

ВВЕДЕНИЕ В СЕМИНАР

ЗНАКОМСТВО

- меня зовут ...
- я работаю в должности ...
- стаж работы в компании ...
- любимое занятие в свободное время ...
- мои ожидания от семинара ...

Сделайте это сейчас

Запишите Ваши ожидания от семинара

ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ ТРЕНИНГА:

- ознакомить Вас с приемами продавца
- научить Вас красочно описывать блюда и уметь их предлагать
- научить Вас свободно общаться с гостями.

Используя на практике изученное на семинаре, Вы сможете повысить эффективность своей работы в ресторане, т.е. сможете:

- повысить средний чек
- повысить выручку
- привлекать больше гостей
- грамотно использовать свое время
- решать конфликтные ситуации с гостями.

ПРОГРАММА ТРЕНИНГА

План семинара включает в себя следующие основные пункты:

- Что ожидаем мы и наши сотрудники от работы в ресторане
- Качества эффективного сотрудника
- Что ожидают наши гости от посещения ресторана
- Характеристики типов гостей
- Работа и приёмы продавца
- Эффективные продажи
- Решение конфликтных ситуаций.

Что ожидаем мы и наши сотрудники от работы в ресторане

Сделайте это сейчас

Запишите, что вы ждете от своей работы в ресторане

Запишите, каким, по-вашему, должен быть ресторан, чтобы Ваши ожидания оправдались

Дополните Ваш ответ предложениями других участников:

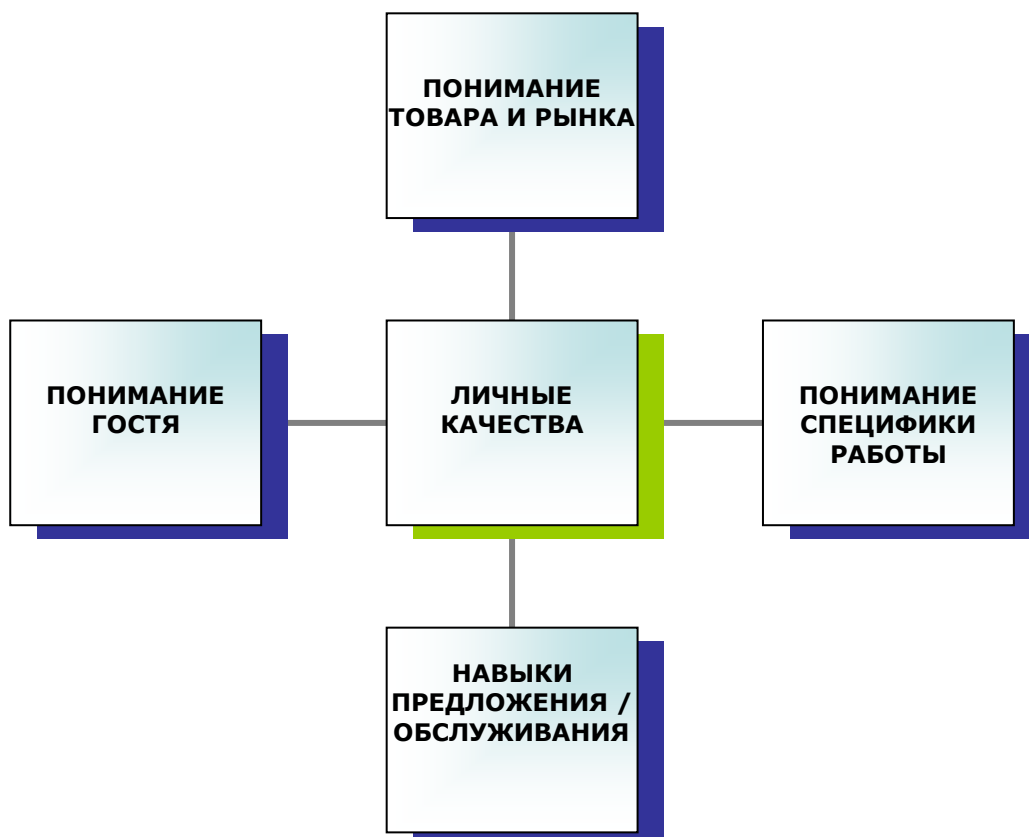
Качества эффективного сотрудника

В этой Главе рассматриваются пять составных частей, помогающих сделать работу в зале качественной. К этим составным частям относятся:

- Понимание товара и рынка
- Понимание специфики работы
- Понимание гостя
- Личные качества
- Навыки предложения/ обслуживания

Чтобы работа была качественной нужно, чтобы работник зала понимал, что он продает и кому, в чем заключается специфика его работы, какими личными качествами он должен обладать. Кроме этого, он должен хорошо понимать, какой перед ним гость, и иметь соответствующие навыки предложения и обслуживания.

ПЯТЬ СОСТАВЛЯЮЩИХ КАЧЕСТВЕННОЙ РАБОТЫ.



ПОНИМАНИЕ ТОВАРА И РЫНКА

ЧЕРЕЗ СЕРВИС К ПРОДАЖАМ

ЧТО ЗНАЧИТ, ПО-ВАШЕМУ, ПОНИМАНИЕ ТОВАРА И РЫНКА?

ЧТО ТАКОЕ ТОВАР?

МОЖЕТ ЛИ БЫТЬ ТОВАРОМ ХОРОШАЯ АТМОСФЕРА?

КАК ВЫ ПОНИМАЕТЕ "РЫНОК"?

ПОНИМАНИЕ СПЕЦИФИКИ РАБОТЫ

Сделайте это сейчас

Как по-вашему, в чем заключается специфика работы работника зала

Работник зала не просто приносит блюда и напитки, перекрывает столы, но он общается с Гостем, предлагает, рассказывает, продает, следит за работой всего ресторана, помогает своим коллегам, взаимодействует с другими подразделениями.

Каждый тип работы требует определенных качеств от работника, которые определяются спецификой его работы.

Как Вы себе представляете, что значит понимать Гостя?

Понимать Гостя - или уметь читать Гостя, это значит понять его ожидания и уметь их предвосхитить.

Прочтите отрывок из книги Джима Салливана «Сервис который продаёт»:

Это случилось во время Великой депрессии. 10-летний мальчик вошел в кафе при гостинице и спросил официантку: “Сколько стоит праздничное мороженое?”

“Пятьдесят центов”, - ответила официантка.

Маленький мальчик посмотрел, сколько мелочи у него было в ладони. “Сколько стоит порция обычного мороженого?” - спросил он.

В это время несколько клиентов уже ждали, когда в кафе для них освободится столик, и официантка начала проявлять нетерпение. “Тридцать пять центов”, - огрызнулась она.

Мальчик снова сосчитал свои монеты. “Я возьму обычное мороженое”, - сказал он.

Официантка принесла мороженое, положила на столик счет и удалилась. Мальчик съел мороженое, заплатил в кассу и вышел из кафе.

Подойдя к столику, за которым сидел мальчик, официантка подняла пустую тарелку из-под мороженого и затем . . . тяжело слотнула, увидев то, что она увидела. Около пустой тарелки аккуратно лежали две 5-центовые монеты и пять монет по 1 центу - ее чаевые!

НАВЫКИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ/ОБСЛУЖИВАНИЯ

Теперь, когда мы уже знаем, что мы продаем и каков наш Гость, очень важно уметь правильно предложить нашему Гостю наш товар. К навыкам предложения можно отнести: умение красочно описать блюдо, умение предлагать вовремя, опираясь на вкус и предпочтение Гостя.

Все эти пять составляющих очень важны, но в данном семинаре детально разбираются последние две, т.е. "понимании Гостя" и "навык предложения и обслуживания", потому что именно эти два блока являются составляющими Вашей работы, как работника в зале.

Что ожидают наши гости от посещения ресторана

Наши Гости, приходя к нам в ресторан, имеют свои ожидания (явные или неявные) относительно еды, напитков, обслуживания.

ЧТО ОЖИДАЮТ НАШИ ГОСТИ ОТ ПОСЕЩЕНИЯ РЕСТОРАНА?

Сделайте это сейчас

Составьте две группы ожиданий из полученного списка - выделите технические ожидания (которые в большинстве своем не зависят от качества работника в зале, но которые он может контролировать) и ожидания взаимоотношений (которые зависят полностью от качества работы работника в зале).

ТЕХНИЧЕСКИЕ ОЖИДАНИЯ	ОЖИДАНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ

У Вас могли получиться следующие две группы ожиданий:

ТЕХНИЧЕСКИЕ ОЖИДАНИЯ	ОЖИДАНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ
<ul style="list-style-type: none">• Качество еды и напитков• Стандарты сервиса• Чистота• Безопасность• Интерьер• Внешний вид персонала• Цена/качество• Знания официантов• Дополнительные услуги	<ul style="list-style-type: none">• Внимание• Навыки обслуживания• Культура речи• Доброжелательность• Учитывать желаний гостей• Искренность• Помощь в выборе• Предугадывание

Работник зала может постоянно улучшать сторону взаимоотношений и контролировать техническую сторону ожиданий Гостей (музыка в зале, качество блюд, напитков, чистота в зале, внешний вид персонала и т.д.)

- **ЧТОБЫ НАШ РЕСТОРАН БЫЛ УСПЕШЕН**
- **ЧТОБЫ У НАС (СОТРУДНИКОВ) ОПРАВДЫВАЛИСЬ ОЖИДАНИЯ ОТ РАБОТЫ**
- **ЧТОБЫ ОПРАВДЫВАЛИСЬ ОЖИДАНИЯ НАШИХ ГОСТЕЙ**

НУЖНО СДЕЛАТЬ НАШЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ЛУЧШИМ, ОТЛИЧНЫМ ОТ ВСЕГО ТОГО, ЧТО В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ НЕЭФФЕКТИВНО

РЕСТОРАН, ИДУЩИЙ НА ШАГ ВПЕРЕДИ ДРУГИХ, В ОСНОВУ СВОЕГО БИЗНЕСА СТАВИТ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С ГОСТЯМИ.

