



Hoe
tevreden
gasten voor
meer omzet
zorgen

Meer verkopen op een gastvrije manier

Voorafje

Onze sector beschikt over een aantal unieke troeven: beleving en gastvrijheid.

Onze horecasector beschikt over een aantal unieke troeven: beleving en gastvrijheid. Maar spelen we die troeven ook genoeg uit om meer omzet te genereren? Daar draait het om. Daar wil dit boekje bij helpen.

We zijn goed in het bedienen van onze gasten. We doen dit professioneel, snel en met de glimlach. Toch stopt het daar vaak bij. **“Wat zal het zijn?” – “Alstublieft” – “Smakelijk”. Is dat vriendelijk? Ja, absoluut. Maar het verschil in je kassa ga je er niet mee maken.** Hoe je wel het verschil maakt aan tafel of aan de receptie, dat ontdek je op de volgende bladzijden.

In deze publicatie serveren we jou een waardevolle methodiek die toepasbaar is in elke horecazaak. We hebben hiervoor samengewerkt met **Kevin Strubbe, een ervaren etiquette- en belevingsspecialist en al jarenlang trainer bij Horeca Forma.**

Ik wens je veel leesplezier en vooral veel goesting om het verschil te maken.



Robin Vanderelst

Directeur Horeca Forma



1. MISVERSTANDEN
VAN TAFEL

4

6

2. WEET WAT JE WILT
VERKOPEN

3. KEN JE
PRODUCT



9

4. 12 TIPS VOOR
EEN GASTVRIJE
BEDIENING EN
ONTHAAL

10

18

5. ONTWIKKEL EEN
VERKOOPSYSTEEM

6. TECHNIEKEN
COMBINEREN

19

7. NEEM VOORSPRONG
MET ONZE
OPLEIDINGEN

20

Dit boekje wordt je aangeboden door **Horeca Forma**, de **vormingsorganisatie van en voor de horecasector – Paritair Comité 302**. Horeca Forma wil de horecasector en alle mensen die erin werken, versterken met **inspiratie, advies en opleidingen**.

Dit **aanbod is volledig gratis**, simpelweg omdat je er als horecamedewerker recht op hebt. Onze sterkste troef? Dat zijn de korte, praktijkgerichte opleidingen voor horecawerknemers in PC 302 en hun werkgevers (onder voorwaarden). Of je nu originele **cocktailrecepten** zoekt, je **foodcost** onder controle wil houden, inzicht wenst in de **allergenenwetgeving** of inspiratie zoekt voor **vegan gerechten**, ... wij hebben een opleiding naar ieders smaak.

DATA, LOCATIES EN INSCHRIJVINGEN www.horecaforma.be/vlaanderen

Horeca Forma werd opgericht door de sociale partners van de horecasector: Horeca Vlaanderen, Comeos, ACV en ABVV Horval.



Horeca Forma kon voor deze publicatie rekenen op de expertise van haar trainer Kevin Strubbe.

WIE IS KEVIN STRUBBE?

Kevin is gepassioneerd door etiquette en gastvriendelijkheid. In het begin van zijn carrière deed hij ervaring op als butler bij koning Filip (toen nog kroonprins). Nadien werkte hij als manager voor internationale hotels in binnen- en buitenland en baatte een aantal eigen horecabedrijven uit. Sinds 2005 is hij zaakvoerder van Hospitality Creators, het vroegere Culi Consulting. Bij Horeca Forma traint hij al jarenlang zaal- en receptiewerknemers naar een hoger niveau.

1 Misverstanden van tafel

Hoe laat je een gast meer kopen dan hij van plan is?

Hoe kan je als zaalmedewerker en hotelreceptionist zorgen voor meer omzet? Stel dat je je prijzen verhoogt, krijg je dan nog wel mensen over de vloer? ... Allemaal terechte vragen.

Je gasten zo begeleiden dat ze een bijzondere ervaring opdoen, hen uitnodigen om nieuwe zaken te proeven of meer te ontdekken, ... daar draait het om. Niet alleen de gasttevredenheid en -loyaliteit nemen dan toe, ook je omzet vaart er wel bij. Maar voor we jou een aantal methodieken uit de doeken doen, ruimen we eerst een paar misverstanden van tafel.

MISVERSTAND 1

"Verkopen, dat is toch ongepast in de horeca?"

