

Ευζητήστε το!
Η σωστή καθημερινή επικοινωνία μπορεί να αυξήσει την παραγωγικότητα σε όλους τους τομείς του εστιατορίου σας!

Επιμέλεια:
Έβα Τούνα

Ολο παραδέχονται πόσο σημαντική είναι η καθημερινή επικοινωνία σε ένα εστιατόριο. Για τη σημασία τού να επικοινωνεί το προσωπικό ουσιαστικά και αποτελεσματικά, όμως, δεν γίνεται συνήθως ιδιαίτερη μνεία. Όταν αναφέρεστε στα λάθη τους οι υπάλληλοι τείνουν να σας ακούν. Όταν τους υποτιμάτε, όμως, απλώς θυμώνουν. Τα κυριώδη meetings πριν από την έναρξη της βάρδιας μπορεί να εκκροιάσουν ένα ολόκληρο σύστημα εξυπηρέτησης. Αντίθετα, η σωστή επικοινωνία εξασφαλίζει την κερδοφορία της επιχείρησης και διατηρεί αναλλοίωτο το ηθικό όλων. Οπότε, τι πρέπει να περιλαμβάνει καθημερινά η επικοινωνία;

Επικοινωνία δύο φάσεων

Πολλοί διακρίνουν τη σωστή επικοινωνία σε δύο κατηγορίες: σε εκείνη που διεξάγεται σε επίπεδο διοίκησης από βάρδια σε βάρδια και σε εκείνη που αφορά τους υπαλλήλους και μόνον αυτούς. Ένας μάνατζερ πρέπει να έχει ένα ημερολόγιο, στο οποίο να καταγράφει τι συνέβη κατά την προηγούμενη βάρδια, ώστε να μπορεί εκείνος που αναλαμβάνει στη συνέχεια να βλέπει τι έχει καταγραφεί και να το συζητούν μαζί. Στο συγκεκριμένο τεράδιο μπορούν να σημειώνονται μικροζητήματα της επιχείρησης, όπως "τι συνέβη με το φαγητό ή τον εξοπλισμό; Ποιος εμφανίστηκε; Ποιος δεν ήρθε; Ποια ήταν τα προβλήματα των ανθρώπων; Τι πήγε στραβά; Πού υπάρχει πλεόνασμα;"

Τέλος στα μακρόσυρτα meetings

Δεν χρειάζεται να μιλά κανείς καθημερινά για πράγματα όπως τα σχέδια αύξησης της κερδοφορίας, τα στοιχεία εσόδων κ.ε.εξόδων, τα ναύμερα που πρέπει να κυνηγήσουν όλοι. Αυτά συζητούνται μια φορά το μήνα. Από εκεί και πέρα, η διάρκεια της καθημερινής καθορισμένης συνάντησης διαφέρει από εκείνη που αφορά την επιχείρηση. Μερικές φορές, πέντε λεπτά, μια καλή κουβέντα ή μια προτροπή αρκούν. "Παιδιά, ας έχουμε όλα μια καλή μέρα κι ας ξεκινήσουμε τη δουλειά μας καλά οργανωμένοι". Μερικές φορές μπορεί να φτάσει το ένα τέταρτο της ώρας: "Έχουμε ένα νέο μενού που θέλουμε να λανσάρουμε, οπότε πρέπει να συζητήσουμε το τι χρειάζεται να γίνει..." Αντίστοιχα, είναι πιθανό τα καθημερινά meetings σε μερικά luxury εστιατόρια να διαρκούν ακόμη και 30 λεπτά.