Значит основным правилом в работе сотрудников нашей Компании при обслуживании наших гостей должно быть так называемое платиновое правило:

ОБСЛУЖИВАЙТЕ ГОСТЕЙ ТАК, КАК ОНИ ХОТЯТ, ЧТОБЫ ИХ ОБСЛУЖИЛИ

Помните, что **ГОСТЬ** - главный человек в нашем ресторане, он дает нам возможность зарабатывать деньги, развиваться нашему ресторану и всей компании в целом.

ПОСМОТРИТЕ ВИДЕО ОТРЫВОК ИЗ ФИЛЬМА "КРЫЛЫШКО И НОЖКА".

После просмотра фильма ответьте на следующие вопросы:

- С КАКИМИ ОЖИДАНИЯМИ ПРИШЕЛ В РЕСТОРАН ГОСТЬ, ИГРАЮЩИЙ РОЛЬ "ПРОВЕРКИ"?
- БЫЛИ ЛИ ЕГО ОЖИДАНИЯ УДОВЛЕТВОРЕНЫ? ПОЧЕМУ? НАЗОВИТЕ ПРИЧИНЫ.
- ЧТО ПРОИЗОШЛО С ОЖИДАНИЯМИ ГОСТЯ, КОТОРОГО ПРИНЯЛИ ЗА "ПРОВЕРКУ"?
- КТО ИЗ ЭТИХ ДВУХ ГОСТЕЙ ВНОВЬ ПРИДЕТ В РЕСТОРАН?

Обоснуйте Ваш ответ.

КОММЕНТАРИЙ

Ожидания Гостя могут быть не удовлетворены, а могут быть удовлетворены сверх его ожиданий. Из отрывка видно, что один Гость после подобного обслуживания не вернется в ресторан, но и второй Гость тоже будет потерян для ресторана, т.к. во время своего следующего посещения ресторана он не получит такого же обслуживания (поскольку его ошибочно приняли в этот раз за "проверку"), как в этот раз, а скорее всего, уровень обслуживания будет средний. Но у него уже сформировались завышенные ожидания, которые ресторан не сможет удовлетворять при каждом его посещении.

Следовательно, для того, чтобы не потерять нашихGuestей нам необходимо правильно определять ожидания Гостя, чтобы предвосхитить именно то, что он ожидает. Не следует также формировать завышенных ожиданий - ожидания Гостя должны быть адекватны возможностям ресторана.

Характеристики типов Гостей

Эта часть семинара посвящена типологии разных гостей. Существует множество типологий людей. Представленная здесь классификация несложная и позволяет достаточно быстро (по манере поведения гостей разных типов и их внешнему виду) определить, каковы могут быть их ожидания, даже при минимальном знакомстве с ними.

Мы изучим следующую классификацию личностных характеристик людей:

- КОМАНДИР
- АКАДЕМИК
- ПИОНЕРВОЖАТЫЙ
- КОЛЛЕКТИВИСТ

Ниже приведена первая часть задания, которое Вам необходимо выполнить в своей группе (Ваш тренер-преподаватель укажет Вам, в какой группе Вы будете работать над заданием).

ЗАДАНИЕ (ПЕРВАЯ ЧАСТЬ)

- Прочитайте характеристики типов людей/Гостей в Рабочей тетради, (каждая группа читает одну характеристику)
- Выделите основные отличительные черты типа Гостя.
- На выполнение первой части задания - 10 минут.

Командир

Командир - быстрый, деловой, активный и инициативный человек. Проявляя инициативу в новой и сложной ситуации, командир концентрирует усилия на достижение результатов агрессивно и прямолинейно, быстро реагируя на изменения и противодействия.

Командир предпочитает взять на себя руководство, разрабатывать планы действия для других. Он или она получает удовольствие от сложных проблем и задач, любит рисковать и любит, когда вокруг него все кипит.

Командира можно охарактеризовать как человека:

- доминирующего, сильного, с большой силой воли
- умеющего сдерживать эмоции
- с сильной мотивацией, которому необходимо проявлять инициативу и брать руководство в свои руки
- рационального и ориентированного на получение результата
- прямолинейного, быстро схватывающего главное.

Сильные стороны Командира:

- берет инициативу в свои руки, предпочитает руководить и координировать работу других
- быстро действует, делает все, чтобы работа выполнялась
- предпочитает сложные задачи
- берет ответственность на себя, освобождая от ответственности других
- сориентирован на конечный быстрый результат.

Академик

Академик независим, осмотрителен и сдержан. Слушатель, которому доставляет удовольствие приводить в порядок все детали картины в единое целое, ему нравится действовать логически и систематически, взвешивая альтернативы, и предлагать оптимальный план или механизм для достижения результатов.

Академик предпочитает оставаться независимым и неагрессивным, наиболее комфортно он чувствует себя в обстановке, где неуверенность и риск сведены до минимума, и где достаточно информации для обеспечения успеха.

Краткая характеристика Академика:

- любит выискивать и решать проблемы
- прежде чем принять решение, тщательно продумывает детали, модели, составляет план, собирает доказательства, продумывает все варианты
- спокойный, сдержанный, при общении с другими людьми проявляет мало эмоций
- чувствует себя неудобно при необходимости быть социально активным, остается сдержанным в отношении с людьми до тех пор, пока не установятся крепкие близкие отношения.

Сильные стороны Академика:

- рассматривает проблему, основываясь на фактах и логике
- принимает новые идеи с позиции их полезности и практичности
- консервативен, все делает тщательно, из любой информации умеет выбрать самое главное и, прежде чем начать что-то новое, продумывает, как наиболее рационально выполнить задачу
- продуктивен и компетентен при выполнении задачи
- осторожен и осмотрителен при встрече с новыми людьми.

Пионервожатый

Пионервожатый - это вдохновенный и энергичный новатор. Дружелюбный по натуре, Пионервожатый любит быть инициатором различных встреч, используя время для знакомств с людьми, которые могут помочь ему в выполнении его задач.

Пионервожатый предпочитает принимать решения, полагаясь на чувства и инстинкты. Легко приходя в восторг и возбуждение, Пионервожатый строит свои отношения с людьми достигает результатов посредством совместной работы и действует, опираясь на импульсы и воображение.

Пионервожатый может быть охарактеризован как:

- возбудимый, разговорчивый, любит веселье
- ориентирован на людей, любит аудиторию, аплодисменты или признание
- любит соревнования, с энтузиазмом рискует
- вдохновляющий и творческий.

Сильные стороны Пионервожатого:

- вызывает вдохновение и мотивацию
- сглаживает общение, способствуя тому, что люди чувствуют себя комфортно
- с энтузиазмом относится к мечтам, идеям и нововведениям
- амбициозен и ориентирован на результаты.

Коллективист

Коллективист - это участливый слушатель, с ним легко говорить наедине, наслаждаясь теплом личного контакта, он разделит ваши задачи и обязанности. Коллективисту требуется время для установления взаимоотношений и взаимопонимания с окружающими.

Коллективист предпочитает обстановку, в которой могут быть сведены до минимума риск и необходимость быстрых действий, и где допускаются личные связи и поддержка.

Коллективист может быть охарактеризован как:

- не осуждает окружающих, принимает их
- спокойный, расположен к сотрудничеству, всегда готов поддержать
- его легко узнать и легко с ним работать
- неконфликтен; где только возможно, сводит конфликт до минимума.

Сильные стороны Коллективиста:

- полезен, давая советы и оказывая поддержку
- предан семье, друзьям и окружающим
- доверяет окружающим
- поддерживает достижения окружающих, настоящий коллективист.

ВЫПОЛНИТЕ ВТОРУЮ ЧАСТЬ ЗАДАНИЯ

Теперь в Ваших группах обсудите, как Вы поняли характеристику Вашего типа Гостя. Подготовьте презентацию для других групп, в которой ответьте на вопросы:

- Как можно охарактеризовать Ваш тип Гостя?
- Как Гости вашего типа входят в ресторан?
- Как Гости вашего типа ведут себя за столом?

Приведите примеры из Вашей практики, иллюстрирующие поведение в ресторане Гостей Вашего типа.

Время на подготовку презентации - 10 минут.

Презентацию готовят все участники групп, а докладывает от каждой группы один участник. Выберите сами, кто будет представлять Вашу группу.

ПОСМОТРИТЕ ОТРЫВКИ ИЗ ФИЛЬМОВ. ПРОСМАТРИВАЯ ИХ, ВЫПОЛНИТЕ СЛЕДУЮЩЕЕ ЗАДАНИЕ:

- Определите, какой тип человека представлен в каждом из отрывков.
- Докажите правильность Вашего выбора примерами из отрывков фильма.

ОТРЫВОК	ТИП
1	
2	
3	

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТИПА С ПОМОЩЬЮ ТЕСТА

Для оценки собственного типа и типов других участников семинара проделайте следующее:

1. Определите тип с помощью анкеты, представленной на следующей странице. Тренер-преподаватель предоставит Вам ключ для расшифровки и подсчета очков.
2. Занесите результаты в Таблицу (см. ниже)
3. Сравните ваши результаты.
4. Обсудите их.

Имя _____ Дата _____

Из каждой группы четырех слов выберите одно, наиболее соответствующее выше
названному человеку.

