

Felelős Gasztrohős Alapítvány

Hogyan konvertáld a szaktudásod vállalati szolgáltatássá?

2025

STRONGER
OTS

| Nadace OSF

NADÁCIA
OTVORENEJ
SPOLOČNOSTI

NIOK
Alapítvány

glopolis

STEFAN
BATORY
FOUNDATION



Az Európai Unió
támogatásával

Szervezet bemutatása

A **Felelős Gasztrohős Alapítvány** missziója a környezettudatos, felelős étkezés elterjesztése Magyarországon és a hazai vendéglátóhelyek környezetvédelmi törekvéseinek támogatása. Hiszünk abban, hogy környezetbarát gasztronómiai megoldásokkal zöldebbé és egészségesebbé tehetjük étrendünket, s ezáltal jót tehetünk magunkkal és környezetünkkel is. Izgalmas és szerethető online lakossági kampányokkal, egyszerűen alkalmazható tippekkel, finom receptekkel mutatjuk meg, hogy mennyire egyszerű odafigyelni arra, hogy mi kerül az asztalunkra.

Fontosnak tartjuk a felnövekvő generációk megszólítását, edukálását is különböző jelenléti programokkal.

Felnőtteknek szól **Gasztrohős PróbátÉtel** csapatépítőnk, amely egy olyan felszabadult, jó hangulatú esemény, ahol valódi tudásátadás is zajlik játékokban csomagolva. Az elmúlt években elértük, hogy a pénzügyi fenntarthatóságunk alapja leginkább az eladott szolgáltatásaink.

Esettanulmány bemutatása

Az esettanulmány az Alapítvány **vállalati szolgáltatásainak megszületését és fejlődését** mutatja be, különös figyelmet fordítva arra, hogyan építettük be a szaktudásunkat az élményalapú szolgáltatásainkba és hogyan alakítottuk a szolgáltatásainkat a piaci igényeknek megfelelően és ehhez hogyan gyűjtöttünk információkat. A programjaink értékajánlata az, hogy a résztvevők ne csupán szórakozzanak, hanem valódi, alkalmazható tudásra tegyenek szert, miközben élvezik az eszközök, a csapatmunka és a közös problémamegoldás adta élményeket és megfelelő támogatást kapnak a szakértő instruktoroktól.

Szolgáltatásfejlesztés a nulláról

2019-ben az Alapítvány már szakmai körökben hiteles szervezetként dolgozott a fenntartható étkezés és vendéglátás népszerűsítésén. A munkánkat több szakmai díjjal jutalmazták és elindult első gyermek-educációs programunk is.

A vendéglátóhelyekkel is erősödött a kapcsolat. Azonban azt tapasztaltuk, hogy **a források**, amiket meg tudunk szerezni, nagyon **kiszámíthatatlanok** és nem tudunk eleget foglalkozni a bázisépítéssel. Akkor már rengeteg tartalom született a kollégák keze alatt, amelyek online jó elééréseket produkáltak, azonban még nehezen jutottunk el a téma iránt kevésbé érdeklődő emberekhez, nehezen tudtuk őket egyszerre nagy számban, hatékonyan elérni. Ekkor döntött úgy az Alapítvány, hogy **vállalati szolgáltatások fejlesztésével fog tenni ezeknek a nehézségeknek a feloldásáért.**



Szakmai ismeretekből játék

A megoldást az Alapítvány vezetői abban látták, hogy készítsünk játékokat a már meglévő tudásanyagainkra alapozva, melyekkel programokat tudunk tartani és kitelepüléseken is meg tudunk velük jelenni. Azért vetődött fel ez az irány, mert bár előadásokat már korábban is tartottunk, erről a lehetőségről kevesen értesültek. Valamint szerettünk volna más, nem frontális típusú tudásátadást is megvalósítani, melyben egyértelmű volt, hogy a játékosítás lesz a segítségünkre. Emellett a legtöbb edukációval foglalkozó szervezet szintén előadásokban gondolkodik, ezért erre a **gamifikált, edukációs csapatépítő programra egyfajta egyedi termékelőnyt jelentő szolgáltatásként/termékként** gondoltunk.

A megvalósításban sokat segített, hogy az Alapítvány új munkavállalója szabadidejében foglalkozott offline játékok tervezésével, egyszerű játékok testreszabásával egy-egy témához kapcsolódóan. Vele ült le az Alapítvány vezetése és mentek végig közösen azokon a témákon, melyek az Alapítvány három alappillére (szezonális-hazai alapanyagok népszerűsítése, hús- és tejtermékfogyasztás csökkentése, élelmiszerhulladék csökkentése) mentén feljöttek, mint lehetséges játékosítható témák. A közösségi médiában futó tartalmaink elérési számaiból is tudtunk arra következtetni, hogy a pilléreken belül mely altémákkal lehet érdemes próbálkozni. Abban láttunk nehézséget, hogy a formátum, a játékok, akár önmagukban, akár egy programmá szervezve, hogyan lesznek kompatibilisek az résztvevőkkel és az eseményekkel.