Dat klopt als je onder verkopen 'hard selling' verstaat. Maar daar gaat het hier niet over. Met 'verkopen' in de horeca hebben we het over **'het begeleiden' van de gast in zijn keuze. Dat is niet opdringerig, dat heet service bieden.** Enkele voorbeelden? In een bistro heerlijke taarten en desserts uitstallen in een speciale koelvitrine. In een restaurant met een rijkelijke 'plateau fruits de mer' langs de tafels lopen. Je frisse home made limonade aanprijzen bij een groepje wandelaars dat komt uitblazen op je terras. In een hotel even met de gasten meelopen en een (ietsje duurdere) kamer met een prachtig uitzicht laten zien. Of hotelgasten van wie het weekendje door het onophoudelijke regenweer in het water valt, wijzen op de wellness van het hotel ... Dat is allemaal verkopen, maar dan op een verre van opdringerige manier. Integendeel!

Graag enkele
concrete tips
van gastvrij
verkoop?

LEES VERDER OP P. 10.

MISVERSTAND 2

"Op restaurant willen mensen genieten van elkaars gezelschap. Wij willen dan zo weinig mogelijk 'storen'!"

Het eerste klopt, het tweede niet. Mensen **vinden het helemaal niet leuk om met lege glazen te zitten** en naar een ober te moeten zoeken.

Tijdens een zakenlunch wil een ondernemer zijn volle aandacht geven aan zijn tafelgenoot en niet klungelig zwaaien om de aandacht van een ober te trekken voor een tweede kopje koffie. **Zeg dus nooit zomaar 'verkopen' tegen 'service bieden'.**

Maak goede afspraken, zodat je niet met drie obers telkens hetzelfde gaat vragen.



MISVERSTAND 3

"Als het heel druk is, kan ik geen extra aandacht schenken."

Aandacht hebben voor je gasten hoeft niet veel tijd te kosten. **Wanneer je iets serveert of een glas wegneemt, kan je perfect iets leuks zeggen en vragen of er nog iets te drinken mag zijn.** En ook al is het druk in het hotel, tijdens de check-in en check-out zijn er altijd momenten van vervelende stiltes, bijvoorbeeld wanneer de gast de politiefiche invult. Ideale momenten om eens een grapje te maken, een compliment te geven of oprecht contact te maken door bijvoorbeeld te vragen: *'Welkom in Hasselt! Komt u onze stad bezoeken?'*

Hoe kort ook, **de mensen die jij ontvangt, komen niet enkel voor jouw product maar ook voor de sfeer en de beleving errond.** Ze willen een totaalplaatje. Maak oogcontact. Glimlach. **Aandacht schenken zit 'm in de kleine dingen.**



GASTVRIJ VERKOPEN



**Verkopen zonder te
verkopen is een kunst.
Het is je gasten iets
bieden waar ze zelf niet
meteen aan denken en
waardoor hun beleving
vergroot. Een kwestie
van vakmanschap in al
zijn facetten. Precies
om dat unieke verhaal
te ervaren, komen ze
naar jouw zaak.**

2 Weet wat je wilt verkopen

Weet jij welke gerechten en dranken op de kaart de meeste winst opleveren? Om rendabel te zijn, moet je goed weten wat je wilt verkopen. Enkel inzetten op het duurste product is niet het beste idee. Want wie zegt dat je gasten daarnaar op zoek zijn? Misschien

Maak afspraken met de collega's van de keuken.

valt de winstmarge van het duurste product wel tegen? Neem dus de tijd om na te gaan **wat je wilt aanbieden en maak hierover afspraken met je collega's. Ook met die van de keuken, dat is essentieel.**



Begin elke dag met een briefing: wat moet er verkocht worden, welke doelen wil je halen? **De belangrijkste taak van een zaalmedewerker is niet borden van de pas naar de tafel brengen, wel gastvriendelijk verkopen en de gasten begeleiden met suggesties.** Zomaar iets verkopen, biedt geen meerwaarde. Spreek tijdens de briefing voor de shift dus duidelijk af waar jullie de focus op leggen.