спокойный аккуратный убежденный доброжелательный	рискует готов помочь сердечный и искренний осмотрительный	довольный импульсивный взыскательный действует независимо
уравновешенный точный счастливый и беззаботный	агрессивный доверчивый медленно принимает решения душа общества	быстро принимает решение любит новые идеи жизнерадостный готов делать одолжения
нервный		
смелый воодушевленный сговорчивый застенчивый и неуверенный	легок в общении организованный сильный в действии общительный	ориентированный на науку смелый, самоуверенный обаятельный верный
послушный суетливый не сдающийся новатор	дисциплинированный щедрый живой и веселый не сдается	советчик избегает конфронтацию упрямый привлекательный
может убедить других мягкий робкий может добиться своего	осмотрительный решительный убеждающий добродушный	энергичный старательный вдумчивый смешной и игривый
уверенный понимающий любит командовать принимает др. точки зрения	обеспокоенный популярный дружелюбный обстоятельный	предпочитает факты чувствам не любит соглашаться переживает за других эмоциональный
любит конкуренцию веселый тактичный методичный	разговорчивый небрежный решительный систематичный	любит повеселиться терпеливый прилежный независимый
сдержанный ходит быстро оптимист услужливый	“дипломат” смелый удовлетворенный экспрессивный	уважает других добрый не оказывает сопротивления уверенный и волевой

Таблица для занесения результатов анкеты

	Командир	Пионервожатый	Коллективист	Академик	Всего
Я					24
I человек					24
II человек					24
III человек					24

Совпали ли Ваши собственные представления о своем типе?

КОММЕНТАРИЙ

Небольшие расхождения вполне возможны. Значительные расхождения - повод задуматься, так ли мы воспринимаем самих себя и других. Очень часто люди со стороны нас видят по-другому, не так, как мы сами себя воспринимаем. Поэтому очень полезно увидеть себя глазами других.

Работа и приемы Продавца

Продавец или приемщик заказа?

Подумайте и ответьте на следующие вопросы:

- Как Вы понимаете, кто такой "продавец"?
- Как Вы понимаете, кто такой "приемщик заказа"?
- В чем разница между ними?

ВЫПОЛНИТЕ НЕСКОЛЬКО ЗАДАНИЙ ПО ТЕМЕ:

1. Прочтите приведенный ниже отрывок "Случаи из реальной жизни", взятый из книги Дж.Салливана "Сервис, который продает".
2. После прочтения отрывка ответьте на вопросы (см. ниже).
3. Время на прочтение - 15 минут.

Отрывок из книги Дж. Салливана "Сервис, который продает"

"Случаи из реальной жизни"

“После того как мы с моими товарищами по футбольной команде отпраздновали выход в первую лигу, я пошел в ресторан, который славился своими великолепными гамбургерами и ребрышками. Улыбающаяся официантка посмотрела мне в глаза и сказала: “Мне кажется, что Вы не отказались бы что-нибудь съесть!” “Вы правы, - ответил я. - Я бы хотел что-нибудь из Ваших гамбургеров со стейком. И пожалуйста, средней степени прожарки”.

“Вам нравится швейцарский сыр?” - кивнув, спросила она.

“Конечно”, - сказал я.

“А как насчет бекона с грибами? У нас Вы можете попробовать свежие жареные грибы в бургундском вине.”

“Да, это звучит великолепно!” - воскликнул я; поведение этой девушки начинало мне нравиться.

“Хорошо . . . сочный гамбургер со стейком . . . средней прожарки . . . мы добавим бекон, грибы в бургундском, сверху положим швейцарский сыр и будем жарить все это в бройлере до тех пор, пока сыр не расплавится. Листья салата, помидор и кружочек красного лука на нашей фирменной булочке. В нашем городе Вы не найдете лучшего гамбургера. Ну как, звучит хорошо?”

Хорошо? Должен признаться, что я уже видел этот горячий, сочный гамбургер с беконом и грибами, который на лопатке кладут в жаровню, и сыр уже начинает плавиться, аппетитно растекаясь! Хорошо??? Это звучало *великолепно!* Я закрыл меню и сказал официантке, что это *именно* то, что я и хотел. Но у нее была еще одна хорошая идея.

“Прекрасно, Вам осталось только попробовать наш фирменный чили соус домашнего приготовления. Каждый раз, откусив гамбургер, Вы можете окунать его в соус. Мы называем это “гамбургер на выброс”. Звучит не очень-то прилично, но он действительно хорош.”

“Да, звучит немного неприятно”, - сказал я.

“Я принесу Вам побольше салфеток.”

“По рукам”, - улыбнулся я.

“Может быть, еще порцию поджаристого и хрустящего картофеля фри вдогонку за гамбургером? Это будет немного подороже, но у нас лучший картофель фри во всем городе”, - сказала она, кивнув головой. Я согласился и попросил стакан воды.

“Perrier или фирменную воду?”

Я спросил, что такое фирменная вода.

“Из-под крана”, - ответила официантка, улыбаясь. Я выбрал Perrier. Все еще улыбаясь, она отошла от столика. Сам не зная почему, я тоже продолжал улыбаться.

Как распространяется реклама из уст в уста

Да, тот гамбургер был просто фантастическим! Он был сочным, восхитительным, его было приятно держать в руках. Я заплатил за него \$ 6.25 вместо \$ 3.95, но я мог бы отдать вдвое больше, учитывая то, как меня обслужили, какой трепет я при этом испытал и какой гамбургер мне

принесли. (Для официантки это тоже не прошло даром. Я оставил ей \$ 3 чаевых. Простой гамбургер за \$ 3.95 в общей сложности пошел по стоимости трех таких же!)

Но более того . . .

По возвращении на работу я рассказал о том, какой гамбургер мне довелось отведать, двум коллегам по работе, Тито и Джорджу. Я описал им его так же, как официантка в свое время описала мне его сама. Они решили сходить туда пообедать на следующий день. Официантка, которая меня обслуживала, применила на мне “сервис, который продает” и тем самым посредством моей ненавязчивой и “мягкой” рекламы привлекла двух новых клиентов в свой ресторан!

Как реклама из уст в уста терпит неудачу

В конце недели я вновь встретился со своими коллегами и спросил, как им понравился гамбургер.

“Ужасно”, - ответили они в унисон. Джордж был так раздражен, что напоминал поросенка с примерзшим ко льду хвостиком.

“Ради бога, скажи, что ты нашел в этом месте?” - спросил меня Тито. “Что ты имеешь в виду? - теперь настала моя очередь выразить удивление. - Разве Вам не предлагали знаменитый “гамбургер на выброс” с швейцарским сыром, беконом, гриб . . .?” Джордж не дал мне договорить.

“Нет, его не было в меню”, - проворчал он.

“Да, я знаю, - сказал я. - Официантка должна была Вам о нем рассказать.”

“Наша официантка нам ничего не сказала. Мы заказали гамбургеры из меню, и мы их получили, - сказал Тито. - Она ничего нам не предлагала. Я попробовал описать ей этот “гамбургер на выброс”. Я сказал: “Он также подается с грибами и швейцарским сыром.” “Это уже дополнительные ингредиенты!” - ответила она. Затем я сказал: “Может быть, у Вас есть Ваш фирменный соус Чили . . .”

“Я никак Вас не пойму! - ответила официантка. - Такого гамбургера у нас в меню нет” - и она уставилась на нас, как баран на новые ворота. Вдруг, словно очнувшись, она проговорила скороговоркой: “Я дам Вам еще

несколько минут, чтобы Вы смогли выбрать что-нибудь”, - и отправилась на кухню или в бар, или еще куда-то. В результате мы заказали обычный чизбургер и картофель фри. Хвала небесам, с этим она справилась.”
“Кстати, - добавил Джордж, - что же ты все-таки нашел в этой забегаловке?”

Правдивая история, а вот и ее мораль:

Блюда и напитки, поданные официантом, который умеет предлагать, всегда гораздо вкуснее, чем те, которые подаются официантом, умеющим только принимать заказ.

ВОПРОСЫ К ЗАДАНИЮ № 1

1. Что делала официантка в первой ситуации для того, чтобы продать больше? Назовите.
2. Как отреагировал Гость на подобное обслуживание? Приведите примеры из текста.
3. Почему во второй ситуации Гостю не понравилось, как его обслужили? Приведите примеры.
4. Как можно назвать модель работы 1 и 2 официанток их этих двух ситуаций приведенного отрывка из книги?

ПРОСМОТРИТЕ ОТРЫВОК ИЗ ФИЛЬМА

Ответьте на следующие вопросы по окончании просмотра:

1. Каким было обслуживание официантки?
2. Она продавала или принимала заказ? Приведите примеры.
3. Как реагировал Гость на подобное обслуживание?
4. Почему официантка работает по такой модели? В чем причина ее негативного отношения к Гостю?

ПОКАЗАТЕЛЬНЫЕ МОМЕНТЫ РАБОТЫ ПРИЁМЩИКА ЗАКАЗА

- Все время работает в состоянии запары.
- Всегда сталкивается с “дешевыми” посетителями.
- Использует фразу “Вы готовы заказывать?” вместо приветствия.
- Надеется когда-нибудь найти “настоящую работу”.
- Когда гости просят его описать то или иное блюдо/напиток из меню, на все вопросы автоматически отвечает: “Это хорошее блюдо/хороший напиток”.
- Если гость не может принять решение и сделать выбор, он пробубнит “Я дам Вам еще несколько минут, чтобы Вы могли выбрать” и уходит.
- Обычно ждет у стола, когда гости сделают заказ.
- Говорит: “Извините, у нас этого блюда/напитка сейчас нет”.
- Вынужден работать в два раза дольше остальных в дополнительные смены, поскольку ему необходимо обслужить очень много гостей, чтобы заработать приемлемые чаевые.
- Считает, что предложение и продажа сами по себе навязчивы.
- Обычно говорит: “Если бы мои гости хотели, они бы попросили меня принести им это!”.
- Считает, что если у гостей уже есть меню, пусть они его прочтут и выберут, что захотят.
- Боится, что посетитель будет преследовать его до конца жизни, если он предложит ему какую-либо закуску или вино.
- Следующим образом реагирует на повторяющиеся вопросы гостя: “Интересно, что бы на моем месте сделала бешеная собака в подобной ситуации?”
- Очень редко предлагает гостям свою помощь.

