaip komandos nariai bendrauja ir bendradarbiauja. 1 modulyje sužinojote, kad svarbus šio proceso elementas yra kartų atotrūkio mažinimas.

Taip pat labai svarbu, kad mokiniai jaustųsi komandos dalimi.

Įgyvendindami veiksmingas strategijas, pavyzdžiui, išvardytas toliau (13 skaidrė), skirtas bendravimui skatinti, nueisite ilgą kelią kuriant veiksmingas komandas.

Turint stiprią KOMANDAŲ pagerės moralė ir darbuotojų pasitenkinimas.



## 2

# Įtraukimas - balsas suteikimas visiems



Darbuotojų ir studentų pasitenkinimas gali labai priklausyti nuo to, ar jie jaučia, kad turi savo nuomonę ir yra išklausomi, nesvarbu, ar tai būtų susiję su jų idėja, ar su skundu, kurį jie nori pateikti.

Kaip nagrinėta 3 modulyje, aktyvus klausymasis yra svarbus elementas ir gali padėti skatinti kūrybiškumą ir pozityvumą maisto įmonėje.

Visiems, nepriklausomai nuo jų lygio, turėtų būti užtikrintos gerai parengtos bendravimo linijos, suteikiančios galimybę laisvai bendrauti su kolegomis, bendradarbiais ir vadovais.

# 3

## Inovacijos



Kai mokiniams ir darbuotojams suteikiama galimybė atvirai reikšti mintis nebijant, kad jie bus išjuokti ar nubausti, jie daug dažniau išsako savo idėjas. Vėlgi, 3 modulyje nagrinėjome, kaip nuo to labai priklauso idėjų kūrimas ir naujovių diegimas, ir kaip bendravimą skatinanti organizacija yra daug labiau linkusi į naujoves.

Be to, 3 modulyje dalijomės patirtimi, kaip maisto pramonės įmonėje galima sukurti "Scenius", kad būtų skatinamas ir propaguojamas bendravimas įvairiais būdais, pavyzdžiui, naudojant baltąsias lentas, idėjų dėžes, komandų susibūrimo vietas, geras darbuotojų vietas.

# 4

## Augimas



Žinoma, bendravimas gali būti vertinamas ir viduje, ir išorėje.

Būdami vieningi viduje ir turėdami tvirtas komunikacijos linijas, užtikrinate, kad jūsų kulinarinio paveldo, verslo etoso ar misijos žinia bus nuosekliai perduodama į išorę.

Norėdami plėsti savo verslą pasitelkdami studentų stažuotes ir sutelkdami dėmesį į kulinarinį paveldą, pirmiausia turite užtikrinti, kad viduje visi suprastų žinią, kurią norite perduoti.

# 5

## Tvirtas valdymas



Kai darbdaviai yra geri komunikacijos specialistai, jie gali geriau valdyti savo komandas.

Kai esate geras komunikacijos specialistas, daug lengviau deleguoti užduotis, valdyti konfliktus, motyvuoti ir kurti santykius (visos šios pagrindinės bet kurio vadovo pareigos).

Stiprus bendravimas - tai ne tik gebėjimas kalbėti su žmonėmis, bet ir suteikti jiems galimybę kalbėti vieniems su kitais - svarbiausia yra palengvinti stiprius bendravimo kanalus.

Gera vadyba iš esmės susieja pirmuosius 4 stipraus bendravimo elementus



# Kaip galite patobulinti savo kulinarinio verslo komunikaciją?



**Apibrėžti tikslus ir lūkesčius** - darbdaviai yra veiksmingi, kai tiek komandoms, tiek pavieniems asmenims ir (arba) mokiniams skiria aiškias, įgyvendinamas užduotis ir (arba) tikslus, tiksliai nurodydami, ko reikalaujama vykdant bet kurią užduotį ar projektą, ir užtikrindami, kad visi darbuotojai žinotų projekto tikslus.

**Aiškiai pateikite savo žinią** - Užtikrinkite, kad jūsų žinia būtų aiški ir prieinama numatytai auditorijai. Tam labai svarbu kalbėti aiškiai ir mandagiai - aiškiai perteikti savo žinią ir nesukelti painiavos.

**Atidžiai pasirinkite priemonę** - Sukūrę pranešimą, turite užtikrinti, kad jis būtų pateiktas geriausiu įmanomu formatu. Nors bendravimas akis į akį yra neabejotinai geriausias būdas sukurti pasitikėjimą darbuotojais ir mokiniais, tai ne visada įmanoma. Skirkite laiko ir nuspręskite, ar informacija, pateikta spausdintine forma, būtų veiksmingesnė nei elektroniniu paštu ir pan.

**Užtikrinkite, kad komunikacijos linijos visada būtų atviros.** Aktyviai ieškokite ir skatinkite teikti pažangos ataskaitas ir projekto naujienas. Tam puikiai tinka neformalūs komandos pasitarimai.

**Išklausykite ir parodykite empatiją** - Bendravimas yra abipusis procesas, ir nė viena įmonė ilgai neišgyvens, jei nesiklausys ir neskatins dialogo su kita šalimi. Klausymasis rodo pagarbą ir leidžia sužinoti apie bet kokias neišspręstas problemas, kurias jums, kaip darbdaviui, gali tekti spręsti. Kaip geriausią praktiką rekomenduojama nedelsiant spręsti neišvengiamus nesusipratimus.