3 VUISTREGELS:

- **Weet welke gerechten of dranken de hoogste winstmarges hebben** en grijp kansen om die te verkopen. **Kijk daarbij verder dan louter de verkoopprijs.** Zo valt er bijvoorbeeld doorgaans meer te verdienen op een goedkoop tomatensoepje dan op duurdere garnaalkroketten.
- **Kies producten die de gast blij maken.** Een voorbeeld: een

koppel heeft in jouw hotel een weekendje geboekt, maar nu blijkt dat het gaat regenen. Als je receptioniste hen erop wijst dat het hotel wellness aanbiedt met zalige massages, dan heeft hij/zij net een 'gered weekendje' verkocht.

- Gerechten waarvan de ingrediënten een **beperkte versheid** hebben, gaan best **eerst de deur uit.** Staat er een

dagsoep op het menu, zorg dan dat je als zaalmedewerker van tevoren weet welke soep het is en ken de ingrediënten. Zo kan je je gasten perfect informeren. Hetzelfde geldt voor de bereidingswijze van 'de dagverse vis' en de gerechten die 'de keuze van de chef' zijn. Vertel hoe lekker en vers dit is. Gasten waarderen het dat je hen attent maakt op wat 'verser dan vers' is!

GASTVRIJ VERKOPEN

Hoe creëer je een aanbod dat uitnodigt tot een hogere verkoop?

INSPelen OP CONCRETE BEHOEFTE
VAN JE GASTEN, DAAR BEGINT HET MEE.
HOE STEM JE JE AANBOD HIEROP AF?

Bied als restaurant
bijgerechtjes aan zoals
een witloofslaasje bij
stoofvlees.



BEDENK
CREATIEVE
SNACKS BIJ
DRANKJES.

DE MENUKAART IS
ENORM BELANGRIJK:
LICHT ENKELE TOPPERS
UIT EN OMSCHRIJF ZE
SMAKELIJK. TREK DE
AANDACHT NAAR DE
GERECHTEN, NIET NAAR
DE PRIJZEN.



Pak als hotel of B&B
uit met fietsverhuur
of een wasservice
voor kledij.

Richt enkele hotelkamers
anders in of voeg **een
extraatje** toe zodat ze een
meerwaarde krijgen.



Creëer je eigen
dranken zoals
een after-dinner-cocktail,
huiskemaakte icetea, een
originale variant van de
klassieke Irish Coffee ...
Let erop dat je drankje
past bij jouw concept en
dat je exact weet wat je er
werkelijk op verdient.

Vervang de klassieke
“Had u graag koffie
of thee gewenst?”
door: “Wij hebben
momenteel een after-
dinner-cocktail die
ideaal is om het eten
te laten zakken. Zeker
de moeite om eens te
proberen!”

3 Ken je product

Productkennis is de basis van elke verkoop.

Zowel jouw kennis als die van je collega's. Weet dus wát je verkoopt. **En bekijk dat heel ruim.** Zo is voor hotelmedewerkers een goede kennis van de stad en de omgeving een must. Dat geldt ook voor kelners die werken in toeristische regio's. Zaalmedewerkers kunnen een meerwaarde bieden als ze iets afweten van foodpairing met de juiste bieren en wijnen. Ook met de **verhalen achter bepaalde producten en bezienswaardigheden** kan je uitpakken bij je gasten en zo de beleving verhogen.



Met verhalen achter bepaalde producten kan je uitpakken bij je gasten en de beleving verhogen.

Ga ook na **waarom gasten precies naar jouw zaak komen**. Waarmee maak jij het verschil? Kortom, zoek jouw **USP of Unique Selling Proposition** en werk daarrond een aanbod uit. Let wel, clichés à la 'we werken met dagverse producten', 'we dragen gastvriendelijkheid hoog in het vaandel' of 'we bieden voor elk wat wils', daar maak je al lang het verschil niet meer mee. Ga dus na of de identiteit van je zaak goed zit **waardoor je niet in de massa verdwijnt**.



4 12 verkooptips voor een gastvrije bediening en een vriendelijk onthaal

Wie rechtstreeks in contact komt met de gast staat letterlijk op de eerste rij om een meerverkoop te realiseren. Geen wonder dat bedienings- en receptiemedewerkers zo belangrijk zijn. Met een persoonlijke service, een enthousiaste houding en doortastende aanpak kunnen ze echt het verschil maken. Alleen beseffen ze dat soms te weinig.

