«Творчество – это энергия, которая дает импульс для основных проектов и жизни»

Под душевным и таким нежным названием «Мама Люба» сегодня развиваются сразу четыре направления бизнеса: кейтеринг, доставка гастробоксов, кондитерская и кафе домашней кухни. Как предпринимательская деятельность переплетается с творчеством и почему важно всегда привносить в бизнес что-то новенькое, мы поговорили с кейтерье и основательницей бренда Любовью Шумковой.

– Любовь, расскажите, как появился бренд «Мама Люба»?

– Начиналось все много лет назад с подработки официанткой во время учебы в Пермском институте искусства и культуры. История гостеприимства настолько пришлась по душе, что после защиты диплома я ни дня не работала по профессии. Опыт работы и профессиональный рост приобретала всегда рядом с сильными людьми своего дела, в послужном списке – пивная «БоБ», рестораны «Живаго», Gastroport, и наконец открыла свое дело – Shumkova-Catering.

После рождения ребенка несколько изменились приоритеты, и я продала бизнес в ZAZA-group, став там управляющей направления кейтеринг, но поняла, что мне не хватает свободы, самостоятельности, а если честно – случилось мощное выгорание. Около полгода ушло на то, чтобы собраться с силами.

Летом 2022 года меня познакомили с Ларисой Кулинской, которой я рассказала про идею доставки гастрономических боксов и ее название – «Мама Люба». Немного поработав вместе, я предложила партнерство. На мой взгляд, мы чудесно дополняли друг друга. Позже Лариса рассказала мне «мурашечную» историю, что ее маму звали Люба и она всю жизнь успешно проработала в сфере общественного питания, а Лариса сейчас продолжает ее дело, и название «Мама Люба» очень близко нам обеим. На этих смыслах и появилась «Мама Люба». В задумке это была доставка гастробоксов готовой еды, которая развозится гостям в стильных крафтовых коробках на их важные события. Хотелось сделать свой сайт, наладить бизнес-процессы и, в общем-то, отдыхать, от «цыганской» кейтеринговой жизни.

– Получилось?

– Нет. Гости звонили, делали заказы на кейтеринг, и в какой-то момент я поняла, что отказываться от кейтеринга глупо. Пришлось опять закупить огромный арсенал посуды и оборудования, которое нужно для выездов, и вновь все закрутилось. Должна сказать, что под брендом «Мама Люба» все заиграло совершенно другими красками, ибо мы с Ларисой усилили друг друга и наше страстное увлечение дало свои плоды! Более того, мы поняли, что нам необходима база, и появилось кафе домашней кухни, в марте 2023 года мы его открыли. А в сентябре у нас открылась кондитерская под руководством шеф-кондитера Ларисы Медведевой.

– Как вообще появилась идея гастробоксов?

– Эта услуга была еще в Shumkova-Catering. Эту идею я привезла в Пермь из Санкт-Петербурга в 2018 году. Сейчас гастробоксы предлагают многие, но пять лет назад мы были первыми. И во время пандемии они нас просто спасли. Все закрыто, но ведь праздники никуда не делись, людям хочется как-то их отмечать, и гастробоксы тогда стали очень популярны, и мы возили их по 40 штук как частным гостям, так и бизнесу.

– Сейчас под брендом «Мама Люба» работают четыре направления. Наверное, есть большой штат?

– Наш коллектив – как баян: от проекта к проекту сжимается и разжимается. Все зависит от объемов. Если нам необходимо в день накормить, предположим, 800 гостей, то и трудиться будут примерно 100 человек на подряде. При необходимости привлекаем узких специалистов. Но всех объединяет любовь к своему делу.

В обслуживании сферы гостеприимства заложена целая философия. У нас не клиенты, а гости. И перед каждым мероприятием, а иногда и во время него, провожу со всеми сотрудниками небольшие оперативки. Рассказываю про индустрию гостеприимства, про такой термин, как «истинное служение», чем искреннее которому ты служишь, тем больше отклик. Это целое искусство.

Иногда у меня спрашивают, где я беру таких прекрасных сотрудников. Сотрудники-то одни и те же, но, чтобы они работали с любовью, каждый раз я делюсь сама с ними своей любовью к делу. Они должны понимать, что их задача не просто отнести тарелку от кухни до зала и поставить ее перед гостем. И чем больше я тружусь, тем больше понимаю, что Любовь – это моя Суперсила!

– Насколько часто появляются новинки?

– Что-то новенькое делаем всегда, потому что 90% людей и компаний, которые работают с нами, – это наши постоянные гости. Они очень искушенные, мы сами их искушаем, и они уже ждут, что эдакого мы предложим.

