

Επενδύστε... στην εκπαίδευση!

Ιδιαίτερα σε περιόδους δύσκολες όπως αυτές που διágουμε τώρα, το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που σας δίνει ένα άψογα εκπαιδευμένο και πρόθυμο να προσφέρει προσωπικό, είναι σ' αλήθεια ανεκτίμητο...



Εμπέλια:
Εύα Τούνα

Εάν ρωτήσετε μια ομάδα κερικών εσπατορίων ποιος θεωρούν ως το Νο1 παράγοντα στη βαθμολόγηση μιας επιχείρησης εστίασης μην εκπλαγείτε αν σας πουν το φαγητό. Για την ακρίβεια μπορούν ακόμη και να παραβλέψουν το κακό ή αδιόφορο service όταν το φαγητό είναι εξαιρετικό. Για τους πελάτες, ωστόσο, κάτι τέτοιο θα ήταν η εξαίρεση, όχι ο κανόνας. Ο μέσος καταναλωτής, κατά γενική ομολογία, εκτιμά τη συνολική εμπειρία της εξέδου του, για να αξιολογήσει αν τα χρήματά του έπιασαν ή όχι τόσο. Το να παρέχετε σήμερα "αξιόπρεπες services" δεν αρκεί για να σας προσφέρει "ανταγωνιστικό πλεονέκτημα", αφού αυτό σημαίνει πως ο πελάτης πήρε απλά αυτό που περίμενε. Το "αξιοσημείωτο service" είναι αυτό που θα κάνει τη διαφορά. Δεν είναι απλά ικανοποιητικό, εκπληρώσει ευχάριστα τον πελάτη και ξεπερνά τις προσδοκίες του. Και για να μην υπάρχουν παρερμηνείες, διευκρινίζουμε πως δεν μπορείτε να πετύχετε μια τέτοιου επιπέδου εξυπηρέτηση, χωρίς σεργιάνι... αστερία.



Τέλειο service: Διαδικασία που εξελίσσεται ασταμάτητα

Παρόλο που η "ικανοποίηση του πελάτη" είναι συνήθως μέρος ενός συνολικού στρατηγικού σχεδίου, μόνο λίγοι επιχειρηματίες που βλέπουν "μυροστά" την έχουν κάνει Νο1 προτεραιότητα. Πολλοί σφασά και είχαν την πρόθεση, αλλά δυσκολεύτηκαν να την κάνουν μέρος της κουλτούρας του εσπατορίου τους και τα... παράτησαν. Τα "προγράμματα εκπαίδευσης" έχουν αρχή, μέση και τέλος. Αντίθετα η "διαδικασία εξέλιξης του service" γίνεται κομμάτι της προσωπικότητας ενός εσπατορίου. Για να επιτευχθεί αυτό πρέπει να αναμειχθούν

υπάλληλοι όλων των επιπέδων. Γι' αυτό βασική προϋπόθεση είναι να "επενδύσει" μία επιχείρηση στους υπαλλήλους της, καθώς βρίσκονται στην πρώτη γραμμή επικοινωνίας με τους πελάτες της. Οι περισσότερες διαδικασίες εκπαίδευσης γίνονται να δίνουν έμφαση στις "προϊόν" και όχι στην "εξυπηρέτηση", κυρίως με την έννοια του σταθερού αποτελέσματος των πιάτων και του ελέγχου κόστους. Ουσία, όταν αυτές οι αρχές μεταφέρονται στο service, το αποτέλεσμα ποτέ δεν αναντά στις βασικές ανάγκες των πελατών. Γιατί, επειδή συχνά εστιάζουμε το ενδιαφέρον μας στα να κρατήσουμε χαμηλά τα κόστη και παραβλέπουμε τα "θέλω" του πελάτη. Το πρόβλημα είναι πως όταν αντιμετωπίζετε κανείς την εξυπηρέτηση ως τμήμα του ελέγχου κόστους, αρχίζει να σκεφτείται για παράδειγμα πως αν "κινείσει" το δείπνο ή κρασάκι κάτι επιπλέον εκτός δελτίου παραγγελίας, θα ξεφύγει από τον προβλεπόμενο έλεγχο, οπότε διαδίδει να προσφέρει στον πελάτη του αυτό που τελικά θα τον κάνει να επιστρέψει στην επιχείρηση. Σε μια τέτοια περίπτω-

αν αφήσετε το κόστος να επηρεάσει την απόφασή σας, θα λειτουργήσει ως βάρος της δουλειάς σας.

Μία από τις προκλήσεις της παροχής ανώτερης εξυπηρέτησης είναι πως οι περιστάσεις συχνά απαιτούν να παρεκκλίνει κανείς από την εφαρμογή τυπικών οδηγιών. Χρειάζεστε μία διαδικασία που να επιταχύνει την εμπειρική εκμάθηση. Στην αρχή, θα κάνετε λάθη. Αν μείνετε συνεπείς στο όραμα της εξυπηρέτησης και αγκαλιάζετε το προσωπικό σε μία διαδικασία διαρκούς εκμάθησης και βελτίωσης, τα λάθη (ιδιαίτερα τα κοστοβόρα λάθη) θα είναι λιγότερα και σύντομα θα αποτελούν ανάμνηση.

Νικήστε τον ανταγωνισμό

Σκεφτείτε το πακέτο "εξυπηρέτηση" σε δύο φάσεις. Η πρώτη παρέχει ποιοτικό φαγητό, σωστά τηματολογημένο, επαρκώς σερβιρισμένο σε ένα καθαρό και ελκυστικό περιβάλλον. Αυτά θεωρούνται δεδομένα και δεν σας δίνουν μπόνους. Η δεύτερη φάση περιλαμβάνει εκείνα που παρέχετε πάνω και πέρα από τα αναμενόμενα και σας βοηθούν να κάνετε τη διαφορά. Μερικά παραδείγματα κινήσεων που ενισχύουν την ποιότητα του service είναι πιάτα με υπογραφή, άρπες υπηρεσίες διανομής, ειδική μεταχείριση παιδιών ή ηλικιωμένων. Τέτοιες παροχές προσφέρουν "προστιθέμενη αξία" στην επιχείρησή σας. ■



Καλός σερβιτόρος.

Γεννιέται ή γίνεται;

Σύμφωνα με τους περισσότερους συμβούλους στον τομέα διοίκησης εστιατορικών επιχειρήσεων, η εμπειρία ενός υποψήφιου υπαλλήλου στο service θα πρέπει να έπεται κατά την αξιολόγησή του έναντι άλλων προτερημάτων του όπως ο ενθουσιασμός, η αφοσίωση και η προθυμία του να ικανοποιήσει τον πελάτη. Η προσωπικότητα κάποιων ανθρώπων αποτελεί το σημαντικότερο πλεονέκτημά τους στο να κερδίσουν μια θέση στην ομάδα ενός εστιατορίου. Ένας σερβιτόρος με χαρακτήρα εξωστρεφή, κοινωνικός, αλλά ταυτόχρονα ευγενικός και πρόθυμος να βοηθήσει, μπορεί να αποδειχτεί πολύ πιο χρήσιμος και αποδοτικός από κάποιον άλλον με τη διπλάσια εμπειρία, αλλά πολύ λιγότερο ενθουσιασμό. Αφού βέβαια γίνει η σωστή επιλογή, είναι πάντοτε καθήκον του εργοδότη να εκπαιδεύσει επαρκώς και κατάλληλα τον νεοπροσληφθέντα.

Οι παροχές που προσφέρετε πάνω και πέρα από τις αναμενόμενες είναι τελικά εκείνες που σας βοηθούν να κάνετε τη διαφορά!