



Manual para
Administradores
DE RESTAURANTES

para entrenar
GARZONES Y MESERAS



HOSPITALITY & SERVICE UNIVERSITY

Agradecimientos

*Hospitality and Service University - HSU,
agradece a las instituciones, empresas y
personas que han cooperado entregando sus
aportes y comentarios para la generación de
este Manual, en especial agradecemos a:*



MUNDO
TENEDORES.cl

Contenido

Tópico 1
Introducción

Tópico 2
Servicio

Tópico 3
Venta Sugestiva



Introducción

.....

Este Manual fue preparado para el gerente o administrador de restaurante que quiere realizar un entrenamiento a su equipo de garzones y meseras. Este Manual, entrega al administrador una guía paso a paso para conducir exitosamente un programa de entrenamiento en servicio a las personas y técnicas de venta sugestiva. Este programa de entrenamiento puede ser utilizado para el entrenamiento del equipo de servicio en cualquier tipo de restaurante, desde un coffee shop y pequeño restaurante económico hasta un gran restaurante gourmet.

El material de este manual se entrega para que sea empleado en una serie de reuniones de entrenamiento con su equipo de colaboradores, que requerirá en promedio entre 12 a 15 horas de entrenamiento en total. Este curso se puede realizar para una persona o para grupos y, puede ser empleado para entrenar a nuevos trabajadores así como también para mantener y fortalecer las competencias de los antiguos.

El Manual incluye:

Plan de Lección

Instrucciones para el administrador acerca de cómo conducir el entrenamiento.

Guías

Apuntes con los contenidos del curso para los participantes, el que incluye: como hacer más dinero como garzón o mesera, formas de entregar un servicio superior, las reglas del servicio, y como vender en forma sugestiva.



Ejercicio de Juego de Roles

Para permitir y guiar la práctica de los tópicos aprendidos. Incluye un checklist para la evaluación de juegos de roles.

Otros Ejercicios

Sobre los tópicos tratados en este Manual

Test de Desempeño

Para evaluar el desempeño de los participantes después que se completó el curso.

Autoevaluación y Ejercicio Fijación de Objetivos

Para garzones y meseras. El énfasis está sobre objetivos específicos de ventas y el desarrollo de un completo plan de acción para alcanzar los objetivos.

Guía para Mantener el Desempeño de los Estándares

Permitirá al administrador, mantener los altos niveles de desempeño de las personas que completaron su entrenamiento.

Los administradores pueden hacer e introducir cambios en este material de modo que refleje las políticas de su restaurante en particular y así, este manual se convierta en un traje a la medida para su operación y necesidades.

Finalmente, deseamos mucho éxito a los administradores en sus esfuerzos por entrenar a sus colaboradores y esperamos que este Manual les ayude a alcanzar los objetivos que se han planteado.



Instrucciones

LOS TOPICOS

Este programa consiste en los siguientes tópicos:

1. INTRODUCCIÓN
2. SERVICIO
3. VENTA SUGESTIVA
4. OPERACIÓN DEL RESTAURANTE
5. MENÚ
6. VINOS
7. PRUEBA DE DESEMPEÑO
8. AUTO-EVALUACIÓN Y METAS

Comience con el tópico 1, y trabaje en el libro, presentando cada tópico a su equipo de colaboradores.

Los planes por lección:

Cada tópico comienza con un plan por cada lección, que instruye al administrador a cerca de como conducir una clase (o varias) del tópico.

Este plan indica el tiempo sugerido necesario para presentar el tema, la ayuda visual, los apuntes a distribuir a los empleados, y los puntos a ser abordados. El plan por lección explica en detalle como cubrir cada punto, cuando distribuir los apuntes y como utilizarlos.

Las instrucciones están en el margen derecho para escribir ciertos puntos a enfatizar, en una cartilla.

Las preguntas son para que el administrador las haga al grupo y las instrucciones están en el margen derecho para manejar las respuestas del grupo.

El texto en comillas indica que es el administrador hablando al grupo, diciendo palabras que él o ella podría utilizar. Estas palabras son solo sugerencias, y todos debieran ser alentados a expresar sus puntos con las palabras que sientan más cómodas y naturales.



Las Guías:

Las guías son materiales que se distribuyen a los trabajadores a entrenar. Estas incluyen cartillas para calcular las propinas, observaciones de puntos abarcados, instrucciones para evaluar los ejercicios de juego de roles, un control, una prueba de desempeño, y otros ejercicios. Los planes por lección explican cuando cada apunte debe ser distribuido y como debiera ser usado.

Las guías están numeradas 1, 2, 3, etc., correspondiendo al tópico que pertenecen. También están numerados como a,b,c, etc., por cada tópico.

PUNTOS ADICIONALES

Dado que un restaurante puede estar permanentemente operando, trate de seleccionar un lugar tranquilo y tiempo para las sesiones. Cuenten con la luz adecuada. Redistribuya las mesas y sillas para que el grupo se siente cerca de usted. Poner las mesas en forma circular es una buena idea ya que así todos se verán y escucharán entre sí.

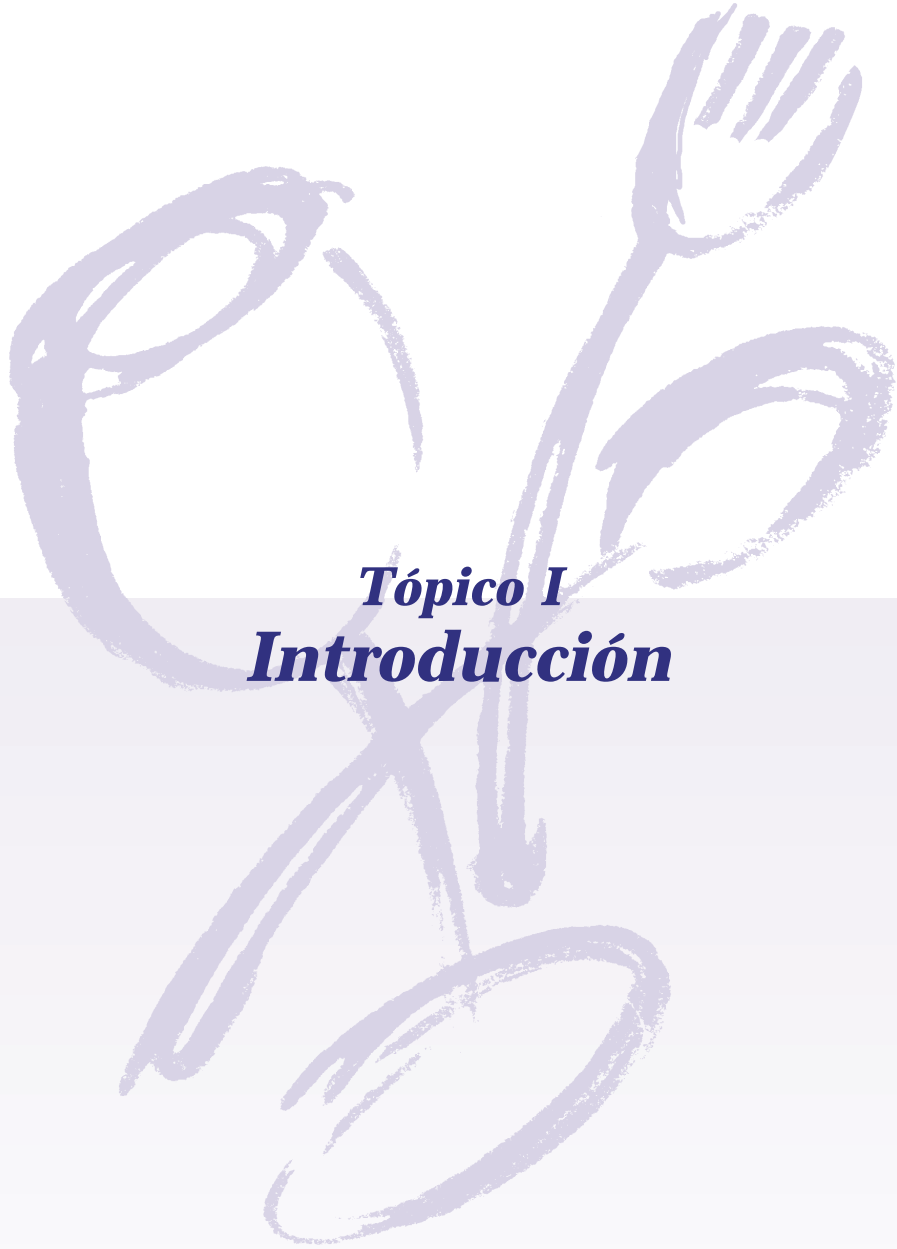
Usted puede tener que pararse y hablar fuerte para poder ser escuchado por sobre el ruido propio del restaurante. Utilizando una pizarra podrá ayudarse a enfatizar sus puntos, y el grupo ciertamente necesitará este apoyo si el salón es muy bullicioso y hay dificultad para que le escuchen.