Συνάντηση, βήμα-βήμα

Υπάρχουν 3 πράγματα που ένας υπεύθυνος εστιατορίου θα έπρεπε να κάνει πάντοτε στη διάρκεια αυτών των συναντήσεων (τα λεγόμενα τρία Α). Με δυο λόγια να: **Αναγνωρίζει τη συμβολή του καθένα:** "Έκανες καλή δουλειά την προηγούμενη εβδομάδα. Άνοιξη εξυπηρέτηση χτες το βράδυ. Πολύ καλές πωλήσεις προχτές. Καθάρισες τέλεια την κουζίνα". **Ανταμείβει τις καλές προσοχές:** "Οι πωλήσεις ανέβηκαν την προηγούμενη εβδομάδα, τα κέρδη μας αυξήθηκαν, ορίστε ένα μισό ευρώ για σένα. Πάρε ένα χρηματικό ποσό, ένα πεπ-

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΗΣΤΕ... ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΣΑΣ



ένα δώρο", (σιδηήποτε σε γενικές γραμμές, μπορεί να δίνει ένας προϊστάμενος σαν ανταμοιβή στο προσωπικό του).

Αναφέρει συχνά τους κοινούς στόχους: "Αυτό πρέπει να κάνουμε σήμερα. Ποιοι είναι οι στόχοι της εβδομάδας;"

Αυτά είναι τα βασικά πράγματα που πρέπει να κάνει ένας υπεύθυνος που έχει στο επίκεντρο της επιχείρησης το ανθρώπινο δυναμικό του. Μερικές φορές πρέπει να εστιάζει την προσοχή όλων στο στόχο, άλλες να επαινεί όσους πρέπει και να εμπυκλώνει τους υπόλοιπους. Πάντα, όμως, η κοινή συνισταμένη είναι αυτή: Αναγνωρίζει, ανταμείβει, αναφέρει. Αυτό δεν αλλάζει.

Τι είναι κακή επικοινωνία;

Η καλή επικοινωνία είναι σύντομη, θετική και ανθρωποκεντρική. "Η κακή επικοινωνία είναι μονοσήμαντη: "Εγώ είμαι το αφεντικό, εμένα θα ακούτε". Απειλές, φόβος. "Ο δικός μου τρόπος ή σίπι σου". Αυτό είναι ο ορισμός της κακής επικοινωνίας. Μια άλλη μορφή κακής επικοινωνίας είναι το να διασπείρεις ως μάνατζερ φημολογίες θέλοντας να διατηρείς τους υφισταμένους σου σε καθεστώς ανασφάλειας ή φόβου: Το να μιλάς για



τον επιχειρηματία και την επιχείρηση με τους υπαλλήλους είναι σαν να παίζεις μπούμερανγκ: επιστρέφει εναντίον σου και τις περισσότερες φορές με πολύ αρνητικές συνέπειες. Επιπλέον, συχνά έχει τα ακριβώς αντίθετα αποτελέσματα, αφού ενδεχομένως να συσπειρώνει το προσωπικό εναντίον της διοίκησης. Σε κάθε περίπτωση είναι μία τακτική που μόνο αρνητικά αποτελέσματα μπορεί να διασφαλίσει...

Προσφέρετε επαρκή ενημέρωση

Όλοι θέλουν να γνωρίζουν πώς τα πήγαν την προηγούμενη μέρα σε όρους επίτευξης στόχων πωλήσεων. Ένα λάθος που πολλοί μάνατζερ κάνουν είναι πως δεν μοιράζονται αρκετή και επαρκή πληροφορία με τους ανθρώπους τους. Αυτό δεν επιτρέπει στους εργαζομένους να συνειδητοποιήσουν το ότι τελικά η απόδοσή τους κάνει τη διαφορά.

Όταν ένας εργαζόμενος πηγαίνει καθημερινά για δουλειά και ποτέ δεν τον βοηθά ο υπεύθυνος να αντιληφθεί αν έχει μείνει ικανοποιημένος με την απόδοσή του, είναι δύσκολο να δουλεύει με το ίδιο πάθος. Γι' αυτό και η αναγνώριση της συμμετοχής του καθένα ξεχωριστά στην κατάκτηση του κοινού στόχου της αύξησης κερδοφορίας της επιχείρησης είναι πολύ σημα-

Είναι δύσκολο για έναν εργαζόμενο να αποδίδει με το ίδιο πάθος, όταν ο υπεύθυνος δεν τον βοηθά ποτέ να αντιληφθεί αν εκεί μειώνει ικανοποιημένα με την απόδοσή του