# Istorijos galia

Istorijų pasakojimas yra esminė komunikacijos priemonė. Juo galima pateikti sudėtingus duomenis, suburti komandą, formuoti darbo kultūrą ir sėkmingai parduoti.

Čia sužinosime:

- Pasakojimo privalumus
- Kaip patobulinti pagrindinius pasakojimo įgūdžius
- Kaip panaudoti pasakojimą santykiams užmegzti



[The Power of Storytelling | eLearning Course - YouTube](#)



Istorijų pasakojimas turi psichologinių galių, todėl yra galinga rinkodaros priemonė: Emocijos: Tai nėra tik teorinis teiginys, jis pagrįstas įdomiais neurologijos faktais. Klausantis istorijos suaktyvėja ir įsitraukia daug daugiau smegenų sričių.



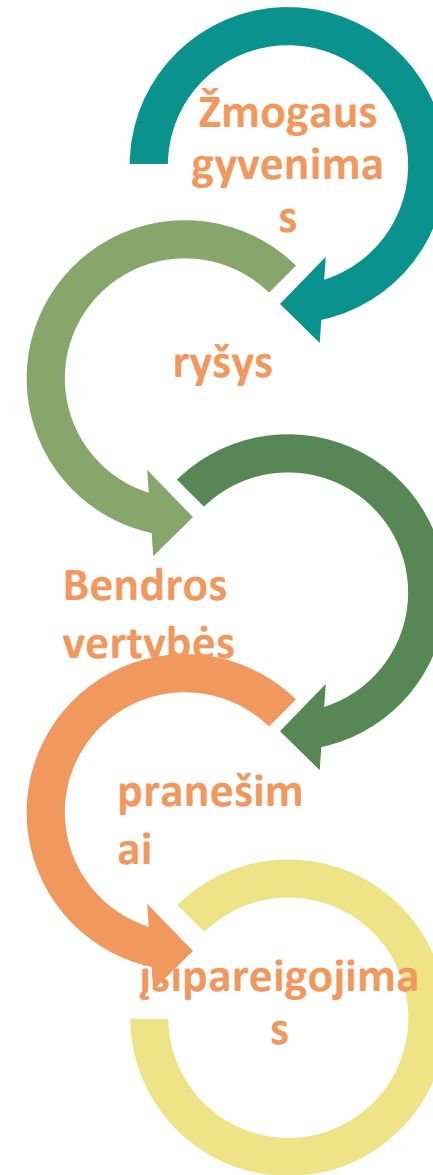
Vienas iš galingiausių komunikacijos priemonių - pasakojimas. Klausytojas su pasakojimu užmezga emocinį ryšį, pranešimas laikomas nuoširdžiu, todėl pasakotojas tampa patikimu subjektu. Jis skatina aktyvią klausytojo vaizduotę ir apima abipusę pasakotojo ir klausytojų sąveiką.

Pasakojimas įgalina klausytojus įsivaizduoti ryškius, jutiminius istorijos elementus, remiantis pasakotojo pasirodymu ir savo pačių patirtimi bei supratimu.

**Norime, kad papasakotumėte savo vietinio paveldo maisto istoriją!**



- Istorijos apibrėžia pačią žmogaus gyvenimo esmę
- Žmonės pradeda jausti ryšį
- Nustatomos bendros vertybės ir perduodamos žinios
- Tokios temos kaip šeima, meilė, draugystė, mūsų istorija ir kt. yra bendros kiekvienai tautai - tai pasaulinio masto žinutės
- Įtraukianti istorija gali paskatinti klientą labiau įsitraukti į jūsų įmonės veiklą.



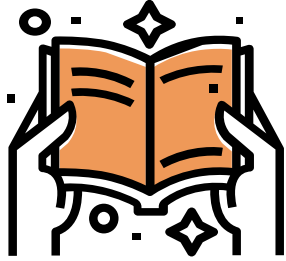




**Jūsų istorija - tai ne tik tai, ką pasakojate žmonėms, bet ir tai, ką jie apie jus mano, remdamiesi jūsų prekės ženklo ir produkto ar paslaugos siunčiamais signalais ar žinutėmis.**

## **Prekės ženklo istorijos kūrimas...**

Įvaizdį arba suvokimą sudaro faktai, jausmai ir interpretacijos iš visko, ką darote... kiekvienas jūsų produkto, verslo ar prekės ženklo elementas - nuo seno recepto, kur jį radote, ingredientų, kuriuos naudojate, iš kur juos gaunate, produkto paruošimo ir pateikimo būdo iki pakuotės ir net platinimo metodų.



**Radote praeitį... dabar norite  
ją parduoti. ...todėl svarbu  
papasakoti savo klientams  
istoriją, kaip čia atsidūrėte, ką  
pasiekėte, ir įtraukti juos į  
kelionę!**

## **Prekės ženklo istorijos kūrimo elementai...**

- Pradėkite nuo asmeninės istorijos: Jūsų ar jūsų regiono istorijos
- Jūsų aistros istorija: Ką mėgstate praeityje, maiste, patirtyje.
- Asmenybės istorija: Ką klientas patiria prieš juos.
- Kliento istorija: Klientų asmenybės istorija (angl. The Customer Story): Ką apie jūsų pasiūlymus sako kiti klientai?
- Darbuotojo istorija: Kaip darbuotojai pasakoja apie įmonės "jausmą" arba kultūrą ir pasiūlymus.