Este curso alienta al grupo a participar con preguntas hechas por y para el grupo, ejercicios de juego de rol y otros. Es importante tratar los comentarios de cada persona con respeto para poder alentar la participación.

El administrador debiera releer cada tópico varias veces antes de presentarlo y tener la ayuda necesaria para avanzar en la clase. Además, el administrador no debiera ser interrumpido durante la sesión con llamados telefónicos, mensajes o visitas.

Ahora, usted está listo para comenzar el programa.





Tópico I ***Introducción***

Plan de Lección para el Topico 1: Introducción

El propósito de esta sección es motivar al garzón (a), mesero (a) a mejorar su desempeño. Esto se hace mostrando el efecto que tiene el servicio y las ventas sobre las propinas.

TIEMPO SUGERIDO: 1 -2 horas.

AYUDA: Pizarra

GUÍAS:

- 1.a: Cómo el porcentaje afecta el ingreso
- 1.b: Cómo afectan las ventas al ingreso.
- 1.c: Efecto combinado del porcentaje de propinas y ventas en el ingreso.
- 1.d: Perfil del programa

PUNTOS A CUBRIR:

- A. Haciendo dinero
- B. Perfil del curso.



A. HACIENDO DINERO

Nota Introductoria

“La mayoría de sus ingresos proviene de las propinas. Esto significa que son sus clientes quienes deciden cuanto dinero ganará. Esta decisión depende mucho de cuanto disfrutan los clientes del servicio y de cuanto gastan en una comida. Este curso le demostrará cómo usted y su personal pueden mejorar la experiencia de sus clientes, aumentar las ventas, y como resultado, aumentar sus propinas”.



Introducción

“Las propinas pueden variar enormemente, de 2 distintas maneras:

- 1) por el porcentaje de propinas, respecto de la venta total.
- 2) por la venta total.

“¿Cómo puede usted influenciar ambos factores?”

“Basicamente, usted puede influir en estos factores por medio de:

- 1) La **calidad del servicio** que entrega, que influye directamente en el porcentaje de propina, y
- 2) Las **sugerencias** que usted le haga al cliente, que influyen en el monto total de la venta y en este se basa su propina.”

Trabaje con las guías 1.a, 1.b y 1.c con el grupo

Estas guías muestran el efecto en las propinas por el servicio (1.a), por las ventas (1.b) y de ambos factores (1.c). en la mayoría de los casos, un pequeño aumento en el porcentaje de propinas y de las ventas, puede llevar a un aumento en sus ingresos de unos cuantos miles de pesos al año. Es por esto que es muy importante revisar las guías en detalle con el grupo; usted puede hacer un caso muy competitivo para sus empleados para mejorar su desempeño cuando vean los beneficios monetarios de tales acciones.

En cada guía, se da un ejemplo hipotético para una persona que:

- trabaja 5 turnos a la semana
- atiende a 40 clientes por turno
- obtiene un promedio de venta de \$ 10.000 por cliente.

A partir de estos datos, se hacen cálculos para determinar cuánto gana en propinas esta persona, basado en la variación del porcentaje de las propinas. Luego, vemos cuanto aumentaría en propinas esta persona con un aumento del 10% en las ventas. Por ultimo, en la guía 1.c, vemos el efecto combinado del aumento del 10% en las ventas, más unos 3 puntos de diferencia en el porcentaje de propina en los ingresos de esta persona, lo que ascendería a unos \$ 4.500.000 al año.

Después de estas guías, viene un formulario en blanco, donde el personal puede llenar con sus datos donde corresponda y hacer cálculos que serán significativos en su contexto. Como su entrenador, usted puede llenar los espacios en blanco para un típico garzón de su restaurante. Usted puede ayudar a los miembros del grupo a llegar a sus propios resultados, mostrándoles como determinar el promedio de ventas por cliente, el promedio de clientes que atienden por turno, y el promedio de porcentaje de propinas. Hoy en día el total de las ventas y el numero de clientes por garzón o mesero puede ser obtenido por un sistema computacional. Si este no es el caso, el garzón o mesero, con la ayuda de una cartilla, puede mantener un registro de sus ventas totales, del numero de clientes atendidos, y de las propinas diarias. De esta información, el mesero o garzón puede calcular su promedio de cuentas, porcentaje de propinas, y promedio de clientes por turno.

Al final de este ejercicio, el garzón, debiera tener una idea de cómo está su desempeño y de cuánto más podría ganar si hiciera cambios importantes y reales en las ventas y en el porcentaje de propinas.

B. PERFIL DEL CURSO

La Guía 1.d es el Perfil del Programa para el curso. Revíselo con el grupo para que sepan los tópicos a cubrir. Esto también es un excelente momento para decirle al grupo el horario y la frecuencia con que se reunirán. También, usted podría mencionar que espera que este curso sea entretenido para todos.

Recuerde preguntar si hay alguna pregunta sobre alguno de los temas revisados.