ντικό. Οι καλοί μάνατζερ και οι καλοί ιδιοκτήτες αστυούν με διάθεση ενθάρρυνσης το προσωπικό τους για κάθε πρόβλημα που μπορεί να προέκυψε στη διάρκεια της προηγούμενης ημέρας: "Φαίνεται πως ήμασταν λίγο αργόι κτες στο σέρβις. Τι πήγε στραβά. Πώς μπορούμε να βελτιωθούμε; Μπορούμε να διακεκριτούμε τη ροή της σόλας καλύτερα;" Αντίστοιχα, οφείλουν να θέτουν συγκεκριμένους στόχους σε όλο το προσωπικό για την επόμενη μέρα. Η ποιότητα φαγητού και υπηρεσιών σε ένα εστιατόριο εξασφαλίζει κατά το ήμισυ μόνο την επιτυχία της επιχείρησης. Το άλλο 50% της επιτυχίας οφείλεται αποκλειστικά στην ποιότητα των σχέσεων που διαμορφώνεται. Και οι σχέσεις δεν διαμορφώνονται μόνο ανάμεσα στο προσωπικό και τους πελάτες. Είναι κρίσιμο πόσο πηγαίνουν καθιερωμένα για δουλειά και δεν έχουν σ' αλήθεια κοινή ιδέα για το πώς συμβάλουν στην επιτυχία του εστιατορίου. Είναι κρίσιμος ένας καλός μάνατζερ να το επικοινωνήσει αυτό.

των McDonald's. Ποια είναι τα κρώματα του Παναθηναϊκού; Πώς τα ζέρετε; Από την επαναλαμβανόμενη έκθεση. Η σύνθεση συγκεκριμένων χρωμάτων με εταιρείες και αθλητικές ομάδες σχετά συχνά γίνεται μέρος της συνειδησίας σας. Αντίστοιχα τα σημειώματα που καθοδηγούν τους υπαλλήλους να πλύνουν τα χέρια τους ή να ακολουθούν άλλες διαδικασίες μπορεί να αφήνουν ένα μακράς διαρκείας αποτύπωμα στο υποσυνείδητο. Ιδίως όταν ομαδοποιούνται ως "κανόνες" με βάση ένα συγκεκριμένο κρώμα του πόσι που αναγράφονται. Αυτό δουλεύει. Ωστόσο, κρώμα ή έναγ κίνδυνο. Υστερα από λίγο, κάθε σήμα γίνεται μέρος του τοίκου. Οι άνθρωποι δεν το βλέπουν πια. Αντίθετα, αλλάζοντας το περιεχόμενο ή την διάθεση σε ένα πίνακα αναρτήσεων, τα πάντα παίρνουν άλλη μορφή. Αυτό που αξίζει να γνωρίζετε επίσης είναι ότι σύμφωνα με τους ειδικούς οι περισσότεροι άνθρωποι κυρίως να το συνειδητοποιούν, κινούνται ένακοι αν δεν κάνουν αυτό που τους λέει το σημάδιμα.



Συμπυκνωμένη σοφία

5 tips ΓΙΑ ΝΑ ΠΡΩΘΗΣΕΙ ΚΑΝΕΙΣ ΤΗΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

▶ ΑΝΟΙΞΤΕ ΤΑ ΒΙΒΛΙΑ.

Οι ειδικοί λένε πως οι εστιάτορες πρέπει να ανοίγουν τα βιβλία στο προσωπικό τους και να το κάνουν κοινό και στα προβλήματα, αλλά και τη βελτίωση των οικονομικών της επιχείρησης.

▶ ΚΑΝΤΕ ΤΟ ΠΑΙΧΝΙΔΙ ΜΕΡΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.

Ανοίξτε στην τύχη το μενού και επιλέξτε τυχαία έναν κωδικό. Ρωτήστε κάποιες πληροφορίες για το συγκεκριμένο προϊόν και θέστε επίσης και μια μικρή πρόκληση της ημέρας. Όποιος πουλήσει περισσότερα τεμάχια από τον κωδικό, θα πάρει ένα μικρό μπόνους.