# Rinkodaroje taip pat naudokite pasakojimą

Čia Darinas Persingeris pasakoja apie tai, kaip turite derinti pasakojimą su istorijų pasakojimu... Efektyvių rinkodaros istorijų pasakojimas... kaip pasakoti rinkodaros istorijas, kurios būtų veiksmingos jūsų verslui.



[Marketing Storytelling: Tell Effective Marketing Stories - YouTube](#)

02

## Barjerų naikinimas





# Bendravimo kliūtys

---

Esate girdėję klišę "svarbiausia – bendravimas", ar ne? Ne veltui ši frazė taip dažnai kartojama: tai tiesa! Veiksmingas bendravimas yra puikus, bet ne visada lengvas. Tiesą sakant, tai gali būti labai sunku. Vienoje "Interact/Harris Poll" atliktoje 1 000 darbuotojų apklausoje nustatyta, kad 91 % respondentų mano, jog jų vadovams trūksta šio itin svarbaus įgūdžio.



# Bendros kliūtys

---

Kai kalbama apie tai, kas apsunkina bendravimą, yra septynios dažniausiai pasitaikančios kliūtys, kurios trukdo jums bendrauti.

Pakalbėkime apie kiekvieną iš jų ir apie tai, kaip jūs ir jūsų komanda galite jas įveikti.

1

**Fizinės kliūtys**

2

**Kultūriniai barjerai**

3

**Kalbos barjerai**

4

**Suvokimo kliūtys**

5

**Tarpasmeninės kliūtys**

6

**Lyčių barjerai**

7

**Emociniai barjerai**

1

## Fizinės kliūtys

Fiziniai barjerai dažnai yra apčiuopiamos kliūtys arba ribos, kurios skiria komandos narius. Tai gali būti uždarytos durys, pertvaros, mažos darbo vietos ir užtvirtos erdvės.



# 1

## Kaip panaikinti fizinius barjerus

Niekas nesako, kad turite iš karto pereiti prie atviros virtuvės ar restorano grindų plano, tačiau yra keletas dalykų, kuriuos galite padaryti, kad padėtumėte savo komandai įveikti fizines kliūtis, įskaitant:

Suteikite daug erdvės bendradarbiavimui, kad darbuotojai turėtų galimybę likti įnikę į darbą savo darbo vietoje arba eiti į vietą, kur skatinama daugiau diskutuoti. Nustatykite pagrindines taisykles skirtingoms bendravimo priemonėms savo komandoje (pavyzdžiui, tiesioginis bendravimas akis į akį arba trumposios žinutės skirtos skubiems prašymams, o el. laiškai arba skelbimų lentos - būsenos atnaujinimui ir apibendrinimams).

Laikykite savo kabineto duris atviras, kad išliktumėte pasiekiami, arba nustatykite reguliarias darbo valandas, per kurias komandos nariai ar studentai gali užsukti su klausimais ir atsiliepimais.

## 2

## Kultūriniai barjerai

Įvairios komandos yra produktyvesnės, kūrybiškesnės ir pelningesnės, tačiau skirtingos kilmės studentai ir (arba) darbuotojai taip pat susiduria su tam tikrais bendravimo iššūkiais. Skirtingos kartos, kultūros, rasės ir kt. lemia skirtingas vertybes, darbo etiką, normas ir pageidavimus, arba studentas / darbuotojas gali jaustis taip, tarsi nepritaptų prie esamos organizacijos kultūros.



## 2

# Kaip panaikinti kultūrinius barjerus

Jeigu esama kultūrinių barjerų, gali kilti pagunda manyti, kad geriau suburti vienalytę komandą. Tai netiesa. Turite rasti būdų, kaip įveikti šiuos kultūrinius barjerus, kad galėtumėte pasinaudoti įvairialypės komandos privalumais ir kartu gerai bendrauti. Štai keletas idėjų:

Su kiekvienu darbuotoju aptarkite bendravimo pageidavimus ir sukurkite savotišką vadovą, kuriame būtų pateikta svarbi informacija apie tai, kaip veiksmingai su juo dirbti, pavyzdžiui, kokios yra jo vertybės ir etosas, kaip jis pageidauja gauti pagyrimą ir grįžtamąjį ryšį.

Svęskite savo komandos skirtumus organizuodami įvairius renginius ir mokymosi galimybes (tai smagu ir skatina supratimą!). Pvz. jų mėgstamiausio maisto gaminimas arba regioninis patiekalas iš kur jie kilę.



### 3

## Kalbos barjerai

Jei kada nors bandėte susikalbėti su žmogumi, kuris nekalba ta pačia kalba, žinote, kad pasiekti bendrą supratimą yra labai sunku. Štai kodėl kalba gali būti pagrindinė bendravimo kliūtis.

Svarbu nepamiršti, kad kalbama ne tik apie skirtingus dialektus, bet ir apie žargoną. Jei virtuvės komandos narys su žmogumi, kuriam kalba nėra gimtoji, kalbasi vartodamas tokį pramonės žargoną kaip "86 it" ir "mise en place", sumaištis neišvengiama.