ПОКАЗАТЕЛЬНЫЕ МОМЕНТЫ РАБОТЫ ПОДАВЦА

- Зарабатывает деньги, при этом контролирует ситуацию и все, что делает.
- Предлагает и продает блюда/напитки любому гостю; получает чаевые от любого гостя.
- Осознает, что каждый пункт меню может приносить много прибыли, если применять технику продажи, основанной на предложении.
- Рекомендует гостям специальные блюда и напитки дня, задает им вопросы, чтобы узнать, что тот или иной гость желает съесть или выпить.
- Осознает, что может заработать ровно столько, сколько он может предложить. Ведь у чаевых официанта в отличие от его зарплаты нет “потолка”.
- Знает ингредиенты, технологию приготовления и цены любого блюда/напитка из меню.
- Контролирует время и скорость обслуживания своих столов.
- Показывает гостям меню закусок и рекомендует им хотя бы две закуски.

- Говорит: “Теперь Вы готовы к лучшей части трапезы . . . я имею в виду наши великолепные десерты. Творожный пирог с шоколадом просто превосходен, а пирог дня сегодня - наш пышный яблочный пирог с корицей . . .”
- Говорит: “Извините, у нас это блюдо уже закончилось; но есть нечто подобное и такое же вкусное, это . . .”
- Знает, что когда гость делает паузу, решая, какой выбрать десерт, ему следует напомнить, что к каждому десерту подаются две вилочки!
- Может заработать вдвое больше чаевых, чем официант, принимающий заказы, при обслуживании только половины того количества гостей, которых обслуживает последний. Работает умнее . . . а не усерднее.
- Знает, что предложить - это продать, а продать - это обслужить.
- Осознает, что гость может и не знать всех блюд и напитков, входящих в меню, поэтому предлагает те из них, которые больше всего подходят друг к другу и сочетание которых имеет незабываемый вкус.
- Не спеша “изучает” своих гостей, задавая вопросы и “прощупывая” их вкусы, а затем предлагает им то, что им бы понравилось.
- Предлагает блюда/напитки на выбор до того, как гость о чем-либо его спросит.

КАКИЕ ПЛЮСЫ В РАБОТЕ ПРОДАВЦА ВЫ ВИДИТЕ?

ВСЕГДА ЛИ ВЫ РАБОТАЕТЕ КАК "ПРОДАВЕЦ"?

РЕЗЮМЕ К ЗАДАНИЮ 1

Чем больше официант предлагает, подробно рассказывая о том или ином блюде/напитке, тем меньше сам гость будет вынужден расспрашивать о них. А чем меньше усилий затрачивают гости, тем лучше их впечатление о Вашем ресторане и тем больше их удовлетворение от обслуживания.

ОСНОВНЫЕ ПРИЕМЫ ПРОДАВЦА

Давайте познакомимся с основными приемами успешного продавца - работника в зале ресторана:

- **"ВЕДИТЕ" ГОСТЯ ПО МЕНЮ, ОПИРАЯСЬ НА ПЛАТИНОВОЕ ПРАВИЛО ОБСЛУЖИВАНИЯ ГОСТЕЙ.**
- **ИСПОЛЬЗУЙТЕ "КИВОК САЛЛИВАНА".**
- **ИСПОЛЬЗУЙТЕ «ЦЕПОЧКИ» ВО ВРЕМЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ БЛЮД И НАПИТКОВ.**
- **ЗАДАВАЙТЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ УЗНАТЬ О ПРЕДПОЧТЕНИЯХ ГОСТЯ («ЁЛОЧКА»).**
- **ПРЕДЛАГАЙТЕ В ПОЗИТИВНОЙ ФОРМЕ, БЕЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЧАСТИЦЫ «НЕ».**
- **ПРЕДЛАГАЯ, ИСПОЛЬЗУЙТЕ ИНСТРУМЕНТЫ «ПОДСТРОЙКИ» ПОД ГОСТЯ, ХАРАКТЕРНЫЕ СЛОВА ГОСТЯ. ЭТО ПОМОЖЕТ ВАМ УСТАНОВИТЬ КОНТАКТ/ВЗАИМОПОНИМАНИЕ С НИМ. НАБЛЮДАЙТЕ ЗА ГОСТЕМ: СКОРОСТЬЮ ЕГО РЕЧИ, ОБЪЕМОМ ЖЕСТОВ, ЗРИТЕЛЬНОГО КОНТАКТА, ПОЗОЙ.**
- **НЕ СТОИТ ПЕРЕЧИСЛЯТЬ ВСЕ МЕНЮ. ПРЕДЛОЖИТЕ НА ВЫБОР 2 КОНКРЕТНЫХ БЛЮДА ИЛИ НАПИТКА.**
- **ИСПОЛЬЗУЙТЕ «ПРИНЦИП ШТИРЛИЦА».**
- **АЛЬТЕРНАТИВНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ.**
- **УВАЖАЙТЕ ЧУВСТВА И МНЕНИЕ ГОСТЯ. ПРИ ОТКАЗЕ ГОСТЯ ОТ КАКОГО-ЛИБО БЛЮДА, НЕ НАСТАИВАЙТЕ. НЕ ОСПАРИВАЙТЕ МНЕНИЕ ГОСТЯ. ПРАВО ГОСТЯ – ИМЕТЬ СОБСТВЕННЫЕ ВКУСЫ И ПРИСТРАСТΙΑ.**
- **КРАСОЧНО ОПИСЫВАЙТЕ БЛЮДА.**
- **ОСТОРОЖНО ИСПОЛЬЗУЙТЕ УМЕНЬШИТЕЛЬНО-ЛАСКАТЕЛЬНЫЕ СУФФИКСЫ.**
- **ИСПОЛЬЗУЙТЕ В ПОМОЩЬ ПОДРУЧНЫЕ СРЕДСТВА.**
- **ПОХВАЛИТЕ ВЫБОР ГОСТЯ.**
- **ЧУВСТВУЙТЕ СЕБЯ НА СТОРОНЕ ГОСТЯ.**
- **БУДЬТЕ УВЕРЕНЫ В УСПЕХЕ И ВЫ ЕГО ДОБЬЕТЕСЬ!**

Меню в вашем ресторане разбито по разделам.

- **Как вы думаете, для чего это сделано?**

Это сделано для удобства Ваших Гостей. Чтобы им было легче ориентироваться и в итоге проще выбирать блюда и напитки. Так воспользуйтесь этим и став для Гостя гидом, вооружившись «платиновым правилом», помогите сделать выбор.

- **Предлагайте меню Гостям всегда в развёрнутом виде, на странице напитков.**

Если в вашем ресторане есть отдельное меню напитков, открывайте его на странице с теми напитками, которые являются профильными для вашего заведения (коктейли, пиво, водка).

Открытое меню означает вашу открытость перед Гостями. Этим самым вы показываете своё гостеприимство. Кроме того, открытое меню – хороший рекламный трюк, для продажи ваших замечательных коктейлей (пива, водки и т.д.).

Попробуйте, и вы увидите, как легко будет начать разговор с Гостем о его заказе.

Например:

Начнём с напитков? Вы предпочитаете вкусный и прохладный коктейль (кружку пива, рюмочку водочки) или наш фирменный квас (сок, минералку)?

«КИВОК САЛЛИВАНА».

Этот психологический приём заключается в следующем:

Рекомендуя блюда или напитки, кивайте головой.

Когда вы киваете, тем самым вы, воздействуя на подсознательном уровне, на вашего Гостя, наводите его на мысль о желании попробовать именно этот напиток или блюдо.

«ЦЕПОЧКИ»

Приём принятия заказа у Гостя, когда официант предлагает блюдо или напиток, «цепляясь» за предыдущий выбор Гостя. Например:

- Возьмите кружку холодного пива «Балтика».

- Спасибо, с удовольствием.

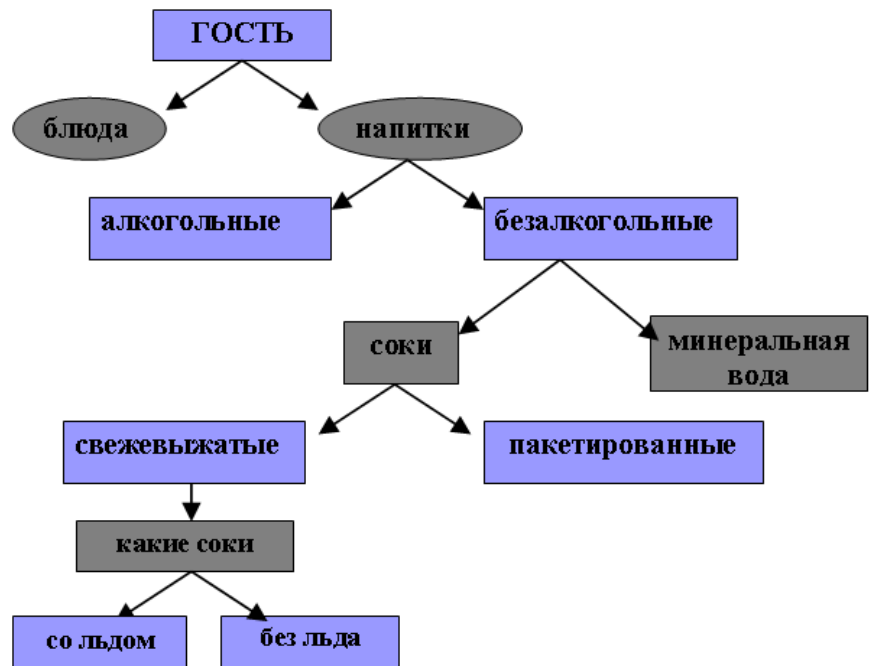
- А к холодной кружке пива отлично подойдут жареные крылышки Баффало, с хрустящей корочкой и острым соусом Баффало.