Guía 1.a

Cómo Afecta sus Ingresos el Porcentaje de Propinas

Ejemplo Hipotético

En promedio, un ejemplo para un garzón o mesero:

- trabaja 5 turnos, por semana.
- atiende a 40 clientes por turno.
- obtiene en promedio de ventas \$10.000 por cliente (promedio de venta por persona)
- entonces, ventas / turnos = ventas / clientes x clientes / turno

$$\$ 10.000 \quad \times \quad 40 = \$ 400.000$$

- y, ventas / semana = ventas / turnos x turnos / semana

$$\$400.000 \quad \times \quad 5 = \$2.000.000$$

La siguiente tabla, muestra como las propinas por semana de este garzón pueden variar manteniendo los mismos \$2.000.000 en ventas por semana, dependiendo del porcentaje de propinas que obtenga. La tabla también muestra como puede variar el porcentaje de propinas con la calidad del servicio. En este ejemplo, las propinas por semana son calculadas de la siguiente manera:

$$\text{Propinas / semana} = \% \text{ propinas} \times \text{ventas semanales} = \% \text{ propinas} \times \$2.000.000$$



	DESEMPEÑO GARZÓN /A	REACCIÓN DEL CLIENTE	PROMEDIO % PROPINAS	PROPINAS SEMANALES
ORDINARIO	Malo	Insatisfecho con el servicio.	0 - 5 %	\$ 0 - 100 mil
	Pobre	Un poco decepcionado con el servicio.	10%	\$ 200 mil
	Mediocre	No tiene ni una reacción positiva ni negativa del servicio.	12%	\$ 240 mil
EXTRAORDINARIO	Bueno	Notó el servicio y está satisfecho.	15%	\$ 300 mil
	Superior	Muy satisfecho. Sintió que el garzón /a le añadió entretención a su cena.	17%	\$ 340 mil
	Increíble	Le gustó mucho el servicio del garzón / mesero. Sintió que el servicio fue excepcional, y aumentó notoriamente el disfrute del cliente.	20 - 25%	\$ 400 - 500 mil

Este garzón o mesero podría aumentar sus ingresos en \$60.000 a la semana si aumenta su propina en 3 puntos (de 12 - 15%). En un año de 50 semanas, esto significaría un aumento de \$ **3.000.000!** Incluso si él pudiera solo aumentar en 1 punto el porcentaje de sus propinas, serían \$1.000.000 extra al año en su bolsillo, ***¡sin tener que trabajar un solo día extra ni atender a un solo cliente de más!***

Hoy en día el cliente no está dispuesto a pagar más ni a dar más propinas por un servicio común y corriente, ORDINARIO. Solo pagará más por un producto, servicio, experiencia, EXTRAORDINARIO.

Entonces:

ORDINARIO: Común, corriente, del montón, más de lo mismo

EXTRAORDINARIO: Fuera de lo común, Superior, Increíble, cuando el cliente exclama Guauu!!”

NOTA: Algunos Restaurantes tiene una Política de repartir las propinas y no de distribuir las en forma individual. Utilice entonces este enfoque para fortalecer el trabajo en equipo.



Guía 1.a en blanco

Cómo Afecta sus Ingresos el Porcentaje de Propinas

Llene los espacios en blanco

En promedio, un ejemplo para un mesero o garzón:

- trabaja _____ turnos, por semana
- atiende a _____ clientes por turno.
- obtiene en promedio de ventas \$ _____ por cliente (promedio de cuentas)
- entonces, ventas / turnos = ventas / clientes x clientes / turno
 = \$ _____ x _____ = _____ \$ _____
- y, ventas / semana = ventas / turnos x turnos / semana
 = \$ _____ x _____ = _____ \$ _____

Calcule las propinas por semana en la tabla de la página siguiente, basado en las ventas por semana calculadas arriba.

Propinas / semana = ventas /semana = porcentaje propinas.



	DESEMPEÑO GARZÓN /A	REACCIÓN DEL CLIENTE	PROMEDIO % PROPINAS	PROPINAS SEMANALES
ORDINARIO	Malo	Insatisfecho con el servicio.	0 - 5 %	\$
	Pobre	Un poco decepcionado con el servicio.	10%	\$
	Mediocre	No tiene ni una reacción positiva ni negativa del servicio.	12%	\$
EXTRAORDINARIO	Bueno	Notó el servicio y está satisfecho.	15%	\$
	Superior	Muy satisfecho. Sintió que el garzón /a le añadió entretención a su cena.	17%	\$
	Increíble	Le gustó mucho el servicio del garzón / mesero. Sintió que el servicio fue excepcional, y aumentó notoriamente el disfrute del cliente.	20 - 25%	\$

¿Cuánto más podría ganar esta persona por semana aumentando sus propinas de un 12 a un 15%? _____ ¿de 15 a 17%? _____

¿Cuánto aumentaría esto en un plazo de un año? _____

La diferencia social más importante hoy, ya no es entre ricos y pobres sino entre personas ORDINARIAS y personas EXTRAORDINARIAS. Es decir, entre personas flojas, poco preparadas, no confiables y aquellas personas preparadas, responsables, confiables y con la actitud correcta de no transar con la mediocridad.



Guía 1.b

Como las Ventas Afectan el Ingreso

Ejemplo Hipotético

En promedio, nuestro garzón o mesero (a) hipotético:

- trabaja 5 turnos /semana
- atiende a 40 clientes / turno, o 200 clientes /semana.

Asumiendo que nuestro garzón o mesero (a) ganará constantemente 15% en propinas, y sirviera al mismo número de clientes / semana (200), la siguiente tabla muestra como el total de las propinas / semana variará dependiendo cuanto compre cada cliente (ventas / clientes). La tabla muestra las propinas que el garzón / a se lleva a casa cuando en promedio obtiene \$9.000, \$10.000 y \$11.000 en las ventas / clientes.

VENTAS/ CLIENTES	x	200 CLIENTES/ SEMANA	=	VENTAS/ SEMANA	15% propinas	=	PROPINA/ SEMANA
\$ 9.000				\$ 1.800.000			\$ 270
\$ 10.000				\$ 2.000.000			\$ 300
\$ 11.000				\$ 2.200.000			\$ 330

Entonces, este mesero o garzón puede ganar unos \$30.000 extra a la semana, aumentando sus ventas en \$1.000 por persona. Esto significa que al final del año, (50 semanas trabajadas) por el mismo numero de turnos trabajados y clientes atendidos, ¡podría ganar **\$ 1.500.000 extra!** El podría ganar este dinero extra sin tener que trabajar ni un turno de más ni atender un solo cliente de más, simplemente aumentando sus **ventas por cliente** en un 10%.



Guía 1.b en blanco

Como las Ventas Afectan el Ingreso

Llene los espacios en blanco

El promedio de ventas / clientes de un mesero es de \$ _____

Los clientes /semana atendidos por este garzón son _____

10% más en las ventas / clientes serían \$ _____

20% más en las ventas /clientes serían \$ _____

Utilizando estos números, rellene los espacios en blanco:

VENTAS/ CLIENTES	x	200 CLIENTES/ SEMANA	=	VENTAS/ SEMANA	15% propinas	=	PROPINA/ SEMANA
promedio				\$ _____			\$ _____
10% mas				\$ _____			\$ _____
20% mas				\$ _____			\$ _____

¿cuánto más puede ganar esta persona por semana aumentando sus ventas en un 10%?

¿en un 20%? _____

¿cuánto más ganaría al año si esta persona aumentara sus ventas en un 10%?

¿en un 20%? _____



Guía 1.c

Efecto Combinado del Porcentaje de Propinas y Ventas en el Ingreso

Ejemplo hipotético

DESEMPEÑO MEDIOCRE DE UN GARZÓN /A.

Atiende: 200 clientes / semana

Ventas / cliente: \$ 10.000

% propina: 12%

200 clientes / x \$ 10.000 ventas /
semana cliente

= \$ 2.000.000 ventas /
semana

12% x \$ 2.000.000 = \$ 240.000 propinas /
semana

v/s

BUEN DESEMPEÑO DE UN GARZÓN /A.