### 3

## Kaip panaikinti kalbos barjerus

- Saugokitės žargono ir skatinkite komandos narius kuo paprasčiau išdėstyti dalykus. Galite net paversti tai smagiu "žargono perspėjimo" tipo žaidimu, kad įsisąmonintumėte, kada įpratote vartoti akronimus ar žargoną.
- Nepamirškite ir kūno kalbos. Skirtingi žmonės skirtingai vertina įvairius gestus ir pozas, todėl nepamirškite neverbalinio bendravimo.
- Jei įmanoma, naudokite vaizdinę medžiagą, demonstracijas ir pavyzdžius. Jie gali padėti suteikti daug daugiau aiškumo nei rašytinė ar žodinė komunikacija.
- Jei įmanoma, darbo vietoje pasirinkite vieną kalbą.

## 4

# Suvokimo kliūtys

Įsivaizduokite, kad einate į paveldo maisto planavimo susitikimą, manydami, kad tai bus tuščias laiko gaišimas. Kiek būsite linkę atidžiai klausytis? Įsitraukti į diskusiją? Aktyviai dalyvauti? Tikriausiai jūsų motyvacija gana menka, ar ne? Tai suvokimo barjeras. Prielaidos, kurias nešiojamės su savimi bendraudami, daro įtaką mūsų bendravimo stiliui ir iš tikrųjų gali trukdyti mums suprasti savo mintis arba priimti kitų žmonių pranešimus.



# 4

## Kaip panaikinti suvokimo barjerus

Būtų gerai, jei jūsų suvokimas, šališkumas ir prielaidos turėtų paprastą "išjungimo" jungiklį. Nors apeiti šį barjerą nėra taip paprasta, šie patarimai gali padėti:

Pagrįskite savo argumentus faktais ir įrodymais. Tokie įrodymai padeda pagrįsti jūsų teiginius, nepriklausomai nuo kieno nors suvokimo.

Pažvelkite į situacijas iš kitos perspektyvos ir skatinkite komandos narius daryti tą patį. Mums lengva įstrigti savame mąstymo būde. Įsijautimas į kito žmogaus vietą gali padėti suprasti kitų ketinimus, nuomones ir požiūrius.

Užduokite patikslinamųjų klausimų. Jais reikalaujama, kad veiktumėte remdamiesi turima informacija, o ne savo prielaidomis.



# 5

## Tarpasmeninės kliūtys

Paašinkime tai kitu pavyzdžiu. Prisiminkite, kada jums teko bendrauti su žmogumi, kuris buvo neabejotinai užsispyręs. Jie atkakliai tvirtino, kad jų nuomonė yra teisinga, ir atsisakydavo išklausyti bet kokius kitus požiūrius. Ta diskusija buvo sunki, nes negalėjote nuoširdžiai užmegzti ryšio su tuo kitu žmogumi. Tai tarpasmeninis barjeras.



## 5

# Kaip panaikinti tarpasmeninius barjerus

Tarpasmenines kliūtis sunku įveikti, ypač jei žmogus yra uždaras ir nenori bendrauti. Tačiau štai keletas patarimų, kurie gali padėti vėl pradėti bendrauti:

Giliai įkvėpkite. Tokios situacijos gali būti nuviliančios ir varginančios, tačiau emocijų eskalavimas nepadės.

Nepamirškite išklaudyti. Taip dažnai, kai galvojame apie "bendravinimą", galvojame apie sakomus žodžius. Klausymasis yra toks pat svarbus (jei ne svarbesnis). Suteikite kitiems galimybę išsakyti savo nuomonę. Galbūt daug sužinosite apie tai, iš kur kyla tas tarpasmeninis barjeras.