Deze tips helpen je op weg:



TIP 1

WEET WAT DE GAST WIL

Waarom heeft de gast jouw zaak gekozen? Soms merk je het op het eerste zicht, een andere keer moet je ernaar vragen. De clou van het verhaal: **bouw eerst een relatie op met je gast.** Kom te weten wat voor de gast belangrijk is en koppel dat vervolgens aan je product. **Geef hem vooral niet het gevoel dat je op zoek bent naar zijn portefeuille, maar wel naar zijn hart.**

Denk dus goed na over wat je wanneer zegt. Maak eens een grapje, geef een compliment. Mensen die bij jou te gast zijn, komen niet enkel voor je product, maar ook voor de beleving. Stel dus ook zoveel mogelijk vragen en ga er nooit van uit dat je wel weet wat een gast wil. Probeer ook de vraag achter de vraag te achterhalen.

Mensen komen niet enkel voor je product, maar ook voor de beleving.

Stel: je gasten boeken een verwenmassage omdat ze hun éénjarig samenzijn vieren. Je kan daarop inspelen door je in te leven en hen enthousiast te feliciteren. Misschien kan je er zelfs een verkoop aan koppelen door ontbijt op de kamer voor te stellen (eventueel bij terugkeer na de massage). Het voornaamste is dat je hen een goed gevoel geeft.



Echt gebeurd

Als je wil weten wat de gast wil, zou je in principe telkens kunnen vragen *“Wat brengt je naar onze zaak?”* De kunst is om het antwoord op die vraag te achterhalen, zonder die exacte vraag te stellen ...

Een voorbeeld:

Een groepje vrienden heeft een weekendje Oostende geboekt. 'Pinten drinken' stond mee op het programma. Ze stappen een leuk café binnen. Het eerste wat de dienstster vraagt, is niét: *“Wat zal het zijn?”* maar wel op een enthousiaste manier: *“Hey mannen, op stap in Oostende?”* Ze opent met de perfecte vraag. Want hiermee polst ze naar het waarom van het cafébezoek, zodat ze daarop kan inspelen met een gepast aanbod. Kijk maar:

De oudste antwoordt: *“Klopt, mannenweekend!”*, waarop de vriendelijke jongedame reageert: *“Mannenweekend? Wij hebben net een supercoole cocktailcursus gevolgd. Mogen we, om jullie mannenweekend in te zetten, een cocktail maken?”*

De vrienden hadden perfect kunnen weigeren maar de dienstster had een gevoelige snaar geraakt. Het blijft niet bij één cocktail. Hun rekening is drie keer hoger dan gepland. Verkeerd? Neen, want een volgende keer kiezen deze gasten zeker weer voor datzelfde café. Niet omdat de dienstster zo mooi is, niet omdat de stoelen goed zitten, ... wél omdat ze daar zo vriendelijk en warm zijn en hun avondje uit er een stevige meerwaarde kreeg.



TIP 2

PEIL OP DE JUISTE MANIER NAAR DE VOORKEUR VAN DE GAST

Zorg dat je weet waarom je gast langskomt.

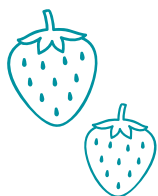
Komt hij voor een snelle lunch, suggereer dan geen hammetje dat 40 minuten in de oven moet. **Toon dus interesse en speel hierop in.**

Voor de hongerige gast kan je een stevige portie voorstellen. Wie in is voor een avontuur, doe je beslist een plezier met een verrassend, origineel gerecht.

Hier kan je perfect samen met je collega's **een werkplan** rond maken:

- > Type gast, bijv. moeder en dochter
- > Zijn/haar behoefte, bijv. bijpraten
- > Wat verkoop ik? De saladesuggestie en een dessert (zeker als de mama zegt *“ik betaal!”*)

12 VERKOOPTIPS



TIP 3

INSPIREER JE GASTEN MET JOUW PERSOONLIJKE VOORKEUR

"Ik heb vanochtend de verse aardbeien geproefd, en die waren écht heel lekker". Geloof het maar, dat werkt. Moet je gaan liegen als je helemaal niet verzot bent op aardbeien? Tuurlijk niet, dan kan je zeggen "We krijgen altijd zeer positieve reacties op onze verse aardbeien, dus als je daarvan houdt, zeker de moeite om die te proberen"...

De zaalmedewerker brengt niet gewoon de borden van de pas naar tafel. Hij staat op de eerste rij om meer te verkopen.