- Здорово. Беру.

- И между нами говоря, крылышки Баффало гораздо вкуснее со свежим сельдереем.

ПРИЕМ «ЕЛОЧКА»

Это модель принятия заказа у Гостя, одна из разновидностей «цепочки». Это модель принятия заказа у Гостя, когда официант, задавая вопросы, ведет Гостя по меню, определяя вкус Гостя, его предпочтения в блюдах и напитках.



ИСКЛЮЧИТЕ ЧАСТИЦУ «НЕ»

Частица «Не» является частицей отрицания. Используя эту частицу человек, как правило, отказывается от чего-то. И в нашем подсознании она ассоциируется с чем-то негативным. А теперь представим эту частицу в вопросе. Задумайтесь о вашей первой реакции на вопрос:

- А не хотите ли...?

- Нет, не хочу!

Так зачем же заранее настраивать Гостя на отрицание, отказ от Вашего предложения. Вопрос: *Может быть кружечку холодного пива?* Да ещё сдобренный «кивком Салливана», и вы увидите – Гость не сможет устоять.

Посмотрите отрывок из фильма «Шоколад». После просмотра отрывка ответьте на вопросы:

- **Что делала героиня фильма, чтобы расположить к себе покупателя (ее действия)?**
- **Как это делала героиня (речь, мимика, интонация, жесты)?**

Отвечая на вопросы используйте «Советы официанту-продавцу» в Ваших Рабочих тетрадях.

Инструменты подстройки под Гостя:

- **говорите на языке Гостя**
- **используйте тот темп речи, который приемлем для Гостя**
- **употребляйте те слова, которыми пользуется сам Гость**
- **«подстраивайтесь» под тот уровень громкости, который комфортен для Гостя**
- **«отражайте» поведение Гостя**
- **Будьте внимательны!**

Эти инструменты подстройки позволяют наладить более тесный контакт с Гостем, не нарушая его личного пространства.

НЕ ПЕРЕЧИСЛЯЙТЕ ВСЁ МЕНЮ

Не стоит перечислять все меню. Предложите на выбор несколько конкретных блюд или напитков.

Даже если вам очень хочется показать Гостю всё обилие вашего предложения, или процитировать блестящую память, перечислив навек заученной скороговоркой всё меню, от корки до корки, уверяю вас – это излишне. Ничего, кроме «расстрела» Гостя вы не добьётесь. Только потратите время.

Гораздо эффективней, да и пожалуй эффектней, предложить Гостю на выбор несколько блюд, естественно предварительно изучив его вкусы.

«Очень рекомендую Вам» или «Возьмите, не пожалеете» или «Гости обожают его (это блюдо)» или «Наше фирменное» или ... (включите Вашу фантазию!).

«ПРИНЦИП ШТИРЛИЦА»

Вспомните фильм «Семнадцать мгновений весны», тот момент, когда Штандартенфюрер СС Штирлиц рассуждает на тему человеческой памяти. Он утверждает что человек, чаще всего, из беседы запоминает первое и последнее. А ещё вспомните длинную и неинтересную лекцию. Что вам в ней запомнилось, то как с вами поздоровались и представились, и момент окончания лекции и прощание преподавателя.

Так же и с Гостем в ресторане, он выделит первое и последнее из всего вами сказанного. Поэтому, если вам необходимо продать какое-то конкретное блюдо или напиток, начните перечисление с него и описание то же начните с него, этим Вы расставите правильные акценты для Гостя.

Это приём используется для повышения продаж блюд и напитков с истекающим сроком годности или плохо продающихся позиций. Это те блюда и напитки, которые необходимо продать срочно.

Вот пример использования этого приёма:

У вас «зависли» креветки. Необходимо срочно продавать блюда с креветками. Креветки – это морепродукт, поэтому и наш предлагаемый ряд будет состоять исключительно из морепродуктов:

-Из морепродуктов я могу вам предложить обжаренные креветки, кольца кальмаров и морской гребешок. Креветки панируются и обжариваются до золотистой корочки, подаются с нежным картофельным пюре взбитым с соусом Бешамель, а в качестве гарнира присутствуют ароматные овощи, слегка обжаренные на гриле...

В большинстве случаев после описания креветок никаких усилий с вашей стороны больше не потребуется. Гость с удовольствием отведаёт это блюдо.

В том случае, если в вашем заведении креветки – это единственное блюдо из морепродуктов, то возможно в качестве альтернативного ряда предлагать рыбу.

АЛЬТЕРНАТИВНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Бывают в ресторане моменты, когда на кухне отсутствует какое-либо блюдо – это называется стоп-лист. Да и к тому же Гости, как назло, норовят заказать именно это, отсутствующее блюдо. Приходится говорить что «к сожалению этого блюда нет».

А теперь попробуйте представить себя на месте Гостя в ресторане. Вы приехали пообедать. Всю дорогу до ресторана вы представляли себе сочный, нежный, изумительный стейк из говядины. Глотая слюну, вы в фантазиях уже клали, сдобренный в ароматном мясном соусе, кусочек стейка в рот. Вот вы входите в ресторан, с нетерпением занимаете столик, подходит официант, вы с предвкушением заказываете свой замечательно-вкусный-великолепно-сочный-стейк – и вдруг «БАЦ»:

«К сожалению, вынужден вас огорчить, стейки уже закончились» (извиняющееся лицо официанта и ваша сползшая физиономия)

А в большинстве случаев: «Стейков НЕТ» (непроницаемо-кислое лицо официанта и светящиеся буквы слова «НЕТ» в глазах у Вас)

Вечер испорчен. А ведь можно сделать совсем по-другому. Вместо отказа Гостю в блюде, предложите альтернативный вариант:

- Дело в том, что стейки будут чуть попозже, зато я вам могу предложить попробовать не менее вкусные свиные отбивные. Два больших сочных, тающих во рту, куска свинины, обжаренных на гриле до нежной корочки, с рассыпчатым картофелем и свежей, ароматной кинзой.

НИКОГДА НЕ ОСПАРИВАЙТЕ МНЕНИЕ ГОСТЯ

Гость – человек, который приносит деньги вашему заведению. И уже одно это делает его мнение законом. Слишком навязчивое предложение какого-либо блюда наведёт его на мысль о некачественности предложения.

Если Гость рассуждает на какую-то тему, а вам кажется что подобные рассуждения полный бред или рассуждения дилетанта – подождите презрительно фыркать и отпичивая нижнюю губу доказывать Гостю что он профан. Может это ваши знания не верны или устарели. А даже если Гость действительно не разбирается в предмете рассуждений, не торопитесь выставлять его посмешищем. Если вам не терпится показать свои знания и компетентность, по-тихоньку, не привлекая внимания других, в двух словах укажите ему на не точности, и то с оговоркой что у вас есть иные данные по теме рассуждения. Запомните

КАЖДЫЙ ЧЕЛОВЕК ДОРОЖИТ СВОИМ МНЕНИЕМ. И РЕСТОРАН НЕ МЕСТО ДЛЯ ПЕРЕВОСПИТАНИЯ И НЕ ИНСТИТУТ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ.

КРАСОЧНОЕ ОПИСАНИЕ

Задание 2

1. **Посмотрите отрывок из фильма «Город Ангелов».**
2. **Ответьте на вопросы (см. ниже).**

ВОПРОСЫ К ЗАДАНИЮ 2:

- Что такое "красочное описание"?
- Что такое описательные прилагательные? Приведите примеры.
- Каким образом Вы предлагаете блюда Гостям?

Как мы видели выше, люди по-разному проявляют себя, и мы выделили четыре типа Гостей. Это одна из классификаций. Но люди по-разному также воспринимают информацию. Поэтому для разных людей нужно по-разному описывать блюда, используя разные описательные прилагательные. Чтобы различать людей, по-разному воспринимающих информацию, используют такую классификацию: визуал, аудиал, кинестетик.

РАЗЛИЧИЯ В ВОСПРИЯТИИ ОПИСАТЕЛЬНЫХ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ:

Визуал сконцентрирован на зрительном восприятии информации - поэтому ему необходимо зрительно представить блюдо, а значит Вам необходимо использовать в качестве описательных прилагательных такие, которые помогут ему это сделать.

Аудиалу, воспринимающему лучше информацию на слух, достаточно услышать Ваше описание, Поэтому Вам необходимо использовать такие описательные прилагательные, которые помогут аудиалу представить блюдо на слух.

Кинестетик имеет восприятие, основанное на вкусовых ощущениях. Поэтому, описывая блюдо для кинестетика, постарайтесь использовать такие описательные прилагательные, которые помогут ему представить блюдо на вкус.

НО, ОБЩАЯСЬ С ГОСТЕМ, МЫ НЕ МОЖЕМ ЧЕТКО ОПРЕДЕЛИТЬ К КАКОЙ КАТЕГОРИИ ОН ОТНОСИТСЯ, ПОЭТОМУ СЛЕДУЕТ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ОПИСАТЕЛЬНЫЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫЕ РАЗНЫХ ОКРАСОК.

"КРАСОЧНОЕ ОПИСАНИЕ" НА ПРАКТИКЕ

Познакомьтесь с некоторыми приемами красочного описания:

- на что обращать внимание при описании блюда или напитков
- какие слова использовать (например, "вкусные слова").