Чтобы выдумывать что-то новое, нужна насмотренность – это главное. Поэтому обязательно два раза в год езжу на форумы кейтеров, на стажировки. Также беру идеи у коллег из столицы, смотрю мировые тренды и «перекладываю» их на Пермь. Например, сейчас в кейтеринге идет тренд на подсветку. И к 300-летию города у местных умельцев мы заказали светодиодные стойки с подсвеченными полочками. На другом мероприятии пустили светодиоды по полу, то есть подсветили зону кейтеринга снизу. Мне не жаль вкладываться в новые идеи, потому что для меня это маркетинг, который дает нам конкурентное преимущество, и эти вложения оправдываются.

– Что новенького приготовили на Новый год?

– На самом деле мы вообще ушли в «старенькое». Сейчас идет очень мощный тренд на возвращение к истокам, к русской кухне, огромное количество банкетов заказывают в советском стиле: с пирогами, оливье, селедкой под шубой, картошкой с «копеечными» рыжиками, груздями в сметане с лучком. Все циклично, и мы вновь к этому вернулись. Что вполне логично: людям это понятно, это живо, это внутри, где-то на подкорке заложено и принимается на ура!

– Любовь, вы обслуживаете самые разные мероприятия. А есть ли какие-то наиболее интересные проекты, в которых вам приходилось участвовать?

– У нас все проекты интересные. Я заведомо выбрала нишу в кейтеринге, которая мне близка творчески. Наша целевая аудитория – это бизнес, и в нем есть два направления для нашей работы. Первое – это внешний PR, когда бизнес использует кейтеринг как инструмент для привлечения новых клиентов, повышения лояльности и укрепления с существующими клиентами. Кейтеринг уже давно не про «канапе на тарелочке». Мы вместе с нашим гостем придумываем, как кейтеринг усилит концепт мероприятия, что необходимо в этом проекте для формирования нужного контента. Мне всегда хочется играть win-win, согласно философии бизнеса – нашего заказчика. Поэтому мы буквально «штурмуем» каждый проект. Повторюсь, что 90% наших гостей являются постоянными, мы встречаемся по несколько раз в год, и нам обязательно надо выдать что-то новенькое.

И второе направление здесь же – это корпоративный сегмент, то есть внутренний PR, когда бизнес привлекает нас для повышения лояльности сотрудников и укрепления отношений с ними. К корпоративным мероприятиям мы также никогда не относимся безучастно, потому что специалистов тоже нужно поощрять, кормить вкусно, интересно, с какой-то с изюминкой. Не просто плов подать или шашлыки пожарить. Наш заказчик всегда вместе с нами, и, мало того, может быть, он даже и успокоился бы, но я предлагаю: а давайте сделаем вот так! Считаю, что это тоже одно из наших конкурентных преимуществ. Мы всегда партнеры! Это и есть моя энергия, что меня обесточило в свое время, когда я решила не заниматься кейтерингом. Я человек творческий, и креатив мне приносит особое удовольствие.

– Кстати, о творчестве. В кафе «Мама Люба» вы проводите «квартирники». А как появилась такая идея?

– На самом деле я пела всегда, хотела выступать на сцене, училась этому, но очень волновалась, у меня дрожали руки, голос и я сама. Все забросила. В этом году решила вернуться к своим мечтам и записать клип. Я очень люблю нашу Родину, наш город, деревню, в которой выросла. И мы записали клип на песню «Небо славян» группы «Алиса». В Москве я познакомилась с прекрасным форматом квартирников, была у Маргулиса, у Куценко на них. Со своей идеей проводить квартирники в кафе я обратилась к своему бывшему педагогу из колледжа, он меня поддержал, помог собрать команду из ребят-музыкантов. В апреле 2023 года первый квартирник прошел так душевно, что мы решили продолжать, провели уже четыре концерта. Причем если ранее приходили в большинстве своем знакомые, то на последний квартирник билеты покупали люди, которых я видела впервые. И это было так неожиданно, и в то же время очень ответственно, потому что получился полноценный концерт не только для «своих да наших». Более того, иногда звонят и просят не кейтеринг, а… спеть!

И это здорово, потому что творчество – это моя энергия, которая дает импульс для дальнейших проектов. И я получаю эту энергию в наших квартирниках, в мероприятиях, в креативе с нашими гостями. А в сентябре записали второй клип – «Город влюбленных людей» Анны Герман, и посвятили эту светлую песню 300-летию Перми. Позже я узнала, что эта песня стала гимном фестиваля «Лампа», на котором мы уже пять лет операторы питания. Просто замечательно, что у нас с партнерами сходятся интересы, мысли и, соответственно, даже музыкальные пристрастия. Я благодарю Всевышнего за мой талант, что дает мне силы!

на правах рекламы