Atiende: 200 clientes /semana

Ventas / cliente: \$11.000

% propina: 15%

200 clientes / x \$ 11.000 ventas /
semana cliente

= \$ 2.200.000 ventas /
semana

15% x \$2.200.000 = \$ 330.000 propinas /
semana

Aumentando sus ventas en un 10%, y aumentando su porcentaje de propinas en 3 puntos, el garzón o mesero en nuestro ejemplo **podría ganar ¡\$ 90.000** extra a la semana en propinas! En el curso de un año de 50 semanas, esto resultaría en un aumento de **\$ 4.500.000**. Incluso si él pudiera solo aumentar en un 5% las ventas y su porcentaje de propinas en 1,5 puntos, todavía ganaría **\$ 2.250.000** extra al año.

Este resultado se obtendrá sin tener que atender un solo cliente extra ni trabajar un día de más.



Guía 1.c en blanco

Efecto Combinado del Porcentaje de Propinas y Ventas en el Ingreso

Llene los espacios en blanco

DESEMPEÑO MEDIOCRE DE UN GARZÓN /A.

v/s

BUEN DESEMPEÑO DE UN GARZÓN /A.

Atiende: ____ clientes / semana

Atiende: ____ clientes /semana

Ventas / cliente: \$ ____

Ventas/ cliente: \$ ____

% propina: ____ %

% propina: ____ %

____ clientes / x \$ _____ ventas /
semana cliente

____ clientes / x \$ _____ ventas /
semana cliente

= \$ _____ ventas /
semana

= \$ _____ ventas /
semana



Para el mismo numero de clientes atendidos por semana, ¿cuánto más puede ganar el mesero (a) de este ejemplo si aumenta sus ventas en un 10% y sus propinas en 3 puntos? \$ _____

¿cuánto más puede ganar al año en su mejor nivel de desempeño? \$ _____

Introducción

Guía 1.d

Atención al Cliente y Venta Sugestiva Perfil del Programa

I. INTRODUCCIÓN

- a) **Haciendo Dinero:** usted puede hacer más dinero como garzón; las propinas dependen de 2 factores: porcentaje de propinas y ventas; usted puede aumentar su porcentaje de propinas sugiriendo ítems a los clientes, el curso le mostrará como maximizar las propinas.
- b) **Perfil del Curso:** Tópicos a ser cubiertos, horario de las reuniones y lugar.

II. SERVICIO

- a) **Introducción:** ¿porqué la gente sale a comer? El placer de ser atendido; como hacer de la experiencia de los clientes un placer, importancia de la actitud y de la práctica de un buen servicio.
- b) **Actitud / Cortesía:** como dar un servicio cortés.
- c) **Reglas del servicio:** como dar un servicio correcto.
- d) **Control de Servicio**
- e) **Juego de Rol del Servicio**

III. VENTA SUGESTIVA

- a) **Introducción:** ¿Qué significa vender? ¿Por qué hacer sugerencias es bueno para los clientes, restaurante y personal que atiende? ¿Por qué las sugerencias aumentan las ventas? ¿Se sentirán ofendidos los clientes con los intentos por venderles más ítems?
- b) **Pre-requisitos para vender:** Conocer el menú, los vinos y licores; ¿qué tipo de productos puede sugerir?
- c) **Cómo sugerir Productos:** Importancia de 2 factores: lo que dice, y como lo dice; el cómo describir los productos a los clientes, como añadirle entusiasmo, qué hacer si a un cliente no le gusta lo que usted sugiere.
- d) **Ejercicio de venta sugestiva**
- e) **Juego de Rol de Venta Sugestiva.**



IV. OPERACIÓN DEL RESTAURANTE

¿Hay alguna mejora que hacer en la operación del restaurante que le ayude a mejorar el servicio y las ventas?

V. CLASE DEL MENÚ

Descripción y degustación de los ítems del menú

VI. CLASE DE VINOS

Descripción y cata de vinos; fíjese que vinos sugerir con una entrada en particular.

VII. PRUEBA DE DESEMPEÑO

Evaluar su desempeño y el de sus compañeros.

VIII. AUTO-EVALUACIÓN Y METAS

¿Cómo se auto calificaría como servidor? ¿está ganando tanto dinero como podría? ¿cuáles son sus puntos fuertes? ¿cuáles son sus debilidades? ¿qué metas se pondría para mejorar?





Tópico II ***Servicio***

Plan por Lección del Tópico 2: Servicio

El propósito de esta sección es discutir los procedimientos adecuados para un buen servicio desde los aspectos de actitud y competencia técnica. Como dar un servicio cortés y correcto. La lección termina con un control y un ejercicio de juego de roles para revisar los puntos cubiertos y dejar que el grupo practique aplicándolos.

TIEMPO SUGERIDO: 2- 3 horas

AYUDA: Pizarra, elementos para el juego de rol como mesas, sillas, servilletas, platos, cuchillería, sal, pimienta, ceniceros, menus, cuentas, tazas, salseros, y vasos. No se necesita comida real para este juego de rol.

GUÍAS:

- II.a Como dar un servicio cortés
- II.b Las reglas del servicio
- II.c Control de Servicio
- II.d Lista de chequeo para Juego de Rol del Servicio

PUNTOS A CUBRIR:

- A. Introducción
- B. Actitud / cortesía
- C. Reglas del servicio
- D. Control
- E. Ejercicio de Juego de Roles



A. INTRODUCCIÓN

¿Por qué las personas salen a comer?

“Jóvenes y viejos, ricos y pobres, gente de todos lados sale a comer afuera de casa. A menudo, algunas personas pasan por grandes problemas para salir, largos tacos en las calles, problemas al estacionar, filas de espera en los restaurantes, y otros inconvenientes para poder tener una comida que es mas cara que prepararla en casa”.



“¿Por qué lo hacen?”

Ejemplos de respuestas que puede obtener:

- para relajarse, descansar.
- para arrancar de las tareas domésticas.
- para despejarse después del trabajo.
- para celebrar un cumpleaños, aniversario, promoción, u otra ocasión especial.
- para estar en un escenario romántico.
- por negocios o por trabajo. El cliente Corporativo es el que más consume y deja más propinas.

- para conocer una nueva cita.
- para reencontrarse con viejos amigos.
- para probar nueva y exótica comida.

Usted puede resumir todo esto como sigue:

“Las personas salen a comer afuera por todas estas razones, y lo que buscan puede ser resumido en una sola palabra: **placer**. Comer afuera es una forma de recreación, como salir al cine, o a un evento deportivo, y la mayoría de las personas lo hacen con el solo propósito de entretenerse y pasarlo bien (nadie va a un restaurante para ir a sufrir)”.

“¿Qué hace tan entretenido salir a comer afuera?” como un gran retrato que captura los elementos atractivos de un sujeto y omite los defectos, comer afuera resalta todos los placeres de comer, eliminando el trabajo.

“¿Qué aspectos de comer se pierden cuando alguien sale a comer?” (pregunte y espere respuestas espontáneas).



Ejemplos de respuestas que puede obtener:

- no cocinar ni preparar.
- no ir a comprar la comida.
- ningún desorden que limpiar después.
- no andar corriendo buscando cosas durante la comida.
- sin recetas que seguir.
- poder vestirse bien para comer sin tener que mancharse la ropa cocinando.
- poder disfrutar una conversación con otros sin tener que preparar y servir cosas.
- tener un buen ambiente para negociar y cerrar un negocio.