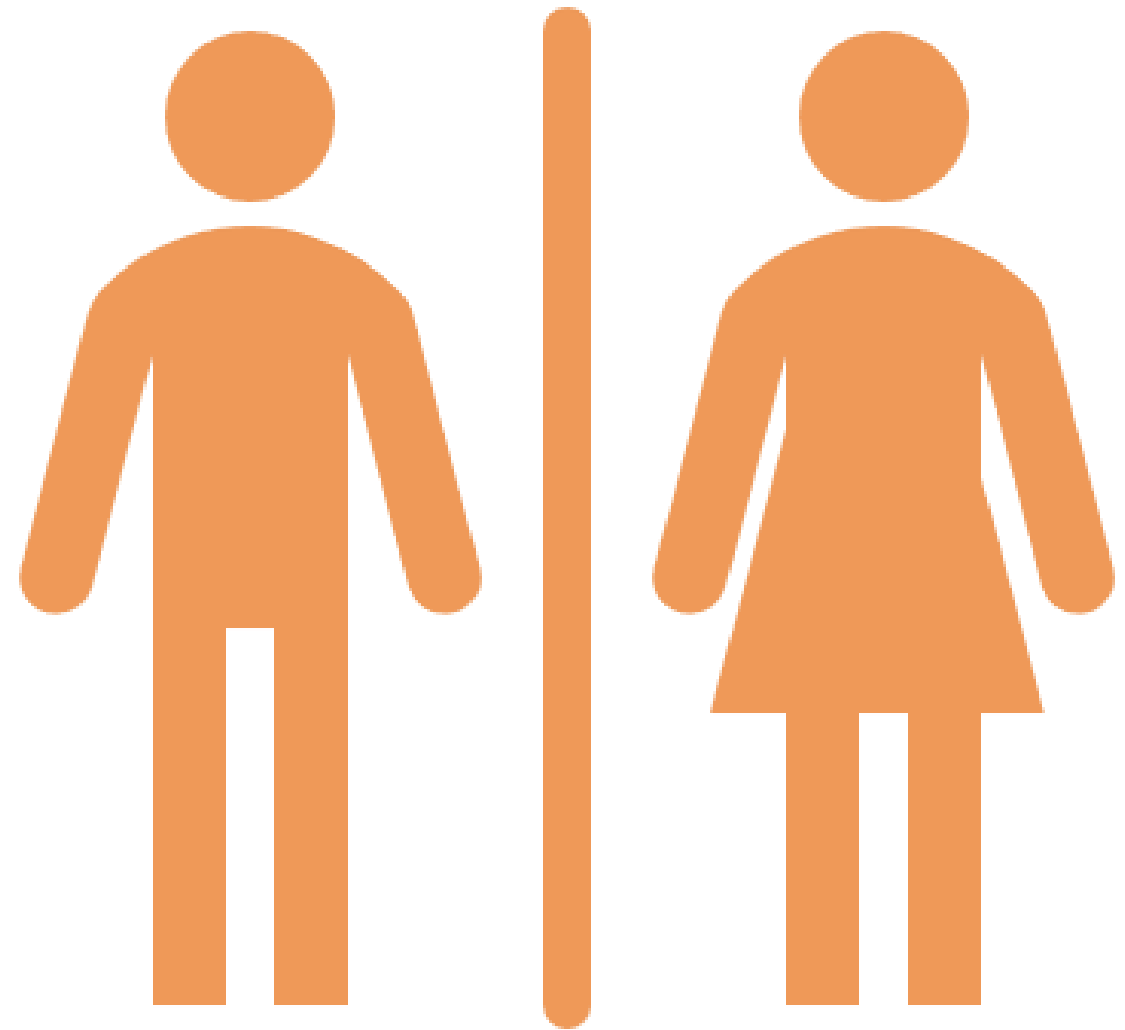


## 6

# Lyčių barjerai

Netrūksta stereotipų ir apibendrinimų apie tai, kaip skirtingai bendrauja vyrai ir moterys.

Kai kurie iš jų gali būti teisingi, kiti paneigti, tačiau verta atkreipti dėmesį į bet kokius skirtumus tarp skirtingų lyčių bendravimo jūsus darbo vietoje, kad galėtumėte pagerinti bendradarbiavimą ir darbo santykius.



## 6

# Kaip panaikinti lyčių barjerus

Geriausias būdas - vengti apibendrinimų ir daugiau sužinoti apie kiekvieną komandos narį, nepriklausomai nuo jo lyties ar lytinės tapatybės. Tai galite padaryti taikydami toliau nurodytas strategijas:

Tai dar viena sritis, kurioje gali būti naudingi asmeniniai vadovai. Jie gali suteikti jums ir jūsų komandos nariams galimybę daugiau sužinoti apie unikalius vienas kito pageidavimus ir stilius, o ne vadovautis stereotipais.

Skatinkite komandos narius teikti vienas kitam grįžtamąjį ryšį. Tai padeda pašalinti visas bendravimo kliūtis ir leidžia žmonėms suprasti, kaip jų pranešimus priima komandos nariai. Surenkite atvirus pokalbius apie lyčių šališkumą komandoje. Atvirai ir skaidriai kalbėti apie šias problemas yra kur kas geriau nei užsimerkti ir apsimesti, kad jos neegzistuoja.

# 7

## Emociniai barjerai

Emocijos ir bendravimas yra glaudžiai susiję. Mūsų emocijos gali būti veiksmingo bendravimo kliūtis.

Jei būsite supykę ir karščiuosite, jums bus sunku priimti jums pateikiamą informaciją, o maistas, žinoma, visiems mums sukelia emocijas.



# 7

## Kaip įveikti emocinius barjerus

Emocijos yra natūralus dalykas, todėl nereikėtų jų slopinti ar smerkti. Vietoj to jūs ir jūsų komanda turite suprasti, kaip su jomis elgtis. Išbandykite kai kurias iš šių strategijų:

Žinokite, kada laikas pasitraukti. Nesvarbu, ar emocijos eskaluojamos, ar pastebite, kad komandos narių pokalbis darosi karštas, normalizuokite "pertrauką" ir grįžkite prie to pokalbio, kai visi atsikvėps.

Praktikuokitės įvardyti savo emocijas. Kad ir kaip keistai atrodytų sakyti "jaučiuosi supykęs" komandos akivaizdoje, iš tikrųjų tai padeda išsklaidyti emocijas. Ši sąvoka vadinama "įvardykite ją, kad ją sutramdytumėte". (žiūrėkite trumpą vaizdo įrašą kitoje skaidrėje)

# "Įvardykite jį, kad jį sutramdytumėte"

Šiame vaizdo įrašė autorius ir psichiatras daktaras Danas Siegelis demonstruoja laipsnišką metodą, padedantį valdyti stiprias emocijas. Kartu daktaras Siegelis paaiškina, kaip šis procesas veikia biologiniu lygmeniu, smegenyse "purkšdamas raminančius neuromediatorius"!



[Dan Siegel: Name it to Tame it - YouTube](#)



# Dabar pagalvokime apie savo klientus

Gerai, dabar jau žinome, kaip pagerinti vidinį bendravimą (su darbuotojais ir studentais), tačiau svarbu galvoti ir apie išorę bei atsižvelgti į esamus ar potencialius klientus.

Kalbant apie bendravimo kliūtis, daug tų pačių principų galioja ir klientams. Apžvelkime...