Ответьте на вопрос, подробно охарактеризовав каждый из пяти приведенных ниже параметров

Каким образом нужно описывать блюдо, чтобы добиться результата: Гость доволен (и Вы не в накладе)?

1. Привлекательность/ преимущества

2. Ценность

3. Вкусовые особенности

4. Ингредиенты и способы их приготовления

5. Дополнительные ингредиенты и гарниры

Руководство по “созданию у гостей зрительных образов” Джима Салливана (Или слова, помогающие продавать!)

Блюда

Слегка обваленный в сухарях
Бьющий через край, переполненный
Пользуется настоящим успехом
Немного пряный, но не острый
Огромная порция
Обмакни и съешь
С пылу, с жару
Необыкновенный
Лучший выбор
Обжаренный
Слегка высушенный, опаленный
Правильно выдержанный
Запеченный в меде
Сильно зажаренный
Натуральный
Новый
Любимый
Для одного много, а для . . . в самый раз
Наши гости обожают это блюдо
Сварено на пару в пиве
Такой свежий, как будто только что из океана
Домашний
Невероятный
Обсыпанный (чем-либо)
Рассыпчатый
Легендарный
Свежий
Фаршированный
Пузырящийся расплавленный сыр
Его весело есть вместе
Всегда свежий (каждый день)
Большого размера
Свежий
Отмечен наградами
Сильно фаршированный
С золотисто-коричневой корочкой
Маринованный

Охлажденный
Известный
Оригинальный
Аппетитный
Обязательно оставьте место для . . .
Традиционный рецепт
Смоченный лимонным соком
Такой холодный, что даже инеем отдает
Жирный
Острый, резкий (вкус, запах)
Хрустящий

Пиво

Холодное как лед
Нетерпкое
Бодрящее (живительное)
Кружка ледяного пива
Легенькое
Фирменное
Популярное

Напитки

Свежий фруктовый сок
Замороженный
Смешанный вручную
Известный
Свежевыжатый
Фирменный
Тропический
Густой
Огромный

Вино

Сухое
Марочное
Выдержанное
Изысканное
Импортируемое
Крепкое
Полусухое
Нетерпкое

ВЫПОЛНИТЕ ЗАДАНИЕ 3 ПО ТЕМЕ:

1. Составьте красочное описание предложенного блюда для определенного типа гостей.

Ваше блюдо _____

Ваш гость _____

2. Представьте результаты Вашей подгруппы остальным участникам семинара.

УМЕНЬШИТЕЛЬНО-ЛАСКАТЕЛЬНЫЕ СУФФИКСЫ

Принимая заказ, описывая блюда и напитки, повторяя заказ, не злоупотребляйте уменьшительно-ласкательными суффиксами. Ваши слова очень легко рисуются в воображении Гостя, гораздо легче, чем вам кажется. Если вы, описывая большую тарелку супа будете произносить слово «супчик», Гость представит себе небольшую тарелочку и не рассчитает свои силы. «Кусочек мяса» - это маленький кусок, а вовсе не огромный кусок стейка.

НИКОГДА НЕ ПРИБЕГАЙТЕ К УМЕНЬШЕНИЮ БЕЗ НАДОБНОСТИ.

Забудьте слова: «супчик», «салатик», «кружечка», «стаканчик».

ПОДРУЧНЫЕ СРЕДСТВА

Во время красочного описания блюд очень эффективно использовать любые подручные средства, которые помогут проиллюстрировать описываемые блюда и напитки. Это могут быть:

- Рекламные материалы, стоящие на столе;
- Картинки в меню;
- Блюда, которые проносят мимо официанты;
- Пустые бокалы и тарелки;

ПОХВАЛИТЕ ВЫБОР ГОСТЯ

После того, как Гость сделал свой выбор, остановив его на каком-то блюде – обязательно похвалите его выбор.

-Итак, вы остановились на «свинных рёбрах» - отличный выбор, это самое популярное блюдо в нашем ресторане.

Подобная похвала убедит Гостя в правильности выбора. Но это не главное. Когда вы хвалите выбор Гостя, у него возникает чувство гордости за оценку его правильных действий со стороны эксперта (а Гость ведь априори считает вас экспертом). Помимо гордости Гость также испытывает к вам чувство благодарности. И когда в конце трапезы вы предложите Гостю десерт, он влекомый благодарностью с охотой примет ваше предложение.

Таким образом, можно смело говорить о том, что похвала выбора Гостя является заделом на будущие продажи!

ЧУВСТВУЙТЕ СЕБЯ НА СТОРОНЕ ГОСТЯ

Вы и Гость находитесь по одну «сторону баррикад». Вы Хозяин в ресторане, а он ваш Гость. Не стоит предлагать Гостю много блюд, если вам кажется, что все их он не осилит. Прямо скажите ему о своей неуверенности.

Если Гость возьмёт много блюд и не сможет все их съесть, винить в ошибке выбора он будет вас и будет прав. Вы гораздо лучше ориентируетесь в разновидности блюд и размере порций.

То же самое касается крепких спиртных напитков. Предупреждайте Гостей о коварстве коктейлей и следствии их употребления. Помните:

ГЛАВНОЕ, НЕ КОЛИЧЕСТВО ДЕНЕГ ОСТАВЛЕННЫХ ГОСТЕМ ЗА ОДНО ПОСЕЩЕНИЕ, А ТО, ЧТО ОН БУДЕТ ПРИХОДИТЬ К НАМ СНОВА И СНОВА

Эффективное предложение

НЕНАВЯЗЧИВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Ответьте на следующие вопросы и запишите Ваши ответы:

Что такое ненавязчивое предложение?

Что такое "впаривание"?

Какая форма работы более эффективна? Почему? Обоснуйте.

КАК НУЖНО И КАК НЕЛЬЗЯ ВЕСТИ СЕБЯ С ГОСТЯМИ РАЗНЫХ ТИПОВ

Тип гостя	Нужно	Нельзя
Академик	<ul style="list-style-type: none"> • располагать фактами • быть организованным • быть логичным • быть аналитичным • быть лидером 	<ul style="list-style-type: none"> • быть неподготовленным • быть фамильярным
Командир	<ul style="list-style-type: none"> • слушать • быть позитивным • смотреть в глаза • соглашаться • оказывать уважение 	<ul style="list-style-type: none"> • не соглашаться • брать контроль на себя • перебивать • быть нерешительным • говорить «НО»
Пионервожатый	<ul style="list-style-type: none"> • слушать • быть общительным • говорить комплименты • улыбаться • быть дружелюбным 	<ul style="list-style-type: none"> • быть лидером • игнорировать • быть формальным
Коллективист	<ul style="list-style-type: none"> • быть открытым • исполнять свою работу как член команды • говорить медленно/мягко 	<ul style="list-style-type: none"> • торопить • говорить неправду • быть рациональным

ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПРОДАЖИ

- время предложения (когда предлагать) - Вы будете по-разному и разное предлагать Гостю в зависимости от того, в какое время это будет происходить, т.е., Гость только сел за стол, или Гость уже поел, или Гость хочет расплатиться и т.д.
- что предлагать - это может быть само предложение, т.е., блюда, напитки, но может быть дополнительная информация и т.д.
- как предлагать - в какой форме мы делаем наше предложение Гостю, т.е., используемые слова, красочное описание, перечисление и т.д..

ВЫПОЛНИТЕ СЛЕДУЮЩЕЕ ЗАДАНИЕ:

В режиме мозговой атаки составьте список имеющихся в Вашем распоряжении возможностей для продажи, учитывая что, когда и как мы предлагаем нашему Гостю.

Запишите самые полезные и интересные идеи.

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6. _____

ИСПОЛЬЗУЙТЕ «ИСКУССТВО ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ»

Если на каком-либо этапе, Гости отказались от Вашего предложения, или Вы забыли им что-либо предложить, не теряйтесь и в зависимости от ситуации предложите попозже что-то еще или ...

Например, компания на начальном этапе, заказала только спиртные напитки, отказалась от закусок. Позже предложите еще раз закуски - алкоголь стимулирует аппетит!

Или такой вариант: Вы приняли заказ на горячее и забыли предложить закуски. Можно, например, предложить Гостям: *«Я только что передал Ваш заказ на кухню. Сейчас, чтобы скоротать время ожидания, попробуйте наши замечательные закуски, я рекомендую ____ или ____»*

НЕ ПОКИДАЙТЕ ТОНУЩИЙ КОРАБЛЬ!!!

Ищите **возможности** для предложения, а значит для продажи (т.е., для большего количества денег в Вашем кармане).

*Например, Гость, заказавший на аперитив стакан сока, получив свое горячее блюдо (стакан сока уже выпит!), наверняка, не откажется еще от напитков. Не упускайте эту замечательную возможность предложить что-либо из напитков, продемонстрировать свое внимание к гостю, предугадать желание Гостя, и в конечном итоге, добиться **успеха** в ресторанном бизнесе!!!*

Решение конфликтных ситуаций

Как вести себя в конфликтной ситуации с Гостем? И какой результат разрешения конфликтной ситуации должен быть для работника зала самым главным?

ЦЕЛЬ: ГОСТЬ ДОЛЖЕН ОСТАТЬСЯ ДОВОЛЕН.

Вспомните, сколько гостей возвращаются, если они были довольны решением их проблемы.

Что такое по-Вашему конфликт? Может ли конфликт быть нам полезен?

Конфликт - это возможность узнать о наших недоработках и улучшить работу как всего ресторана в целом, так и каждого сотрудника в отдельности.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПОВЕДЕНИЯ В КОНФЛИКТНОЙ СИТУАЦИИ.