A tervezéssel párhuzamosan szerencsére felmerült egy pályázati lehetőség felnőtteknek szóló környezetvédelmi edukáció témában, ahová sikerrel tudunk pályázni. Így megtaláltuk a fedezetet a játékok tervezéséhez, kivitelezéséhez is és megkaptuk arra is a lehetőséget, hogy teszteljük a játékokat és a teljes koncepciót.

A fejlesztés folyamata

A játékok fejlesztése során fontos szempont volt, hogy könnyen mozgatható és minőségi eszközöket készítsünk, a saját, felismerhető arculati elemeinkkel. Az **igényes megjelenést, szép grafikát** nagyjából minden alkalommal kiemelik megrendelőink, mint előnyt, választási szempontot. A **játékainkat folyamatosan fejlesztjük**, új témákat, állomásokat, játékokat beépítve a programba, így biztosítjuk azt, hogy visszatérő megrendeléseink is legyenek, ne egyszer játszható legyen a program. Összességében elmondható, hogy a fejlesztéshez mindig szükségünk van egy kiválasztott témára - manapság már a megtartott programokon, kitelepüléseken felmerülő kérdésekre, résztvevők által felvetett témákra is tudunk alapozni -, kapcsolódó anyagainkra, a grafikusunkra és egy játék alapra, amire ötletelünk (pl. labirintus, puzzle, szókereső).

A program fejlődése, céges kapcsolatos kialakítása

A fejlesztési folyamat eredményeként 2019-ben megszületett a Gasztrohős PróbátÉtel csapatépítőnk, egy hat állomásból álló játékos kihívás, amely egy bemelegítő tematikus jégtörővel kezdődik, majd a kis csoportok végigjárják az összes állomást. A játék vége közös zárás, visszajelző kör és végül egy kihívás húzása.

A Gasztrohős PróbátÉtel bemutatására egy sajtótájékoztatót szerveztünk, melyen a résztvevő újságírók kipróbálhatták a játékokat és fenntartható cateringet, majd sajtóanyagot is küldtünk ki nekik a játék bemutatásával. A programról közel tíz megjelenés született.

Az elnyert pályázat keretében közben elkezdjük ingyenesen vinni a programot cégekhez, hogy teszteljük azt. Ekkor, a gyakorlatban derültek ki a fejlesztés gyenge pontjai. A tapasztalatok, visszajelzések alapján kialakult egyfajta sorrend, prioritás arra vonatkozóan, hogy melyek azok a játékok, amiket a legjobban szeret a közönség, amik leginkább felkeltik a figyelmet. Szerencsére a koncepció volt

annyira jó és rugalmas, hogy akár a helyszínen is tudtunk változásokat eszközölni, így gördülékenyen ment a fejlődés.

Az is fontos tapasztalás volt a szolgáltatás kezdetekor, hogy **az árazásnál mennyire fontos az előkészítő, logisztikai és adminisztrációs feladatok kalkulálása is**, akárcsak a karbantartásé, ezeket az első ár megalkotásánál nem vettük figyelembe.



Az ingyenes pilot programok mellett elkezdtek feltérképezni azt is, mik azok a platformok, üzleti közösségek, ahol bemutatkozhatunk a programmal, és célzottan céges megrendelőkhöz juthatunk el. Az egyik ilyen első lépés volt a **Good Impact civil szolgáltatásokat és cégeket összekötő eseménye** volt, melyen sikeresen szerepeltünk és két, hosszú távú vállalati kapcsolatunk is származik belőle. A későbbiekben **más inkubátor eseményeken is részt vettünk**, és üzleti közösségekbe is jártunk (Minner, BNI, MVÜK, MARESZ, Vegan Business Circle, BKIK), ahol **vállalati szereplők segítségével, mentorálásával, visszajelzésekre építve fejlesztettük és fejlesztjük tovább a programot**. Ezek az események, kapcsolódások arra is nagyon hasznosak, hogy megismerjük, mit tartanak fontosnak a vállalatok.

Az üzleti közösségek, programok mellett a másik lehetőség, ahogyan eljuthatunk, eljutunk a megrendelőkhöz, a **rendezvényszervezők**. Őket hideg megkeresésekkel próbáltuk elérni, ebből később több céggel is jó kapcsolat alakult ki, akiknek a kijánlóiban majdhogynem állandó szereplők vagyunk.

Ezek mellett a kapcsolódások mellett **fontos lába a szolgáltatás értékesítésének a Google Ads** (civil szervezeteknek ingyenes hirdetési keretet biztosít), melyen keresztül szintén érkeznek megrendelések. Az Ads fiókunk kezelését, a SEOzást egy külsős cég végzi számunkra.