TIP 4

VERMIJD JA-NEE VRAGEN

Van veel producten weet je dat gasten ze sowieso nemen. Dus is het slimmer om je vraag aan te passen. Zo krijg je in een frituur doorgaans de vraag: *"Moet er saus bij de frieten?"*. Je brein gaat dan eerst na of je dat wel wilt en maakt pas daarna de keuze. In een fastfoodrestaurant zijn de medewerkers getraind om te vragen *"Had u daar graag*

mayo of ketchup bij?". In het slechtste geval zegt de gast: *"Neen, curry graag"*, maar meestal wordt er wel saus verkocht. En in een restaurant is *"Welke saus had u graag bij uw steak?"* een betere vraag dan *"Had u er graag saus bij?"*. Stel in dit geval geen ja-nee vragen, maar begin je vragen zoveel mogelijk met *"Welke"*.



TIP 5

WEES BESCHIKBAAR WANNEER DE GAST JE NODIG HEEFT

Vaak kan je al zien wanneer een gast jouw hulp kan gebruiken. **Merk je dat mensen moeite hebben met wijn kiezen, dan kan je enkele suggesties doen.** Het zinnetje "Graag nog vijf minuutjes aub" wanneer je de bestelling komt opnemen, betekent

vaak: "Help mij, ik kan niet kiezen, ik begrijp iets niet ..." Je kan dan de gast begeleiden in zijn keuze door een gerichte vraag te stellen zodat je weet waar hij / zij naar op zoek is en zodat je kan zorgen dat de verwachtingen worden

ingelost. Voel je dat de gast eerder op zoek is naar een lekker stukje vis? Dan ga je hem uiteraard geen hammetje voorstellen maar wel die zeebaars waarvan je weet dat die morgen zijn versheid begint te verliezen.

'Graag nog 5 minuutjes a.u.b.' betekent vaak 'Help mij, ik kan niet kiezen'.



TIP 6

DENK 'WIN-WIN'

Een verkoop in het voordeel van de zaak én van de gast, dat zijn twee vliegen in één klap. Een voorbeeld: als er water aan tafel mag zijn, dan kan je meteen een grote fles voorstellen. Zo heb jij ineens een liter verkocht en de gasten zullen het attent vinden dat je hen wijst op die voordeligere grote fles.

TOPTIP

Weg met het schaambrokje

Je kan de gasten ook subtiel begeleiden om meer te consumeren.

Schenk bijvoorbeeld het laatste restje wijn of water uit zodat het gezelschap een nieuwe fles bestelt. Of serveer de laatste kroketjes waardoor een nieuwe portie gevraagd wordt. Mensen durven vaak uit beleefdheid de laatste kroketjes niet te nemen, terwijl ze er vaak wel nog zin in hebben.



12 VERKOOPTIPS

TIP 7

GEEF MEERDERE KEUZES

De standaardvraag van de hotelreceptie is vaak: *"Ik zie dat u geen ontbijt gereserveerd hebt. Wenst u ontbijt?"* Waarop de gast vaak snel *"Nee, dank u"* antwoordt. Maar **wanneer je verschillende mogelijkheden meegEEft, stuur je gasten** op een niet-opdringerige manier naar een beslissing toe: *"Ik merk dat u nog geen ontbijt gekozen hebt. Wij bieden zowel ontbijt op de kamers als mooi gepresenteerde ontbijtbordjes in ons restaurant, waar we trouwens erg veel ruimte*

tussen de tafels hebben gelaten. Waar gaat uw voorkeur naar uit?".

Een ander voorbeeld is het water in restaurants. *"Had u graag water gewenst?"* versus *"Welk water wilt u graag op tafel? Wij hebben halveliterflesjes bruis en halveliterflesjes plat water"*... Als je dit op een vriendelijke manier doet, ervaart geen enkele gast je als opdringerig. Je kan dus perfect én gastvrij zijn én de keuze van je gast sturen.

Je gasten iets nieuws laten ontdekken, dat is service bieden.

TIP 8

HET OOR WIL OOK WAT

Een **gerecht smakelijk omschrijven**, is de helft van het verkoopwerk. Want geeft toe: *"Onze suggestie is heerlijke appeltaart naar het originele recept van de chef zijn grootmoeder, met appelen uit eigen tuin"*, klinkt toch veel smakelijker dan: *"Als dessertsuggestie is er appeltaart"* ...