# Barjerų su klientais naikinimas:

---

- 1. Fizinės kliūtys:** nors fizinės kliūtys kulinarijos pramonėje dar niekada nebuvo tokios dažnos, svarbu, kad vis tiek būtų galima bendrauti su klientais. Skaitmeninimas yra pagrindinė priemonė, leidžianti tai padaryti. Skleiskite savo žinią per socialinę žiniasklaidą, QR kodus, net pranešimus ant naujų "barjerų", kurie dabar dažnai būna tarp stalų.
- 2. Kultūrinė:** jūs pripažįstate, kad galima iš naujo pažadinti susidomėjimą paveldo maisto produktais. Norime, kad per kulinarines istorijas garsintumėte savo regiono kultūrinį identitetą ir iš naujo sukurtumėte "vietas lėkštėse".

# Barjerų su klientais naikinimas:

---

- 3. Kalba:** Čia vėlgi galime pasitelkti technologijas, kad padėtume įveikti kalbos barjerą, kai jūsų maitinimo įmonėje apsilanko gimtosios kalbos nemokantys klientai. Meniu vertimus galima rasti naudojant QR kodus arba interneto svetainėje. Panašiai būtų galima dalytis ir jūsų kulinarine istorija.
- 4. Suvokimas:** suvokimo barjerus geriausia naikinti pasitelkiant faktus ir įrodymus. Į savo kulinarinio paveldo istoriją įtraukdami faktus ir duomenis galite pašalinti šias kliūtis.
- 5. Tarpasmeniniai:** seną šūkę "klientas visada teisus" dažnai sunku nuryti, tačiau net jei jis ne visada teisingas, dažnai pakanka, kad klientas jaustųsi teisus. Išklaudydami juos ir parodydami empatiją dažnai galite pakeisti požiūrį ir panaikinti šį barjerą.

## Barjerų su klientais naikinimas:

:

- 6. Lytis:** Tai neturėtų būti problema bendraujant išoriškai. Klientas yra klientas nepriklausomai nuo lyties, todėl būtų labai neįprasta, kad dėl lyties kiltų problemų ar šališkumo. Tačiau gali būti, kad kai kurie komandos nariai gali jaustis patogiau klientų aptarnavimo pozicijose nei kiti.
- 7. Emociniai:** Priklausomai nuo regiono ir istorijos, mūsų kulinarinė praeitis gali būti emocionali istorija. Šia prasme emocijos gali būti teigiamos... jos gali parodyti, kaip esate įsišakniję ir kokia tikra yra istorija. Emocinio ryšio su klientu užmezgimas yra svarbus ir lemia empatiją, pasitikėjimą ir pakartotinį užsakymą.

# Dalijimasis savo istorija...

Kaip jau išsiaiškinome, svarbu užmegzti ryšius su komanda viduje ir su klientais išorėje, o istorijų pasakojimas yra labai gera bendravimo ir santykių plėtojimo priemonė.

Jis leidžia adresatams išgyventi istoriją, kvėpuoti etosu ir pasidžiaugti tuo, ką norite, kad jie žinotų apie kulinarinį paveldą jūsų įmonėje.



# Įkvėpimo semkitės iš THE MISUNDERSTOOD HERON...

Tai puikus pavyzdys, kaip maža maisto pramonės įmonė gali padaryti tokį poveikį, jei tinkamai ir aiškiai bendrauja. Jie parduoda tik naujovišką, šviežią, vietinį ir sezoninį maistą ir nuolat apie tai informuoja (savo svetainėje, "Instagram" ir "Facebook"), o dabar žinia apie tai pasklido savaime... žr. keletą atsiliepimų:

- [John and Sally McKennas' Guides](#)
- [Lonely Planet List | Food&Wine \(foodandwine.ie\)](#)
- [Leenane Georgina Campbell Guides \(ireland-guide.com\)](#)
- [MISUNDERSTOOD HERON, - Tripadvisor](#)
- [Visit Misunderstood Heron with Discover Ireland](#)
- [How a food business in the West of Ireland has taken flight \(irishtimes.com\)](#)
- [Restaurant review: The Misunderstood Heron - Independent.ie](#)