Usted puede resumir todos estos puntos así:

“Cuando las personas salen a comer, se pueden sentar, relajar y disfrutar de la experiencia completa. Seguro, la comida es una gran parte del placer - en un restaurante, usted puede comer comida que probablemente no sabría como preparar en su casa, o que sepa mejor que cuando uno mismo la prepara. También, la atmósfera contribuye al placer - le puede poner en un ambiente romántico, hacerlos sentir elegantes y formales, o simplemente cómodos y agradables.”

“Pero una gran parte de ese placer es el placer de ser atendidos. Todos disfrutamos de la experiencia de ser mimados, de tener nuestra cena servida, y de tener nuestro vino en la copa y de tener todas nuestras necesidades resueltas a la hora de comer. La sola experiencia de ser servido es enormemente relajante y disfrutable, y las personas van a los restaurantes a experimentar este tipo de placer.”

“En las comidas de negocios, las personas valoran especialmente la buena atención, ser atendidos sin interrupciones molestas y sin errores. Cuando se da ese escenario son especialmente agradecidos, generosos y se convierten en fieles clientes del negocio.”



“Entonces, la forma de hacer propinas más altas es velar por ello, de todas las formas posibles, que sus clientes experimenten los placeres de comer fuera, de ser servido, de poder estar relajado y ser mimado. Mientras más exitoso sea, más altas serán sus propinas.”

“Ahora, ¿como hacerlo? Básicamente 2 factores son importantes:

- 1) Lo Qué hace, y
 - 2) Su Actitud.
- (escríbalo en la pizarra)



“Lo que usted hace es ciertamente muy importante. El cliente quiere un servicio eficiente. Quiere su comida servida en el momento apropiado - no quiere ser presionado ni tampoco que lo hagan esperar. Quiere que le cambien los ceniceros, que le rellenen el agua de las copas, que la sal, pimienta y condimentos necesarios estén, etc.”

“Pero, eso no es todo. Como usted hace todo esto es también muy importante - y con esto nos referimos a su actitud. Esto es lo que discutiremos primero, después hablaremos sobre los puntos técnicos del servicio.”



B. ACTITUD/CORTESIA

(escribir en la pizarra)

Hablando genéricamente, ¿qué clase de actitud quiere la gente de alguien que les está prestando servicio? ¿qué tipo de actitud quiere y espera de alguien que le ofrece un servicio a usted, como un peluquero, un vendedor de una tienda, el administrador de supermercado, la gente que trabaja para usted en su casa - como el jardinero, el gáster, el electricista, etc.?”
(respuestas espontáneas)

Ejemplos de respuestas que podría obtener:

- cortesía
- querer que las personas muestren preocupación por satisfacerle con el servicio que realizan.
- querer que las personas muestren aprecio por su trabajo, agradecerle por su trabajo.
- si usted tiene una queja, usted querrá que la persona arregle la situación y se preocupe que usted quede feliz con el resultado.
- querer que la persona sea amistosa y agradable de conversar con el /ella.
- no queremos que la persona haga el trabajo de mala manera, queremos sentir que la persona disfruta trabajar para usted.
- que la persona tenga criterio para evitar interrupciones molestas.



“Es lo mismo en este negocio. Para que el cliente quede satisfecho, y tener buenas propinas, tiene que proyectar cierta actitud. Tiene que ser cortés, amistoso, mostrar que es un placer servir al cliente, mostrar preocupación por el cliente y que esté feliz con todo, mostrar apreciación por su trabajo, etc.”

“Ahora, ¿cómo puedo hacer eso? ¿Cuáles son las formas para dar un servicio cortés y mostrar una actitud positiva al cliente?”
(respuestas espontáneas)



Discutan las respuestas que da el grupo, luego que hayan dado todas las respuestas que puedan pensar, distribuya el Guía II.a, Como dar un Servicio Cortés, y mencione los puntos que pudieran haber olvidado.

(escriba las respuestas en la pizarra)
(demuestre los puntos cuando sea necesario)
Pregunte si alguien tiene alguna pregunta.



C. REGLAS DEL SERVICIO

“ Ahora, echemos un vistazo a lo que usted hace, es decir, a los aspectos más técnicos del servicio. Hay ciertas clásicas reglas del servicio que se han convertido en esenciales en todos los restaurantes finos alrededor del mundo. Estas reglas de servicio describen la manera de servir, que hace de su cena o comida, una experiencia más conveniente y agradable posible para el cliente.”

“Si usted realmente quiere ser un profesional, y ser capaz de encontrar trabajo en los mejores restaurantes, usted necesita saber y practicar las reglas del servicio.”

“Como veremos a medida que revisemos el material, hay una razón válida para cada una de estas reglas, no son solo medidas arbitrarias creadas por algunas personas elitistas obsesionados con las etiquetas. La razón válida en cada caso, es que la manera apropiada de servir, es la que sea más conveniente para el cliente. El principio es que si el cliente ha de ser atendido, entonces debiera hacer el menor esfuerzo posible. Por ejemplo, una de las reglas es poner las tazas de café en el lado derecho del cliente con la oreja apuntando a la derecha. Esto es, porque la mayoría de las personas son diestras, y de este modo, les es más fácil tomar la taza sin tener que re-acomodarla.”



Distribuya el Guía II.b, Las Reglas del Servicio, y revise cada regla con el grupo. Ponga especial atención a aquellas reglas que generalmente no son tomadas en cuenta y que usted quisiera que se practicaran. En cada caso, pregunte al grupo si alguien sabe el porqué de esa regla. Usted debiera ser capaz de explicar la lógica de cada regla al grupo. Dígalos al comienzo, que las reglas de servicio asumen un universo de clientes diestros. Si alguien es zurdo, se espera que esa persona haga los ajustes personales que necesite, pero es correcto para quien atiende, asumir que la mayoría es diestro. Demuéstrelo donde sea necesario.

Haga una pausa para preguntas y comentarios. Aliente las objeciones y trate de responderlas, o pida al grupo que le ayude a hacerlo.

También, pregunte si hay otra regla del servicio que hayan olvidado revisar.

Incluya algunas discusiones acerca de la apariencia y conducta correctas que debe tener un mesero o garzón, si estos temas son un problema para usted.

Ahora es buen momento para establecer o reestablecer sus políticas.

D. CONTROL DE SERVICIO

Usted puede o dar unos 15 o 20 minutos al grupo para que estudien las Guías y las notas que hayan tomado, y dar el Control de Servicio el mismo día, o decirles que se lleven el material a casa y estudien allá y den el Control al comienzo de la próxima sesión.

Estos controles debieran ser revisados rápidamente y devueltos al grupo en la reunión siguiente a la rendición del control. Usted debiera revisar las respuestas correctas a cada pregunta y preguntar si alguien del grupo tiene alguna duda.



E. JUEGO DE ROL DEL SERVICIO

Pídales que formen grupos de 3 o 4 garzones o meseros que se paren frente al grupo, donde una mesa debiera estar preparada. Pida que un miembro del grupo haga de garzón o mesero, mientras que los demás son clientes. El garzón debiera presentarse, facilitarle el menú a los clientes, tomar las ordenes de los aperitivos y comida, traer vasos y platos vacíos (para simular que trae los tragos y la comida) , despejar la mesa, tomar las órdenes de postres y café, servir platos y tazas vacías, y presentar la cuenta al final del servicio.