Beleving werkt

Onlangs trok ik met enkele horecavrienden naar een wijngaard in Limburg. Tijdens de busrit ging ik alvast rond met wat bekertjes wijn om in de sfeer te komen. 's Avonds op het wijndomein genoten we van een diner met aangepaste wijnen. Een idyllisch kader met mooi ingedekte tafels middenin de wijngaard, de ondergaande zon én de wijnboer die bij elke gang een interessant wijnverhaal vertelde. Geweldig! Mijn gasten waren onder de indruk en al gauw volgden de -ongetwijfeld 'goedbedoelde'- opmerkingen: *"Hey Strubbe, dit is wel veel betere wijn dan die goedkope rommel van op de bus, hé!"* Ik lachte wat mee maar terug op de bus toonde ik hen de fles van de heenrit: identiek dezelfde wijn als één van de wijnen van het diner. Enkel de setting en de storytelling ontbrak. Door op een smakelijke manier over je product te praten, creëer je extra beleving. Je beïnvloedt de keuze van je gast en vaak gaat hij/zij het ook lekkerder vinden. Op voorwaarde dat je de verwachtingen inlost natuurlijk. *Kevin Strubbe*



**Ken je gast
en pas je
communicatie
aan.**

TIP 9

SPREEK DE TAAL VAN JE GAST



Meertaligheid in de horeca is uiteraard een troef. Maar met taal bedoelen we ook: **let op met vaktermen**. Kan het niet anders, leg ze dan correct uit: thermidor, bordelaise ... Dat is trouwens een prima gelegenheid om je vakkennis te tonen. Ook daar houdt de gast een goed gevoel aan over, want hij wordt op die manier bevestigd in zijn goede keuze voor jouw zaak. Bovendien help je gasten zo een drempel over, want onbekend is onbemind. De meeste mensen hebben een zetje nodig vooraleer ze iets nemen (of doen) wat ze niet kennen. Een voorbeeld in de hotelsector: *“Had u graag een upgrade gehad naar een executive kamer?”* Voor wie niet vaak op hotel gaat, is dat Chinees. Maar *“voor slechts 15 euro extra krijgt u een grotere kamer met een espressomachine en badmantels”* is veel duidelijker en aantrekkelijker. Dus: kén je gast en pas je communicatie aan.



12 VERKOOPTIPS

Desserts brengen doorgaans veel op. Probeer de kaart van de nagerechten op z'n minst op tafel te krijgen.

TOPTIP

Tijd om door te gaan!

Niets mis met plakkers, ze blijven lang zitten en het kasticket tikt meestal flink aan. Maar er bestaat ook zoiets als einde van de service en sluitingsuur. Je kan vlak voor sluitingstijd de rekening brengen, sfeerlichten uitdoen en ramen openzetten, maar de kans dat die mensen nog terugkomen is nihil. Beter is om een halfuurtje op voorhand langs te gaan en een 'last call' te geven. Mooi meegenomen: je verkoopt nog een laatste rondje.



TIP 10

BIED SERVICE TOT HET EINDE

De meeste restaurants bieden een topservice, maar het gebeurt dat dit na het hoofdgerecht minder wordt. Soms moet de gast dan aan de bediening vragen om een koffie of om de kaart met nagerechten. **Zaalm medewerkers zijn aan het afruimen of al bezig met de mise-en-place voor de volgende dag.** Begrijpelijk, maar toch ook een gemiste kans als we niet inzetten op de verkoop van een nagerecht en een kop koffie. Vaak zijn dit de producten met de hoogste marges. Kortom, bied service van A tot Z.

TIP 11

ZET JE KAART IN DE VERF

Veel gasten doen aan impulsaankopen: **ze laten zich verleiden door wat ze op dat moment zien.**

Een kaart op tafel met je aanbod is dan een uitstekend idee. *“Oh, ze hebben hier sabayon! Laat me dan toch maar een nagerechtje nemen”.*

Dat kan je perfect op een niet-opdringerige manier: *“Ik leg alvast even de dessertkaart op tafel zodat u kan kijken of u nog zin hebt*

in een nagerechtje ...”. Misschien werk je met placemats of QR-codes. Maar ook dan kan je mensen aansporen om naar de menukaart te gaan: *“Als u van iets zoets houdt, kijk dan zeker via de QR-code nog eens naar de kaart van de nagerechten. Onze huisgemaakte brownie is mijn persoonlijke favoriet!”*