Misunderstood  
Heron

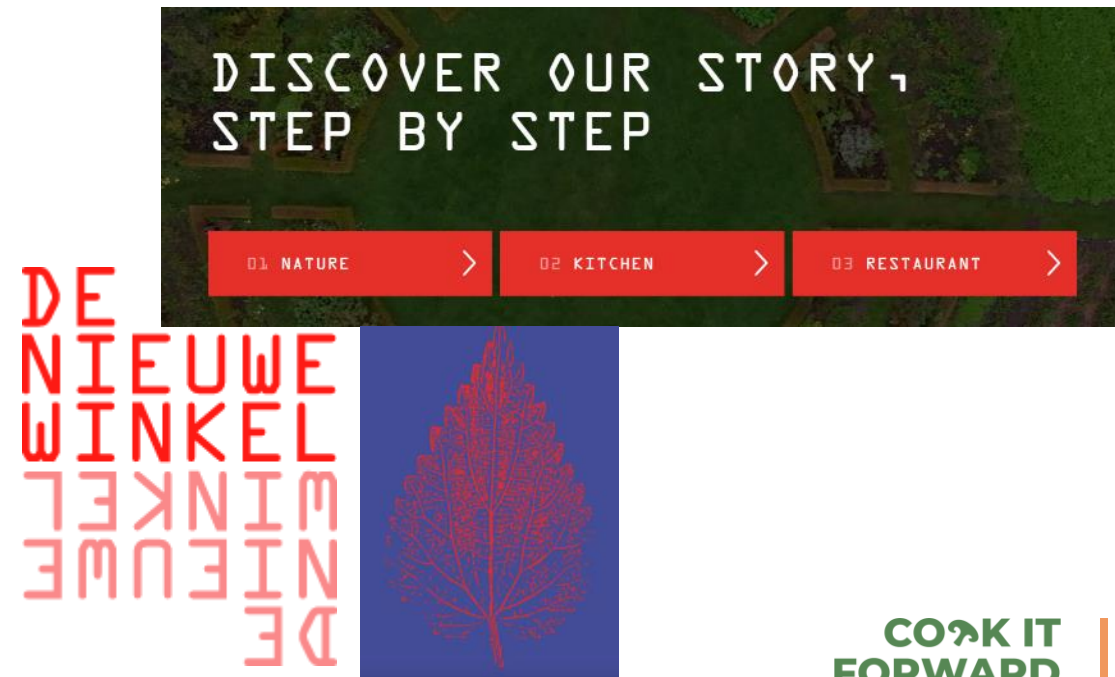




# Būkite įkvėpti "De Nieuwe Winkel" restorano

Šis garsus olandų restoranas ir vėl išskirtinai pasakoja savo istoriją. Jų interneto svetainėje naudojami puikūs vaizdai, kurie sustiprina žinutę ("Mes gaminame maistą iš augalų. Jūs valgote tai, ką randame netoliese. Maisto miškuose ir soduose. Mes tikime botanine gastronomija"), kurią jie stengiasi perteikti savo klientams. Jie kviečia ir skatina visus savo svetainės lankytojus atrasti jų istoriją ir suskirstė ją į 3 elementus: gamta, virtuvė ir restoranas.

Jie taip pat labai gerai informuoja klientus savo socialinės žiniasklaidos platformose ("Facebook", "Instagram" ir "Twitter") ir visose platformose nuosekliai naudoja vaizdus ir žinutę.





03

## Dalijimosi idėjomis nauda kuriant galimybes



# Dalijimasis idėjomis siekiant sukurti galimybes

---

**"Kūrybiškos  
organizacijos yra  
lankstesnės"**

– Tim Brown, IDEO

***"Idėjos vertė slypi jos  
panaudojime"***

– Thomas Edison

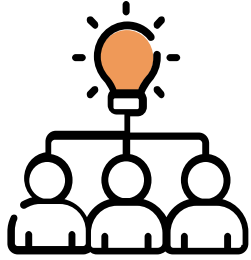
# Dalijimasis idėjomis kuriant geresnę ateitį

"Food on the Edge" - tai geriausių tarptautinių virtuvės šefų susitikimas dviejų dienų maisto simpoziume Golvėjaus mieste prie Laukinio Atlanto kelio.

Simpoziumo tikslas - pasidalyti savo požiūriu į maistą ir ryšį su juo. Visi šefai pranešėjai atrinkti dėl jų novatoriškumo, aistros ir įtakos šiuolaikinei maisto kultūrai. Kiekviename pokalbyje aptariami kultūriniai, socialiniai, aplinkosauginiai ir edukaciniai maisto aspektai. Pokalbyje akcentuojama jų maisto ateities vizija ir tai, kaip galime pagerinti padėtį tiek vietos, tiek pasaulio mastu.



[The Future of Food is a Call to Act - YouTube](#)



**Jūs ir jūsų darbuotojai tapsite vietinio kulinarinio paveldo pardavėjais!**

**Matydami ir girdėdami, kad žmonės ateina ir paragauja, jūs, kaip komanda, saugote tą ingredientą, pamirštą daržovę ar receptą ir saugote savo regiono kultūrinį ir kulinarinį paveldą.**



## Darbuotojų moralė

Būti komandos, kuri dalyvauja tobulinant ar keičiant veiklą, dalimi yra įdomu ir motyvuoja. Tai stiprina darbuotojų moralę, nes jų balsai yra išgirsti, o sėkmė yra pasiekiamama ar net apčiuopiama. Žinojimas, kad jūsų ar jūsų komandos idėja padėjo apsaugoti ir populiarinti kulinarinį paveldą, yra sėkmė. Jūsų įmonė taps jaunimo mokymosi centru. Puoselėjama nuolatinio tobulėjimo kultūra.



# Verslo galimybės

Kaip minėta 4 modulyje, mūsų kulinariniame pavelde slypi galimybės jums, kaip maisto pramonės įmonei. Dalydamiesi savo ir savo komandos idėjomis, kuriomis siekiate iš naujo atrasti savo regiono kulinarinę praeitį, ir jas skatindami, sukursite galimybių savo verslui. Išradimai – tai naujoviški būdai, kaip išlaikyti savo verslo konkurencingumą, pritraukti naujų klientų ir išlaikyti esamus.