Antes del juego de rol, distribuya la Guía II.d Lista de Chequeo para el Juego de Rol, y deje que el grupo la estudie por unos minutos. Pida a los miembros de la audiencia que evalúen al garzón utilizando la Lista de Chequeo como referencia.

Al final del Juego de Rol, pida los comentarios del mesero o garzón, los clientes y la audiencia. Asegúrese de mencionar los puntos positivos primero, y alabe al garzón (a) por las cosas que hizo correctamente. Luego, de manera constructiva, indíquele donde se pudo haber mejorado algo.

Este Juego de Rol se enfoca en el servicio, antes que en las habilidades de venta, así que no es necesario que el garzón (a) exhiba buenas técnicas de ventas en este punto. La práctica en ventas vendrá más adelante en el curso.

Haga algunos de estos juegos de rol, seleccionando diferentes personas del grupo para que los actúen. Si el grupo necesita mucha práctica, usted puede tener que citar a otra reunión exclusivamente para practicar las habilidades en el servicio. Usted puede arreglar unas cuantas mesas, con miembros del grupo haciendo de clientes. Otros miembros del grupo pueden servirles comidas "imaginarias". Utilizando la Lista de Chequeo, cada garzón (a) puede ser evaluado por los "clientes" de la mesa. Sería una buena idea tener un administrador o entrenador presente en cada mesa para dirigir la discusión y tener a todos poniendo atención. Si los garzones (as) son nuevos o no tienen muchas habilidades, usted debiera demostrar el correcto servicio antes de hacerlos practicar. Practique un Juego de Rol del Servicio actuado por usted o uno de sus más experimentados colaboradores.



Guía II.a

Como dar un Servicio Cortés

Trate a sus clientes como VIP (Very Important Person). Mímelos. Hágalos sentir especiales... ¡y se verá reflejado en sus propinas!

Aquí hay algunas sugerencias que harán que los clientes le adoren. ¿Tiene usted otras más?

1. Salude a los clientes y preséntese.
2. establezca contacto visual y sonría en forma natural.
3. Ayúdeles a sentarse corriéndoles las sillas y acomodándolos.
4. Desdoble las servilletas y póngalas en las faldas de los clientes. (opcional)
5. Abra el menú y entregue uno a cada cliente, las mujeres primero.
6. Diríjase al cliente por su nombre si lo conoce, ejemplo: Don Pedro. (las tarjetas de crédito traen el nombre del cliente)
7. Sirva el vino. Sirva las salsas. No deje que los clientes se sirvan solos - para eso usted está ahí.
8. Prenda los cigarrillos a sus clientes.
9. Muestre paciencia con aquellos clientes que cambian de parecer o se toman mucho tiempo para hacer su orden.
10. Al traer los platos, dígales que disfruten su comida.
11. Durante la comida, asegúrese que todo esté o.k., y averigüe si sus clientes necesitan algo más.
12. Si un cliente se queja por algo, muestre interés y preocupación al respecto, e informe a su administrador.
13. Cuando los clientes estén por irse, agradézcales afectuosamente y ayúdeles con sus abrigos.
14. Si le piden algo no diga "no hay problema", es mejor decir "Con mucho gusto" o "encantado".

¿Cuáles son sus sugerencias para dar un servicio cortés?



Guía II.b

Las Reglas del Servicio

Hay ciertas clásicas reglas del servicio que se han convertido en esenciales en todos los restaurantes finos alrededor del mundo. Estas reglas de servicio describen la manera de servir, que hace de su cena o comida, una experiencia lo más conveniente y agradable posible para el cliente.

Todas estas reglas tienen un sentido. ¿Puede usted imaginarse la razón para cada una de ellas?

1. Cuando dos o más personas están comiendo juntas, sirva al grupo completo al mismo tiempo.
2. Sirva a las señoras primero.
3. Enumere los miembros de su mesa, para así saber quien ordenó cada cosa.
4. No se apoye en la mesa al escribir en la comanda. Párese derecho y apoye la comanda en su mano.
5. Siempre utilice una bandeja al llevar y servir los tragos en la mesa.
6. Nunca ponga la bandeja en la mesa al servir. La bandeja debiera descansar en una mano, mientras los tragos son servidos con la otra.
7. Ponga las cucharas y cuchillos de comida a la derecha del cliente; el filo debiera apuntar hacia adentro. Ponga los tenedores a la izquierda del cliente, el tenedor de ensalada por fuera. (Los cuchillos de mantequilla se suelen poner en el plato de pan, que generalmente van a la izquierda.)
8. Ponga los vasos y tazas a la derecha del cliente, con la oreja hacia la derecha. Las bebidas debieran ser servidas por la derecha.
9. Al servir, no se cruce sobre los clientes. Muévase alrededor de la mesa antes de cruzarse por encima de los clientes.
10. Retire los platos solo cuando todos hayan terminado de comer. Retire los vasos con aperitivos en cuanto estén desocupados y sugiera a los clientes otro trago.
11. Por razones sanitarias, observe las siguientes reglas:
 - No toque los bordes de los vasos o tazas. Sosténgalos por la base o por el cuerpo.
 - Toque la cuchillería solo por el mango.
 - Mantenga sus dedos por el borde del plato en vez de tocar adentro de el o la misma comida.
 - No tome los saleros o pimenteros por arriba.
12. Cambie los ceniceros tanto como sea necesario, tapando por arriba el cenicero sucio con el limpio. Esto previene que las cenizas vuelen hacia la comida. No agrupe los ceniceros sobre los platos o en las bandejas a la vista de los clientes.
13. Presente la cuenta cara abajo en una bandejita limpia. Para el servicio de cena, presente la cuenta solo después de haber sido solicitada. Para el servicio de almuerzo, tenga la cuenta lista sin tener que esperar necesariamente que la pidan.



14. Sirva los platos con la entrada mirando hacia el cliente y cualquier otro ítem o guarnición, apuntando hacia el centro de la mesa.
15. Los platos para ensalada debieran ser ubicados a la izquierda del cliente.
16. Sirva los pasteles y tortas de manera que la punta del trozo apunte hacia el cliente.
17. La cuchillería sucia debiera ser retirada después de un plato, y reemplazada por cuchillería limpia antes de servir el próximo plato.
18. Despeje la mesa por completo después de terminado el plato principal. Los vasos con agua deben mantenerse y ser rellenados constantemente. Los tragos que no han sido terminados también debieran ser dejados en la mesa. Los saleros y pimenteros son removidos generalmente en este punto. Limpie la mesa utilizando servilleta doblada tomada con tenazas (cuchara y tenedor) para depositar las migas en un pequeño plato sostenido al borde de la mesa.
19. Distribuya los menús de postres después de despejar y limpiar la mesa.
20. Despeje la mesa despacio - evite hacer sonar los platos entre sí.
21. El vino no debiera ser servido más allá de 1/3 a 1/2 de la copa. No llene las copas hasta arriba.
22. Asegúrese que el garzón o mesero observe las reglas del servicio.



Guía II.c

Control de Servicio

Nombre: _____ Fecha _____

Responda cada pregunta, como se indica.