TIP 12

DE VERKOOP AFRONDEN

Geef je gast net dat laatste zetje wanneer je voelt dat er een opening is. Zie je bijvoorbeeld een gast twijfelen: de rekening vragen of toch nog een dessert? Dan kan je hem op een niet-opdringerige manier begeleiden: *“Als jullie liever delen, dan kan ik ook 2 lepeltjes brengen als jullie willen?”* **Ga in elk geval altijd op zoek naar een ‘ja’-antwoord bij de gast.** Rond dus bv. af met *“Zal ik dan een dame blanche brengen met een extra lepel?”* -> *“Ja, graag”.* Zo heb je de verkoop netjes afgerond én de gast is tevreden. Zowel voor jou als de gast is dit de bekroning van een perfect horecamoment.

TOPTIP

Bestellen of afrekenen

De tafels op je terras zijn schaars, zeker deze in het zonnetje. Niets is zo vervelend dan mensen die te lang blijven zitten zonder nog iets te bestellen. In je hoofd denk je dan *‘Ga je nog iets bestellen of hoe zit het?’* maar dat zeg je natuurlijk niet. De gouden tip: **geef je beschikbaarheid aan.** Passeer bewust langs de tafel en zeg *“Geef mij gerust een seintje wanneer je nog iets wenst, ik ben in de buurt.”* In 90% van de gevallen bestellen ze of vragen ze de rekening. Als je al een kort praatje gedaan had, kan je meer doen. Bv. bij een toerist: *“Heeft de La Chouffe gesmaakt? We hebben ook een bruine versie met een carameltoets. Wil je die eens proberen?”* Of bij twee vriendinnen: *“Dat is hier gezellig, ik zie dat jullie heel wat bij te praten hebben. Hebben jullie graag nog een glas wijn om geen droge mond te krijgen?”* Of bij iemand die op z’n laptop werkt: *“Nog een koffie om u beter te kunnen concentreren meneer?”* Als gasten echt overdreven lang blijven zitten is het niet verkeerd om vriendelijk te zeggen: *“Ik heb nog drie koppels die aan het wachten zijn op een vrij tafeltje om ook van het terras te kunnen genieten. Ik wilde dan ook even bij u informeren of u nog iets te drinken wenst of dat u graag heeft dat ik straks uw rekening meebreng?”*

Ontwikkel een verkoopsysteem

Je weet op welk aanbod je wilt inzetten, je kent je product door en door en je zaal- en receptiemedewerkers weten van wanten. Nu is het moment om alles bij elkaar te voegen en een verkoopsysteem op poten te zetten.

Zorg dat iedereen weet wat er van hem/haar verwacht wordt en ga er samen voor.



Overleg met je team en schrijf **duidelijk de volgorde van je service uit**: wie vraagt wat, doet wat, op welk moment van de service. Met een goed werk- en verkoopsysteem **win je tijd, haal je het maximum uit je zaak en voorkom je ergernis bij je gasten**. Maak duidelijke afspraken, want niets is zo vervelend als drie verschillende obers die komen vragen welk dessert het mag zijn.

Het is een goed idee om bij het **begin van de service een goede briefing te geven**. Communiceer daarbij ook duidelijk over de gerechten die je wilt verkopen. **Ook na de service ga je best samen met je team na wat goed liep en wat minder**, zodat je je systeem kan finetunen voor de volgende keer.

Vraag het aan de chef

Elk niet-verkocht gerecht kost in principe geld. Het ene al wat meer dan het andere, omdat de houdbaarheidsdatum beperkt is bv. **Overleg daarom altijd met de keuken**. Toon je interesse en vraag de chef wat de echte moneymakers op de kaart zijn. Dat zijn niet noodzakelijk de duurste gerechten op de kaart, maar wel de gerechten die goedkoop zijn om te bereiden en in verhouding 'duur' verkocht worden. Zoals een pannenkoek bijvoorbeeld. Het kan best zijn dat de Dry Aged Beef vlot verkoopt, maar dat die weinig opbrengt door de hoge foodcost. Geen probleem, zolang in dezelfde service ook voldoende desserts de keuken uit gaan, want daar verdien je doorgaans het meest op. Voor die informatie klop je aan bij de chef en/of eigenaar.