**Maisto verslo ir maisto turizmo galimybės slypi jūsų vietiniame kulinariniame pavelde! Remdamiesi praeitimi, galite kurti naujus produktus ir paslaugas, kurių reikalauja nuolat besikeičiančios rinkos. Dalijimasis savo idėjomis ir kūriniais palaiko jūsų verslo gyvybingumą ir kulinarinį paveldą.**



**Mūsų regionai pasižymi turtinga istorija, tradicijomis, kultūra ir daugybe skanių bei įvairių maisto produktų, ingredientų ir skonių. Receptai keliauja iš kartos į kartą. Su vietomis paprastai siejami unikalūs patiekalai dėl "paveldo ingredientų", tradicinių metodų ar ypatybių. Norime juos išsaugoti.**



## Tradicijų išlaikymas

"Ideo" dizaino mąstymo komanda tvirtai tiki, kad reikia dalytis idėjomis ir kartu jas plėtoti, nes taip sukuriama daugiau gerų idėjų.

Dalydamiesi kulinarinio paveldo idėjomis su savo komanda ir regionu, išplečiate jų potencialą ir taip sukuriate tvaresnę kultūrą ar praktiką, skirtą praeities ar pamirštomis tradicijoms palaikyti.





**Vienas iš pagrindinių "Cook it Forward" tikslų - pradėti tarpkultūrinį jaunimo pokalbį apie kultūros paveldą ir leisti jiems susipažinti su Europos kultūros paveldo įvairove. Jie supras, ką bendro turi Europos regionai kultūros paveldo srityje, ir dalyvis vieni su kitais kulinarinėmis tradicijomis, senoviniais receptais, pamirštais regioniniais ingredientais ir tradiciniais maisto gaminimo būdais.**



## Dalijimasis tarp regionų

"Cook it Forward" - tai ne tik dalijimasis naujomis ir kūrybiškomis idėjomis savo regionuose, bet ir dalijimasis jomis tarpusavyje. Galime mokytis vieni iš kitų ir taip padidinti savo "mokymosi centrų" pasiekiamumą. Norime skleisti žinią, kaip svarbu išsaugoti kulinarinį paveldą visoje Europoje.

# Ar verta skleisti idėjas??

Šiame trumpame vaizdo įrašė - Jerre Maas, magistras, socialinis psichologas ir serijinis verstininkas. Jis tiki vienu dalyku: dalijimasis yra raktas į tai, kad jūsų idėjos taptų realybe.

Savo itin trumpoje "TEDx" paskaitoje jis parodys, kodėl suaugusieji nustoja dalytis ir kodėl tai yra didžiausias idėjų žudikas..



[Ideas worth spreading? | Jerre Maas | TEDxBreda - YouTube](#)





04

## Mokinių kompetencijų kontrolinių sąrašų kūrimas





# Pagrindinės kompetencijos

"Cook it Forward" padeda jaunuoliams įgyti ir ugdyti pagrindines kompetencijas ir minkštuosius įgūdžius, kurie yra būtini ieškant darbo ateityje, pavyzdžiui, gerą bendravimą, atsakomybės jausmą, tinklaveikos įgūdžius, verslumą ir aktyvų požiūrį, taip skatinant jų įsidarbinimo galimybes baigus mokyklą. Į darbo pasaulio užduotis bus įtraukti įvairūs elementai, kuriuos atlikdami jaunuoliai automatiškai taikys ir tobulins savo gebėjimus: atlikti tyrimus, analizuoti, bendradarbiauti grupėse, spręsti problemas, diskutuoti, pristatyti ir kt.



# Poveikis studentams

---

"Cook it Forward" iš tiesų keičia mokinių žinias, kompetencijas, elgesį ir suvokimą. Dalyvaujant CIF mokiniai ne tik supras savo kulinarinio paveldo svarbą asmeniniam ir bendruomenės identitetui, bet ir užmegs tarpkultūrinį dialogą tarp mokinių, o tai paskatins regioninį pasididžiavimą ir prisidės prie regionų gyvybingumo didinimo.

Būtent šie profesinio mokymo studentai ateityje dirbs mūsų regiono viešbučiuose, restoranuose ir įmonėse ir taps mūsų visuomenės dalimi. Kaip darbdavys, jūs suteikiate jiems galimybę tapti kulinarinio paveldo puoselėtojais





# Kodėl mums reikia atlikti šiuos kontrolinius sąrašus ir kaip...

Studentų poveikio vertinimas susideda iš dviejų skirtingų etapų ir momentų. **Bazinis vertinimas** bus atliekamas prieš pat "Cook it Forward" praktikos pradžią. Šiame etape kiekvienas studentas gauna (arba internetu gauna prieigą prie) savęs vertinimo lapo. Jų prašoma įvertinti savo suvokiamą įgūdžių lygį, susijusį su tam tikru temų ir žinių rinkiniu. Tada lapai surenkami ir uždaromi, kad prie jų būtų galima prieiti iki poveikio vertinimo pabaigos.

**Poveikio vertinimas** atliekamas iš karto po darbo praktikos programos "Cook it Forward" įgyvendinimo ir jo tikslas - įvertinti įgūdžių, įgytų savęs vertinimo lape nurodytomis temomis ir žiniomis, lygį. Tai tas pats lapas, kuris buvo naudojamas atliekant pradinį vertinimą, tačiau kitu laiko momentu. Siekiama įvertinti pažangą, kurią patys studentai suvokia įgytų žinių ir įgūdžių atžvilgiu. Profesinio mokymo mokytojas ir (arba) darbdavys analizuoja lapus, kad sužinotų, kaip pats mokinys suvokia savo žinių ir įgūdžių pažangą.



# COOK IT FORWARD

[www.cookitforward.eu](http://www.cookitforward.eu)

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