- Не принимайте жалобы на свой счет!
- Присоединяйтесь к реальности Гостя!

Присоединение – это восприятие человека в его собственном мире, уважая при этом его взгляды.

Мы предлагаем Вам воспользоваться правилом «**LAST**», которое непременно поможет Вам при решении конфликтной ситуации:

ПРАВИЛО LAST:

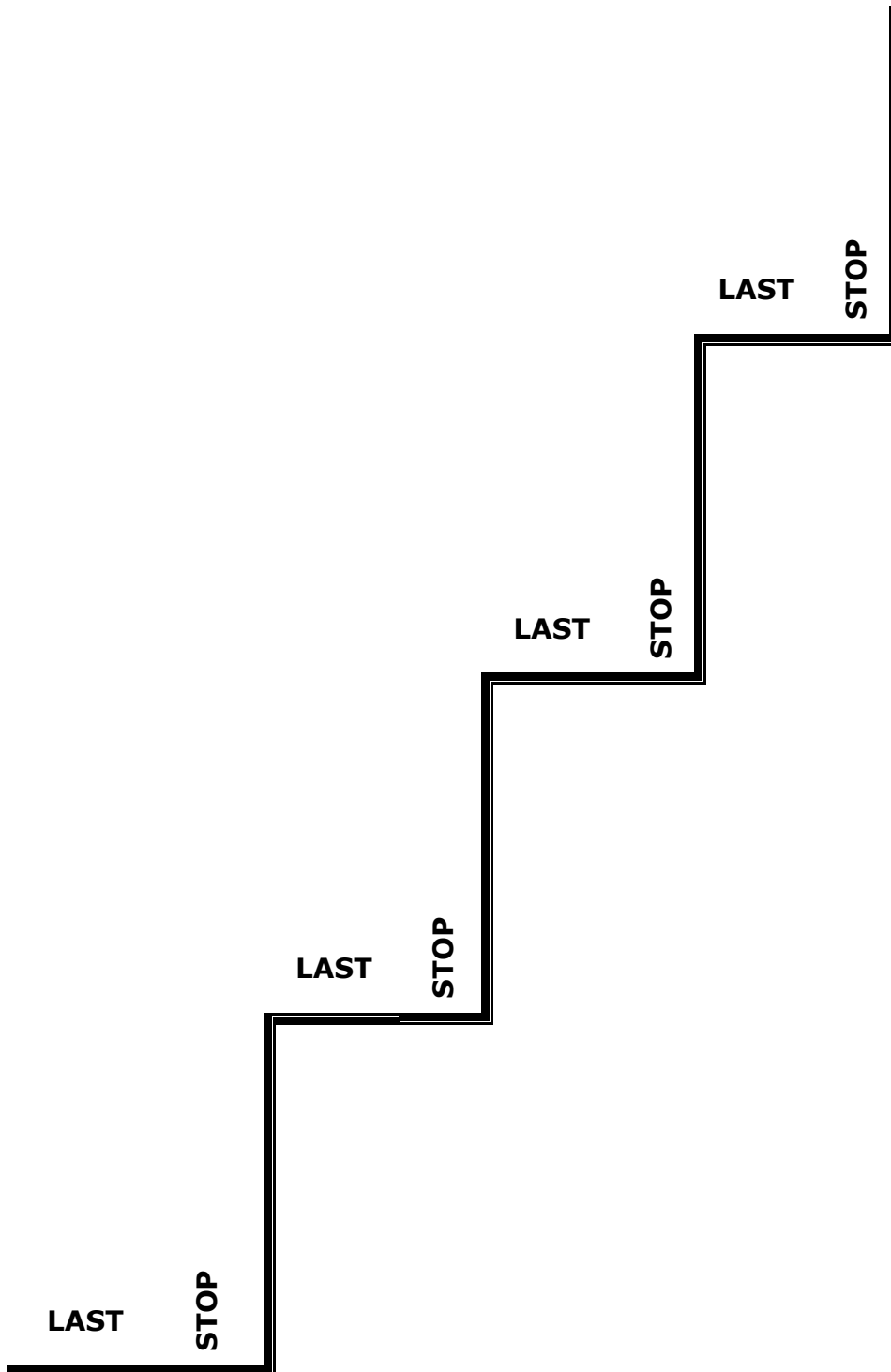
L (listen) – выслушайте Гостя

A (apologize) – извинитесь

S (solve) – решите проблему

T (thank) – поблагодарите Гостя.

ЛЕСТНИЦА ПОЭТАПНОГО РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ:



СПОСОБЫ СЛУШАНИЯ

Используйте следующие способы слушания, которые очень эффективны при решении конфликтных ситуаций:

- выяснение
- перефразирование
- резюмирование.

Помните о цели разбора жалоб, и это поможет Вам удачно решить проблему.

ПРОСМОТРИТЕ ОТРЫВОК ИЗ ФИЛЬМА И ПО ОКОНЧАНИИ ПРОСМОТРА ОТВЕЬТЕ НА ВОПРОСЫ:

- Назовите, какие шаги можно было бы предпринять для того, чтобы избежать конфликта с героем фильма?
- Какие выводы для себя Вы сделали из просмотренного сюжета? Какими рекомендациями поведения в конфликтной ситуации Вы воспользуетесь на своем рабочем месте?

Основные правила обслуживания

ЧЕТЫРЕ ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ

1. **Смотрите на своего гостя:** Когда вы смотрите на гостя, то вы не просто принимаете заказ, а слушаете его. Внимательно слушая гостя, вы всегда правильно примете заказ. Вы можете очень многое узнать посредством языка жестов и телодвижений.
2. **Улыбайтесь гостям:** улыбка улучшает настроение гостя и ваше самочувствие. Когда вы хорошо себя чувствуете, то лучше выполняете свою работу.
3. **Разговаривайте с вашими гостями:** вы должны не просто принимать заказ, а предлагать гостям блюда, предоставляя им выбор. Вы никогда не узнаете, чего хочет ваш гость, если не будете задавать вопросы.
4. **Благодарите ваших гостей:** Будьте искренни. Гость ценит вежливость, и это отразится на ваших чаевых. Слово “Спасибо”, написанное на клочке бумаге, - ничего не значит.

МАСКА СОТРУДНИКА

Сотрудники, одевая «маску», теряют свою индивидуальность.

Личные качества играют важную роль, так как мы подчеркиваем, что к нашим Гостям нужно относиться как к Гостям в своем собственном доме. Гости наших ресторанов надеются, что, надев униформу, сотрудники не потеряют свою индивидуальность. Положительные эмоции всегда заразительны.

Высококласное обслуживание Гостей станет еще лучше, если будет поддерживаться сотрудниками, любящими свое дело. Если им доставляет удовольствие то, что они делают, Гости тоже будут довольны!

+0,-

Успех или неудача ресторана определяется в моменты нашего общения с Гостями. Гости покидают наши рестораны с определенным впечатлением. Мы считаем, что их впечатления можно подразделить на три категории: плюс, ноль и минус.

Единственным приемлемым для нашего гостя является впечатление ПЛЮС. Положительные впечатления нашего Гостя превосходят его ожидания. НОЛЬ ставит нас на один уровень с другими ресторанами, и отрицательное впечатление приносит отрицательные отзывы о нас.

ПРАВИЛО ПРИЗНАНИЯ ГОСТЯ.

Цель правила – всегда брать на себя гостей без сопровождения, когда они находятся в пределах 1,5-3 метров от вас.

Ниже приведены некоторые предложения по применению правила на практике.

1. **Признание гостя.** Когда гость приближается к Вам на расстояние 3-х метров, прекратите все свои дела и посмотрите на него. Это продемонстрирует Гостю то, что вы знаете о его приходе и сможете помочь ему.

2. **Предложите Гостю любую помощь, какую вы только в силах оказать**, а если Гость продолжает направляться к вам и приближается на расстояние 1,5 метров, приветствуйте его и предложите свою помощь.
3. **Реагируйте на просьбы и вопросы Гостя.** Если у Гостя возник вопрос, и вы не знаете, как на него ответить, заверьте его, что вы поможете ему и выясните, как быть дальше.
4. **Попрощайтесь с гостем.** В то время как Гость покидает ресторан, попрощайтесь с ним соответствующим образом и продолжайте заниматься своими обязанностями.

ЭТАПЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ГОСТЯ.

1 этап: Приветствие гостя, Принятие заказа на напитки, закуски, салаты, супы

2 этап: Принятие заказа на основные блюда

3 этап: Принятие заказа на десерты, чай, кофе, диджестивы, прощание с гостем

СДЕЛАЙТЕ ЭТО СЕЙЧАС

Задание №1

Обслужите гостя по 1 (либо 2-му, либо 3-му) этапу при условии что вам необходимо:

- Продать: _____
- Использовать приёмы продаж: _____
- Учесть тип гостя: _____

Задание №2

Обслужите гостя по всему циклу обслуживания, при условии что вам необходимо:

Организация работы на позиции

Отличная организация работы на позиции включает в себя общее состояние наблюдения за гостями и проактивного отношения к ним. Нет магической формулы для организации работы на позиции, но есть несколько принципов и приемов, позволяющих вам избежать ненужных действий. У разных гостей разные запросы...но все они ждут исключительного обслуживания