A program fejlődése, céges kapcsolatos kialakítása

A tapasztalatok alapján a PróbátÉtel kapcsán vállalati partnerek számára ezek váltak fontos tényezővé:

- **Dobozolhatóság** – A játék jól meghatározható, megfogható a megrendelő számára (játékosszám, területigény, eszközigény, időigény).
- **Testreszabhatóság** – A megrendelővel egyeztethető, hogy melyik témákat vesszük be a játékba, lehet hosszabb vagy rövidebb a játék, attól függően, hány állomást kérnek.
- **Pontos instrukciók** – Csak a használat alapján derült ki, hogy pontosan mit és mennyit kell elmondanunk a megrendelőnek és a játékosoknak ahhoz, hogy megfelelően előkészített helyszínre érkezzünk és flottul menjen a játék. Ennek kidolgozása nagyban segítette az együttműködéseket.
- **Profi kommunikáció** – A megkeresésekre időben válaszolunk és igényes, átlátható sablon kiajánlóval dolgozunk, gördülékeny a jogi és pénzügyi ügyintézés is. Ez azért fontos, mert civil szervezetként korábbi ilyen tapasztalat nélkül nehézkes lehet alkalmazkodni a szövevényes szerződési feltételekhez, támogatási formákhoz és a sokszor 60 vagy 90 napos kifizetésekhez is.
- **Felkészült instruktorok** – Ahogy bármely civil szervezetnél, úgy nálunk is nagyon fontos a szakmaiság, így csak olyan kollégák lesznek instruktorok, akik a témákban jártasak és az extra kérdésekre is tudnak válaszolni.

Hatások

Mostanra annyira kiforrott a program, hogy **kis emberi erőforrás befektetéssel tudunk sok embert elérni**, és vissza is hívják a programot korábbi partnereink. Egy-egy PróbátÉtel alkalmával 2-3 instruktossal 20-40 főt tudunk elérni, nekik pedig nagyon rövid idő alatt (60-90 perc) nagyon sok aspektusát tudjuk megmutatni a fenntartható étkezésnek. Amikor pedig kitelepülünk egy-egy vállalati vagy intézményi programra a játékokkal, akkor 2-3 instruktossal akár több száz embert

is el tudunk érni, és be is tudunk vonni a témába. Akiket elérünk, ők jellemzően követőink lesznek valamelyik közösségi média felületen, így elérjük őket további edukációs tartalmakkal és a szolgáltatásaink ajánlóival. Ahogy korábban írtuk, a **fejlesztés folyamatos, de megéri**, az eszközpark frissítésére pedig támogatásokat keresünk.

Eredmények

Az elmúlt évekre eljutott odáig az Alapítvány, hogy **az eladott szolgáltatásaink teszik ki a bevételünk körülbelül 60%-át**. A program elindulása óta körülbelül 50 PróbátÉtelt tartottunk, körülbelül 1000 emberrel játszottunk együtt.

Több olyan vállalat is van, ahol visszatérő szolgáltatók lettünk, több formában is működtünk már együtt. **A kapcsolattartókból, megrendelőkből sikerült bázist is építenünk**, hírlevélfeliratkozók is lettek, akiknek negyedévente küldünk hírlevelet új szolgáltatásainkról, eredményeinkről, így élő marad a kapcsolat. A hírlevelekből is jött már be újabb megrendelésünk.

Tanulságok

- Vannak olyan témák, melyek nem kerülnek első helyre, amikor az adományozásról gondolkodnak az emberek. A fenntartható étkezés is ilyen. Hasonló helyzetben dolgozó civil szervezetek számára, a pénzügyi stabilitásuk érdekében tapasztalataink alapján nagy segítség lehet a vállalati szolgáltatások kialakítása.
- A szolgáltatásunk alapja a különleges szakmai tudásunk, a játékok ennek átadását szolgálják ki.
- Sok vállalat, de akár önkormányzat is ad szakmai tanácsot vagy vesz részt civileket fejlesztő inkubátor programban, ezeket a lehetőségeket megragadva lehet finomítani a szolgáltatást.
- Érdemes az eszközfejlesztésre befektetésként tekinteni és nem mindig a legolcsóbb megoldást választani. Nekünk többszörösen megtérült, hogy drágább, de tartós eszközökkel dolgozunk.
- Fontos, hogy az eszközök igényesek legyenek, mint a külső, mind a tartalom tekintetében.
- A ma elérhető ingyenes grafikai szoftverekkel és a generatív AI eszközökkel az ötletelés és a megvalósítás is megkönnyíthető. Ami fontos, hogy tartsuk szem előtt, hogy az elkészült anyagok koherensek legyenek, mind tartalom, mind forma tekintetében.

A **Felelős Gasztrhős Alapítvány Gasztrhős PróbatÉtel** programjával 2023-ban a döntős szervezetek közé jutott a **Civil Díj Legjobb termék/ szolgáltatás** kategóriájában.



CIVIL DÍJ
2023

Az esettanulmány a Stronger Roots program keretein belül készült. A program célja, hogy a civil szervezetek növeljék és erősítsék társadalmi bázisukat, támogatói közösségüket.

A **Stronger Roots program** az Európai Unió Polgárok, Esélyegyenlőség, Jogok és Értékek (CERV) programjának finanszírozásával valósult meg.

Az itt szereplő vélemények és állítások a szerző(k) álláspontját tükrözik, és nem feltétlenül egyeznek meg az Európai Unió vagy az Európai Oktatási és Kulturális Végrehajtó Ügynökség (EACEA) hivatalos álláspontjával. Sem az Európai Unió, sem az EACEA nem vonható felelősségre miattuk.