

## **Jak uzyskać większą sprzedaż w restauracji?**

Umiejętności sprzedażowe to jedna z ważniejszych kompetencji, jakich oczekujemy od obsługi, którą zatrudniamy w restauracjach. Według obserwacji Rafała Pasenika, szkoleniowca branży gastronomicznej, temat sprzedaży obejmuje trzy obszary: utraconą sprzedaż, przekonania oraz brak wytyczonych celów. Jak możemy rozwiązać te problemy?

### **Utracona sprzedaż**

Zjawisko to występuje w miejscach, w których nie istnieją połączone z aktywną sprzedażą procedury obsługi Gości. Procedury, obok polityki firmy oraz zatrudnionego personelu, to najważniejszy filar każdej organizacji. Obsługujący kelner bez wiedzy produktowej staje się niewiarygodny dla Gości, co w konsekwencji przekłada się na brak zamówień lub ich ograniczenie.

Zbyt ogólny manual obsługowy (lub co gorsza jego brak) powoduje, że kelnerzy pracują według swoich pomysłów i koncepcji. Te natomiast – niesprawdzone i często nieprofesjonalne – będą oznaczać znacznie słabszą jakość obsługi.

Znane powiedzenie mówi, że jeszcze nikt nie urodził się z tacą w ręce. Dlatego właśnie – by zatrzymać utraconą sprzedaż należy zacząć od edukowania swojego personelu. Absolutną podstawą jest znajomość karty menu, oferty napoi, win czy alkoholi mocnych. Im wyższy poziom szczegółów – tym lepiej dla restauracji i samego kelnera.

Rafał Pasenik zachęca Klientów, by podczas odprawy proponowali kelnerom testy wiedzy. Jak twierdzi: „Zadawanie pytań podobnych do tych, które zadają Goście podczas serwisu, znacznie poszerza wiedzę kelnerów, ale także wpływa na ich elastyczność i pewność siebie w trakcie obsługi realnego Gościa.” Następnym etapem jest rozwój na podstawie przygotowanych wcześniej standardów obsługi Gości z elementami aktywnej sprzedaży, w tym prawidłowego rekomendowania, stosowania odpowiednich pytań czy dopasowania serwisu do typu Gościa. Załóżmy, że Gość zamawia tylko jedno danie - burgera. Kelner powinien zastosować techniki upsellingu: „na burgera będzie Pan czekał około 20 minut. Proponuję - na czas oczekiwania - zamówić smalec z domowym chlebem – w naszej karcie występuje w wersji klasycznej oraz wegetariańskiej. Co Pan na to?”

Takie zachowanie ze strony personelu jest wyrazem gościnności, jednocześnie tworząc dodatkową sprzedaż. Cyfry mówią same za siebie. Powiedzmy, że taka przystawka generuje dwadzieścia złotych przychodu. 20 zł x 20 osób/stołów da nam 400 zł dziennie, 12 000 miesięcznie i aż 144 000 rocznie.

### **Przekonania**

Jak mówi Rafał Pasenik: „Kiedy rozpoczynam pracę z nowym Klientem zawsze pytam zespół: dlaczego Waszym zdaniem warto sprzedawać? Jakie są płynące ze sprzedaży korzyści? Pojawiają się tu różne odpowiedzi. Odsiewając te typowe, jak wyższy obrót, zadowolony szef, premie czy rotacja towaru, często dochodzimy do przekonania, że sprzedaż to gościnność. Pracując z zespołem, który potrafi wysnuć takie wnioski mam większą szansę edukowania kelnerów i przejścia na wyższy poziom sprzedaży.

Dzielę się z nimi przykładami, opartymi na doświadczeniach każdego z nich – choćby szukając odpowiedzi na pytanie: dlaczego pytasz odwiedzających cię w domu znajomych czego się napiją? Przecież jest to dokładne odzwierciedlenie sytuacji w restauracji! Z tą różnicą, że w restauracji Goście muszą za te napoje zapłacić. Powód jest jednak ten sam – chcemy sprawić Gościom przyjemność, zapewnić przyjemne orzeźwienie i ugasić pragnienie.

Oczywiście – potrzeba czasu, cierpliwości i regularnego przypominania, by móc to zrozumieć i zmienić przekonanie, że sprzedaż to „wciskanie”. Kiedy jednak polecenie stanie się nawykiem - jako element gościnności i dbania o Gości - wówczas sprzedaż szybuje w górę.

### **Brak celu**

Jakżeż prawdziwe jest zdanie: „Jeśli pracujesz bez celu - to tak, jakbyś grał w piłkę bez bramek”. To słynne targety, cele, kejpiaje, konkursy czy premie od sprzedaży powodują, że zespół bardziej się angażuje. Rolą liderów jest natomiast opracować taki system, który zostanie dopasowany do zespołu i będzie skutecznie angażował obsługę. Jedni wolą konkursy sprzedażowe, inni premie wypłacane raz na kwartał, a jeszcze inni wyższą stawkę za godzinę – oczywiście przy osiągnięciu odpowiedniego obrotu.

Każdy z tych elementów można stosować wymiennie, można je łączyć albo szukać innych, motywujących obsługę rozwiązań. Kluczowe jest to, by w polityce firmy uwzględnić gotowość właścicieli do dzielenia się nadwyżkami z zespołem. Skoro dzięki sprzedaży mamy wyższe przychody - warto również podziękować za to zaangażowanie pracownikom, którzy zrealizowali indywidualne cele. Pracujemy razem, natomiast kasą dzielimy się według obiektywnych zasług. „Po równo” wcale nie musi oznaczać tego, co „po tyle samo”.

Jeśli chciałbyś, by Twoi kelnerzy poznali tajniki dodatkowej sprzedaży – zarówno w zakresie rekomendacji, jak i dopasowania napoi do dań czy rozszerzania zamówienia – rozważ skorzystanie z kursu w formie lekcji wideo, który został opracowany przez firmę H&R System – lidera na rynku szkoleń dla kelnerów. Gastrolekcje – bo taka jest jego nazwa – zawierają moduły, dotyczące kompleksowej obsługi kelnerskiej, ale także zasady savoir-vivre, postępowanie w trudnych sytuacjach czy wdrożenie do zagadnień sprzedażowych. Zapraszamy na [www.gastrolekcje.pl](http://www.gastrolekcje.pl)

**Gastrolekcje – intensywny kurs kelnerski video** to platforma, która za pomocą ciekawego kursu wideo dostarcza kelnerom wiedzę na temat podstaw sztuki obsługi gości w restauracji. To materiały przygotowane z myślą o obecnych, ale i nowych pracownikach, którzy po przejściu kilkugodzinnego szkolenia z krótkimi filmami sytuacyjnymi, pokazującymi codzienną pracę kelnerów, są gotowi do obsługi gości na sali. Jest to autorskie narzędzie, przygotowane przez firmę **H&R System – lidera szkoleń dla gastronomii**. Na czele firmy stoi doskonale znany w branży HoReCa **Rafał Pasenik**. Z usług H&R System skorzystały setki firm, co poskutkowało tysiącami gruntownie przeszkolonych pracowników. Poznaj aktualną ofertę **Gastrolekcji** na [www.gastrolekcje.pl](http://www.gastrolekcje.pl), zadzwoń tel. 507 726 059 lub napisz [biuro@gastrolekcje.pl](mailto:biuro@gastrolekcje.pl)

Tagi: Gastrolekcje, HR System, Rafał Pasenik, kelner, gastronomia, restauracja, szkolenia

#tagi: #gastrolekcje #hrsystem #kelner #gastronomia #restauracja