1. Cuando hay hombres y mujeres sentados en una mesa (seleccione uno):

_____ a) Servir de izquierda a derecha.

_____ b) Servir a las mujeres primero.

_____ c) Servir en dirección a los punteros del reloj, comenzando por el anfitrión.

2. Los vasos debieran ser puestos al lado _____ del cliente.

3. ¿Por qué es importante enumerar a los clientes en cada mesa?

4. (Responda verdadero o falso.) Si usted solo está llevando un trago a una mesa, no es necesario utilizar una bandeja _____.

5. (Responda verdadero o falso.) Está bien poner los dedos en los vasos para despejar una mesa después que los clientes se hayan retirado _____.

6. Algunas cosas que usted puede hacer para servir a los clientes cortésmente son: saludarlos amistosamente, encender sus cigarrillos, agradecerles cuando se retiren.

Mencione 5 cosas más en que usted pueda brindar un servicio extraordinario a sus clientes:

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____



7. ¿A qué lado del cliente pondría usted platos para ensalada servidos con la entrada principal? _____ .

8. ¿A qué lado del cliente pondría usted los siguientes elementos?

Tenedor _____ Cuchillo _____ Cuchara _____

9. Tres clientes han terminado sus aperitivos, mientras, un cuarto invitado de la mesa está todavía terminando el suyo. ¿Qué hace usted? (Seleccione una alternativa)

_____ a) Retirar los platos de los 3 que terminaron.

_____ b) Esperar hasta que la última persona termine antes de retirar los platos y servirles el plato principal.

_____ c) Preguntarle a los que terminaron si quieren que les sean retirados sus platos.

10. ¿Hasta donde debería llenar las copas de vino?



RESPUESTAS AL CONTROL DE SERVICIO

1. **b) Servir a las mujeres primero.** Las mujeres siempre han de ser atendidas primero, comenzando por las de más edad.
2. **Derecha.** Ya que la mayoría de las personas son diestras, los vasos y tazas van siempre a la derecha.
3. Usted debe numerar los miembros de la mesa **para poder servirles sin tener que preguntar quien pidió qué.** Esto demuestra más atención a los clientes y es un servicio más agradable cuando sabes quién ordenó que cosa.
4. **Falso.** Una bandeja se debe usar cuando vasos o utensilios son llevados a lo largo del salón.
5. **Falso.** Es insalubre poner los dedos dentro de los vasos. Esto puede propagar gérmenes a usted y a otras personas. Además se ve desagradable para otros clientes en el salón - incluso si usted está llevando un trago o un vaso vacío. La bandeja se ve más profesional y reduce el riesgo de chorrear o quebrarse.
6. Hay muchas respuestas correctas. Por ejemplo:
 1. Presentarse por su nombre a sus clientes.
 2. Al servirles, decirles que disfruten su comida.
 3. Servir café, cerveza y vino a los clientes. No los deje servirse cuando usted puede ayudarles.
 4. Ayude a sus invitados a sacarse y ponerse sus abrigos.
 5. Córrales la silla y ayúdeles a sentarse.
7. En el lado **izquierdo.** Estos platos al igual que los de pan, van a la izquierda.
8. Los tenedores se ponen a la **izquierda**, cuchillos y cucharas a la derecha.
9. **b) Espere hasta que la última persona termine antes de remover los platos y servir el plato principal.** Es de mala educación retirar los platos de la mesa antes que todos hayan terminado un plato, ya que se ve como si los estuviese apurando a las personas lentas, lo que los puede hacer sentir incómodos.
10. **Un tercio a la mitad de lleno.** Las copas de vino no debieran ser llenadas hasta arriba, para poder permitir que el bouquet llene la porción superior de la copa. Esto también da espacio para agitar el vino sin salpicar.

Más conocimiento complementario y especializado en el libro JUNTOS PODEMOS, Manual de Servicio para hoteles y restaurantes, en el MANUAL ESTÁNDARES DE SERVICIO PARA RESTAURANTES, y videos disponibles en www.hsu.cl



Guía II.d

Lista de Chequeo para el Juego de Rol de Servicio

	SI	NO
1. ¿Estaba el garzón ordenado, limpio, vestido apropiadamente y bien arreglado?	___	___
2. ¿Estaban las mesas y sillas limpias y sin migas? Estaba la cuchillería limpia sin manchas?	___	___
3. ¿Estaba la mesa bien puesta, con utensilios, sal, pimienta, cenicero, etc.?	___	___
4. ¿El mesero le atendió en forma cortés y le hizo sentir bienvenido antes de tomar su orden?	___	___
5. ¿Le tomaron la orden correctamente? ¿A tiempo?	___	___
6. ¿Le trajeron sus tragos en bandeja? ¿Fueron servidos los tragos a la derecha de los clientes, sin tener que cruzarse por sobre los clientes?	___	___
7. ¿El garzón le entregó sus vasos sin ponerles los dedos en el borde?	___	___
8. ¿Fue su pedido servido sin tener que preguntar a nadie quién ordenó qué?	___	___
9. ¿Se cambió los ceniceros cuando fue necesario?	___	___
10. ¿Se despejó y limpió la mesa apropiadamente antes de tomar la orden del postre?	___	___
11. ¿Esperó el garzón (a) que todos terminaran de comer antes de despejar la mesa?	___	___
12. ¿El café y el postre fueron servidos apropiadamente?	___	___
13. ¿El garzón (a) le dio la impresión de estar disfrutando de atenderle?	___	___



Servicio

COMENTARIOS ADICIONALES ACERCA DEL SERVICIO:



Tópico III ***Venta Sugestiva***

Plan de Lección para Tópico III: Venta Sugestiva

El propósito de esta sección es enseñar las técnicas de venta sugestiva y darle al grupo la oportunidad de practicar estas técnicas bajo supervisión.

TIEMPO SUGERIDO: 3 - 4 horas.

AYUDA: Pizarra.
Menús para todos los participantes.
Mesa preparada para cenar al frente del salón,
con sillas para 4 invitados.

GUÍAS: III.a Consejos para una Venta Sugestiva.
III.b Ejercicio de Venta Sugestiva.
III.c Lista de Chequeo para el Juego de Rol de Ventas.

PUNTOS A CUBRIR: A. Introducción
B. Pre-requisitos para vender.
C. Cómo sugerir ítems.
D. Ejercicio de Venta Sugestiva.
E. Juego de Rol de Venta Sugestiva.



A. INTRODUCCIÓN

¿Qué queremos decir con vender?

“¿Qué es vender?”

“En este negocio, vender es nada más que sugerir. Usted vende ítems simplemente llamando la atención de la gente a ítems en particular que ofrecemos y preguntándoles cual de ellos le gustaría tener.”



Hacer sugerencias es bueno para todos.

“Es un beneficio para todos sugerir ítems; para el cliente, la compañía y usted.”

“Los clientes se benefician porque hacerles sugerencias es parte de darles un buen servicio. Muchos clientes están demasiado ocupados hablando o pensando en otras cosas como para leer el menú dedicadamente. Usted es el experto, usted sabe los ítems que tiene en el restaurante, y dárselos a conocer para llamar su atención es parte de ponerle atención al cliente”.

“La compañía se beneficia de sus sugerencias porque aumenta las ventas. El hecho es que comer, incluso en grandes cantidades, comprar en general, es influenciado por sugerencias. Toda la publicidad consiste en sugerir ítems al público. Cuando se trata de comer, usted puede tener un antojo repentino luego que alguien lo mencione. Por ejemplo, si usted sugiere Amaretto a sus clientes como un licor después de la comida (no bajativo) durante las próximas 2 semanas, lo más probable es que venda Amaretto”.