▶ ΑΠΛΟΣ ΠΗΓΑΙΝΕΤΕ ΣΠΙΤΙ.

Τα καθημερινά meetings δεν θα πρέπει να πραγματοποιούνται ΣΕ ΚΑΜΙΑ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ στο τέλος της βάρδιας. Ο άνθρωπος απλώς δεν ακούει. Στο τέλος της βάρδιας δεν θα μπορούσαν να ενδιαφέρονται λιγότερο για, ό,τι λέτε. Είναι σαν ζυμ, έτοιμα να φύγουν. Είναι τόσο κουρασμένοι που ένα λεπτό της ώρας τους μοιάζει με τέταρτο.

▶ ΔΙΑΤΗΡΕΙΤΕ ΤΟΝ ΠΙΝΑΚΑ ΑΝΑΡΤΗΣΕΩΝ ΠΑΝΤΑ ΕΜΠΕΡΩΜΕΝΟ.

Για να εμπεδώσει στο προσωπικό στον πίνακα απ' το να εξαφανιστούν, ενημερωθέντες τακτικά, ώστε το περιεχόμενο να είναι πάντα διαφωτιστικό. Επίσης, αναρτάτε εβδομαδιαίους στόχους και αποτελέσματα.

▶ ΕΥΧΡΕΙΣΤΕ ΤΙΣ ΕΚΣΕΙΣ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΠΙΝΑΚΑ.

Υπάρχουν μηνύματα που δίνουν κίνητρο στον εργαζόμενο να τα διαβάσει. Δεν είναι απαραίτητο να αναρτάτε μόνο ό,τι αφορά τη δουλειά. Μπορείτε να περιλαμβάνετε και κάποιες άλλου είδους ενθαρρύνσεις. Για παράδειγμα, το να γνωρίζετε τα γενέθλια του προσωπικού και να του λέτε ένα κρόνια πολλά ή να του δίνετε ένα δώρο, τα κινητοποιούν όσο τίποτε. Αναρτάτε τα γενέθλια του καθένα στον πίνακα ώστε να κοινοποιούνται σε όλο το προσωπικό συμφύγοντας τις μεταξύ τους σχέσεις στην επιχείρηση. Όπως είπαμε και παραπάνω, το ήμισυ της επιτυχίας ενός εστιατορίου είναι η ποιότητα των σχέσεων που διαμορφώνει.



Επικοινωνία, προϋπόθεση για επιτυχία

Η καθημερινή επικοινωνία είναι το πιο σημαντικό πράγμα επειδή αποτελεί για πολλούς "προπόνηση πωλήσεων". Πριν από την έναρξη της βάρδιας πολλοί μάνατζερ συμμετέχουν σ' αυτό που αποκαλούν "κράση κοινής γραμμής". Συγκεντρώνουν όλο το προσωπικό, τους σερβιτόρους, τους μουσικητές κ.λπ. και παρουσιάζουν τις σπουδαιότητες της ημέρας. Έπειτα κάνουν μια παρουσίαση των κρισίων που συνδράζονται ιδανικά με τα συγκεκριμένα πιάτα, με το σκεπτικό ότι όσο περισσότερη γνώση δίνεις στους υπαλλήλους σου, τόσο καλύτερα θα αποδώσουν στη δουλειά τους.

Η σημασία του πίνακα αναρτήσεων

Ενώ κάποιος πιστεύει ότι το να αναρτούν σημειώματα σε έναν πίνακα ανακοινώσεων είναι κάπως κρόνια, άλλοι το βλέπουν σαν απαραίτητο μέρος της καθημερινής επικοινωνίας. Σας λέμε λοιπόν εγγυημένα πως δεν είναι κάπως κρόνια. Το προσωπικό τα βλέπει. Η επαναλαμβανόμενη έκθεση τα κάνει μέρος του υποσυνείδητου. Και μπορεί κανείς να το αποδείξει με δύο καλά παραδείγματα: Ποια είναι τα κρώματα όμοια καταπέδη