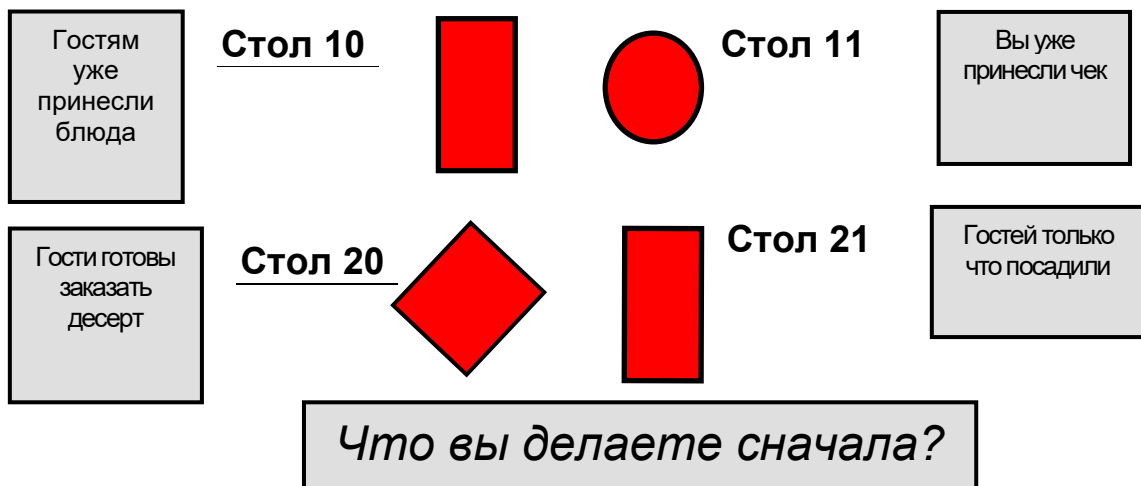
- “Работайте разумнее, а не больше”.**
- Объединяйте свои действия и шаги, обслуживая несколько столов.**
- Сначала делайте то, что делается быстро.**
- Делайте то, что нужно, но не будьте навязчивыми.** В начале или в середине обслуживания, когда напиток у гостя выпит уже наполовину, действуйте, предложите еще один. Когда вы видите пустую тарелку, которая точно уже не будет нужна, убирайте ее, не прерывая беседы гостей, чтобы спросить разрешения.
- Ваше понятие о временных стандартах может отличаться от мнения Гостя.** Если вы чувствуете, что вы при всех ваших усилиях не укладываетесь во временные стандарты, просите о помощи. Никогда не входите в компромисс по отношению к одному гостю в ущерб другому. **Вы на 100% заняты и время проходит быстро – 5 минут могут показаться двумя.** Когда Вы отсутствуете на своей позиции даже минуту или две, для Гостя они покажутся «вечностью», если ему от вас что-то срочно нужно.
- Продажа посредством предложения как часть работы на позиции.** Неся десерт на один стол, покрутитесь около другого стола, чтобы другие гости увидели, как аппетитно это выглядит и тоже захотели его заказать. Вы просто “работаете мудрее, а не больше!”

ОБСЛУЖИВАНИЕ БОЛЕЕ ОДНОГО СТОЛА

НАЧИНАЙТЕ ДУМАТЬ О СВОЕЙ ПОЗИЦИИ КАК ОБ ОДНОМ БОЛЬШОМ СТОЛЕ.

Пойдете ли вы к столу чтобы спросить одного Гостя о том, что ему нужно, узнаете, чтобы это ни было и принесете Гостю, потом спросите второго Гостя о том, что нужно ему и так по отношению ко всем Гостям за столом? Скорее всего, нет. Обычно не обслуживают всех гостей сидящих за одним столом отдельно по очереди, а всех вместе, как группу.

Думайте о своей позиции как об одном большом столе. С опытом вы будете делать меньше движений, не суетиться, а продумывать, как эффективно организовать свою работу.



По этому сценарию, начните с того, на что требуется меньше всего времени:

Стол 10: Только что им принесли блюда. Можно не подходить к столу в течение 3-х минут, потом сделать check back.

Стол 21: Гости только что сели. Остановитесь поприветствовать гостей и представиться, посоветуйте подумать насчет закуски, например, Карпаччо из говядины и порекомендуйте напитки.

Стол 11: Гостям принесен чек. Остановитесь посмотреть, можете ли вы забрать чек на оплату и спросить не нужно ли что-нибудь еще.

Стол 20: Гости готовы заказать десерт. Предложите гостям десерты на выбор, красочно их опишите и примите заказ.

Стол 21: Вернитесь, чтобы принять заказ на напитки и возможно, уже и на закуски.

- Теперь, когда вы уделили внимание каждому из своих столов, вы знаете, что нужно делать и что нужно Гостям. Лучше запишите, что нужно, чтобы быть уверенным, что вы ничего не забудете.
- Введите текущие заказы в компьютер.
- Сходите на Сервис бар за напитками.
- Сходите на кухню, если заказали, например, экстра-соусы.
- Вернитесь на позицию и проверьте, что происходит на позиции.

Стол 21: Принесите Гостям напитки.

Стол 11: Принесите слип и кредитную карту или сдачу и закрытый чек, поблагодарите Гостей и пригласите их снова прийти в ресторан.

Стол 20: Принесите десерты.

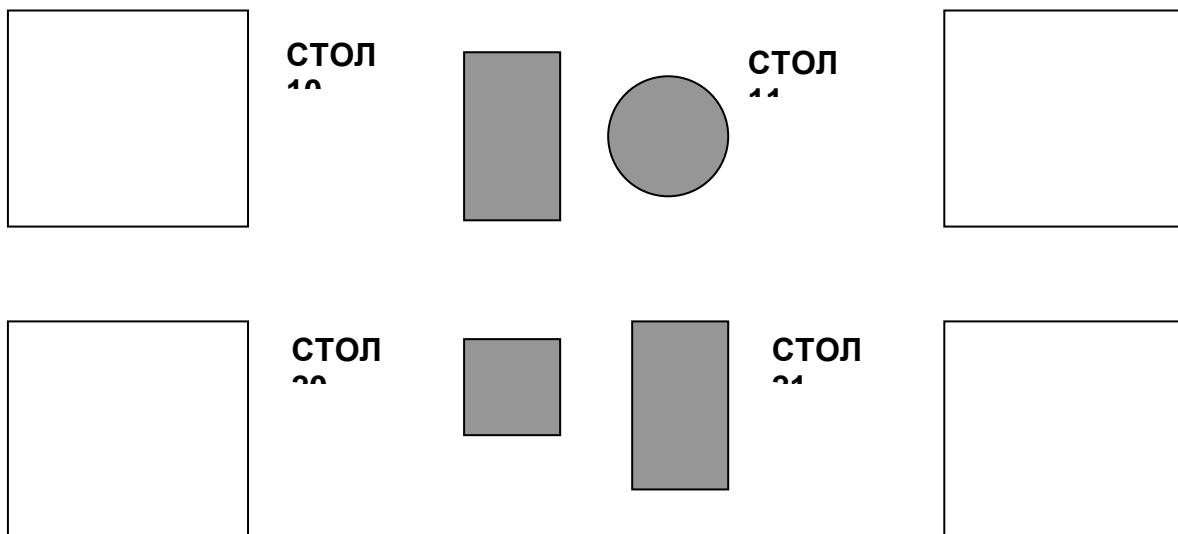
Стол 10: Осмотрите стол; предложите, если можно, еще напитки и уберите со стола лишние предметы (пустые тарелки, грязные салфетки, и т.д.)

7 ПРИОРИТЕТОВ В РАБОТЕ ОФИЦИАНТОВ

Для того чтобы проще было ориентироваться в расстановке приоритетов во время работы на позиции, всё вышеперечисленное было сведено в алгоритм, который назвали 7 приоритетов работы официанта. Этот алгоритм выглядит следующим образом:

1. Подойдите к гостю требующему внимания
2. Рассчитайте гостя
3. Перекройте стол
4. Сделайте «руки» на напитки и блюда своим столам, Check back, Secondary service, Prebussing, Refill
5. Сделайте «руки» на напитки и блюда на столы других официантов
6. Сделайте свои вторичные обязанности
7. Помощь всем

СДЕЛАЙТЕ ЭТО СЕЙЧАС



Расставьте правильно приоритеты обслуживания 4-х столов

Стол

Стол

Стол

Очень часто в ресторан приходят большие компании гостей, по 10 человек и больше. Обслуживание подобных столов носит некоторые специфические моменты.

Когда вы обслуживаете стол, за которым находятся 10 или более гостей следуйте следующим правилам:

1. Обязательно спросите у гостей будет у них один счёт или отдельные счета. Это позволит вам избежать лишних хлопот при процессе расчёта.
2. Пронумеруйте всех гостей в своём блокноте и записывайте заказ каждого гостя отдельно под присвоенной ему цифрой. Это позволит вам предотвратить ошибки при отдаче блюд гостям. Также такая схематичная запись очень пригодится вам если гости попросят отдельный счёт.
3. Предлагайте напитки кувшинами. В этом случае вы повысите выручку ресторана и сократите время обслуживания данного стола.
4. Предлагайте одинаковые блюда. В этом случае поварам будет гораздо проще отдать весь заказ одновременно.
5. Пробивайте сначала напитки и закуски, а лишь затем основные блюда. Это сократит время ожидания гостей. Если гость заказывает одновременно и закуску или салат и основное блюдо поинтересуйтесь что принести в начале. Если есть гости которые не будут есть закуски, они должны получить свои блюда вместе с теми кто заказал закуски.
6. Очень важно чтобы все гости за столом получили свои блюда одновременно. Поэтому забирать блюда с кухни необходимо одновременно. В этом вам поможет работа в команде с другими официантами. Попросите помочь вам столько официантов, сколько потребуется для появления всех заказанных блюд одновременно на столе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проверьте, как Вы усвоили изученное на семинаре, ответив на вопросы:

- Какие типы Гостей Вы знаете?
- Назовите основные отличия продавца от приемщика заказа?
- Что такое "красочное описание"?
- Какие приемы продавца Вы знаете? Назовите.
- Существует ли различие между "впариванием" и ненавязчивым предложением? Обоснуйте.