TECHNIEKEN COMBINEREN



Technieken combineren

Er bestaat niet één verkooptechniek, er zijn er meerdere. Een gouden formule in onze sector bestaat dus niet. Er zijn zoveel verschillende factoren die bepalen hoe je te werk gaat: het soort bedrijf, het type van gasten, zelfs het moment van de dag kan bepalend zijn. **De kunst is om te kiezen wat voor jouw bedrijf werkt en indien nodig verder aan te passen en te personaliseren.**

Stel specifiek voor jouw horecazaak een serviceplan op. Een goede chef zet geen nieuw gerecht op

tafel voor hij hierover goed heeft nagedacht, een recept gemaakt, de foodcost berekend en een foto gemaakt. Kortom: ga niet over één nacht ijs als je je werkmethode bepaalt.

Dat geldt ook voor de bediening. Op welke momenten zorg ik voor extra verkoop en wanneer zet ik in op meer gastvrijheid? **Laat niets aan het toeval over en schrijf je service uit.** Zoals al eerder aan bod kwam: kleine veranderingen of aangepaste werkwijzen kunnen een groot verschil maken.

Leef je maximaal in met een rollenspel

Wat werkt en wat niet? Oefen met je collega's enkele verkooptechnieken. En dit vanaf het moment dat de gast binnenkomt tot en met de afrekening. Een voorbeeld:

STAP 1 Zoek het hart van je gast. Weet waarom hij komt.

"En wat brengt jullie op deze zonnige dag naar Gent? Een weekendje de stad ontdekken? Leuk!"

STAP 2 Herken de behoefte van de gast en stel de juiste producten voor.

"Dan kunnen jullie zeker een stevig ontbijtje gebruiken."

STAP 3 Geef je gast twee keuzes.

"U kan gebruik maken van onze roomservice, maar wij hebben ook heerlijke ontbijtbordjes met warme eibereidingen in ons restaurant. Daar volgen we trouwens stipt de eisen van social distancing."

STAP 4 Stel één van deze keuzes aantrekkelijk voor.

"U kunt tot 11 uur aan ons ontbijtbuffet terecht waar onze chef voor u à la minute de lekkerste eiergerechten klaarmaakt, precies zoals u ze graag hebt."

STAP 5 De verkoop afronden.

"En wat denkt u? Mag ik voor u zo'n lekker ontbijtbordje noteren in ons restaurant voor u stevig gaat wandelen?"

7 Neem voorsprong met onze opleidingen

Horecamensen waren al wel gastvrij. Horecamensen konden al wel verkopen. De kunst is om beide samen te brengen. Door meer te verkopen de service verbeteren en door een betere service meer verkopen.

Kies enkele technieken waar je een week lang bewust op gaat letten en op gaat werken. **Kijk welk resultaat het geeft** in de kassa. En hoeveel plezier je er zelf aan beleeft en de voldoening die je eruit haalt.

Natuurlijk is dit op papier eenvoudiger dan in de hectiek van elke dag. Bovendien is het onmogelijk om alles over hospitality en verkoop neer te pennen in één publicatie. **Heel het jaar door kan je bij Horeca Forma terecht voor interessante workshops** die inzoomen op deze en nog vele andere gastvrijheidsprincipes en -technieken. **Door meer te leren over gastvrij verkopen en erop te oefenen, wordt het een automatisme. Dan begint het werkplezier pas écht.**

Ontdek onze gedetailleerde, praktische dagtrainingen over dit onderwerp:

- > **Meer & beter verkopen in de bediening** ➡
- > **Meer & beter verkopen aan de hotelreceptie** ➡
- > **Service met een wow-factor** ➡

Deze trainingen zijn gratis voor werknemers in de horecasector (PC 302) en hun werkgevers.

Schrijf je in en ontdek meer dan 100 trainingen op www.horecaforma.be/vlaanderen



Alle neuzen in dezelfde richting?

VRAAG EEN OPLEIDING OP MAAT VOOR JOUW TEAM.

Vanaf 8 deelnemers (werkzaam in PC 302, inclusief de werkgever) komt onze expert Kevin Strubbe bij jou een gastvrijheids- en/of verkoopstraining op maat geven.

Vraag de opleiding aan via <https://vlaanderen.horecaforma.be/opleidingen/bedrijfsopleiding-aanvragen>