Si usted no lo menciona, es probable que no venda ni uno solo de estos tragos (y usted habrá privado a aquellos que gustan de este trago pero que no se les ocurrió pedirlo, del placer agregado que este trago pudo producir en la experiencia del cliente en el restaurante).

“Además, usted se beneficia de las sugerencias, porque aumenta sus propinas. ¿Cómo?”
(RESPUESTAS ESPONTÁNEAS)



“Sugerir ítems aumenta sus propinas de 2 formas:

- 1) Las sugerencias aumentan las ventas, lo que aumenta sus propinas porque el monto total de donde se basa su propina aumenta.
- 2) Las sugerencias también aumentan su porcentaje de propinas. Cuando los clientes compran el ítem que usted les sugirió, está consumiendo más, poniéndose más contento, posiblemente comiendo algo inusual o algo que le fascina - y que usted sugirió. El crédito que usted obtiene por sugerir estos ítems, se verá reflejado en su propina.

¿Lamentarán los clientes las sugerencias?

Es un miedo real en muchas personas que trabajan atendiendo restaurantes, sin experiencia en ventas, creen que presionarán o serán ofensivos si comienzan a vender agresivamente. Es importante dejar esta noción desde el comienzo, si quiere hacer que estas personas aumenten sus ventas.

“¿Cuántos de ustedes piensan que sería asfixiante u ofensivo sugerir ítems a los clientes? ¿cuántos de ustedes piensan que los clientes lamentarán las sugerencias que usted les haga, y que sería mejor que dejara que el cliente decida solo lo que quiere comer y usted solo tomar la orden?” (RESPUESTAS ESPONTÁNEAS)



“Es comprensible que usted piense esto. Los vendedores tienen una mala fama hoy en día. La gente sospecha de los vendedores, sienten que tratarán de convencerlos y manipularlos. ¿no es cierto?

¿qué ideas vienen a su mente cuando escucha la palabra VENDEDOR?... bueno ya sabe la respuesta.

“Hay buenos y malos vendedores, tal como hay buenos médicos y hay curanderos, etc. En cada profesión hay buenos y malos practicantes, pero eso no significa que la profesión, como tal, no tenga valor.”

“Cuando usted cree que un vendedor está siendo asfixiante u ofensivo. ¿En qué casos se aplica esto? ¿Qué tendría que hacer usted para que el cliente se sintiese así?”



“Es solo cuando el cliente dice no y el vendedor sigue insistiendo, tratando de forzar un producto al cliente después que este ya lo ha rechazado. Esto no es lo que le pedimos que haga - para nada. Solo digo que hacer sugerencias y si el cliente las rechaza, está bien. Si el cliente dice no a una sugerencia, solo muestre que su decisión está bien para usted, que solo le está sugiriendo algo para su placer, y déle el mismo buen servicio sin importar lo que decida. De este modo, el cliente nunca lamentará que usted le haya preguntado, y usted puede sugerir varios ítems a lo largo de la comida, y por ende, aumentar sus oportunidades de aumentar las ventas.”

“¿Alguien tiene alguna duda al respecto? ¿alguna auto crítica, preguntas, consultas sobre las ventas? Escuchémoslas.”
(HAGA UNA PAUSA Y ESPERE RESPUESTAS)



B. PRE-REQUISITO PARA VENDER

Aclare que es importante tener un conocimiento extenso de los ítems del restaurante para así poder maximizar las ventas. Es crucial saberse el menú, lo que trae cada plato, como está preparado y su sabor. Es también muy importante saber la pronunciación correcta de los nombres de los productos importados, especialmente de los vinos. Si un mesero (a) no sabe como pronunciar correctamente el nombre de un vino en particular, jamás lo sugerirá a nadie. Es también muy importante conocer los vinos, por ejemplo saber sus características, su sabor y con qué comidas quedan bien, para de esta forma poder hacer una sugerencia inteligente al cliente.

Si hay algún trago especial que ofrezca el restaurante, es también importante saber los ingredientes que trae.

Mencione el hecho que habrá una clase de menú y otra de vinos como parte del programa, si usted tiene la intención de hacerlo.

Pregunte al grupo:

“¿Qué ítems tenemos en el restaurante, que los clientes pueden no ordenar automáticamente?
¿Qué ítems puede usted sugerir?”
(RESPUESTAS ESPONTÁNEAS)

Las respuestas debieran incluir:

- cocktails
- aperitivos
- agregados - como vegetales, papas, etc., (si el menú es a la carta)
- vino
- postre
- café
- licores después del café (no bajativos)

“¿Por qué la gente prefiere comprar estas cosas?”
(RESPUESTA ESPONTÁNEAS)



Las respuestas podrían incluir:

- La gente compra cocktails cuando recién llegan, para relajarse, ambientarse, porque es una ocasión especial y hay que hacer un brindis, porque es un lujo que generalmente no se dan en sus casas, etc.
- La gente compra aperitivos para abrir su apetito porque algo que nunca han probado antes llama su atención.
- La gente compra agregados porque tienen apetito, y porque hay algo con que quisieran acompañar su plato principal, como unos vegetales verdes o unas papas.
- La gente compra vino por su sabor, porque es popular con la cena, porque quieren probar un vino nuevo, etc.
- La gente compra postres porque es una ocasión especial y el postre es una atención especial que en sus casas no se permiten.
- La gente compra café porque es común tomarse un café después de las comidas; y pueden querer algún café especial, como Café Irlandés, porque es poco común.
- La gente compra licores para después del café porque suelen disfrutar un sabor dulce después de sus comidas y puede tener menos calorías que un ostentoso postre.

El único punto aquí es convencer al garzón (a) que estos ítems son deseables. Comer afuera es especial, mucha gente prefiere ser más indulgente, por ejemplo, para comer y tomar más que lo que probablemente consumirían en casa. Así el contexto conduce a una venta.

“Ahora, revisemos como realmente hacer sugerencias.”

C. COMO SUGERIR ITEMS

La importancia de 2 factores:

“al sugerir un ítem, 2 factores son importantes:

- 1) Lo que dice (escribir en la pizarra)
- 2) Como lo dice (su actitud)



Discutamos cada uno de estos factores.”

Su Actitud

“¿qué cree usted que puede ser importante en lo concerniente a la actitud? ¿qué tipo de actitud sería de ayuda al vender? (respuestas espontáneas).



“De hecho, usted da su propia opinión sobre un ítem con su actitud. Si usted es indiferente o se disculpa al sugerir cosas, su actitud implica que usted no cree que vale la pena comprar el ítem. El cliente puede sentir su actitud y puede influir en su decisión. Después de todo, usted es el experto, usted trabaja ahí, usted conoce el sabor de estos ítems y como son preparados, y si usted no se muestra muy entusiasmado con estos, ¿por qué habrían de estarlo los clientes?



“Como siempre, si hay entusiasmo en su manera de sugerir cosas, usted dará a los ítems su aprobación, y generará interés en el cliente.

“¿Cómo cree usted que se adquiere esta misteriosa cualidad llamada entusiasmo? ¿qué cree usted que le haría sentir entusiasmado por una cierta comida, trago, producto, persona o algo? (respuestas espontáneas)



“No proviene de pretender que usted cree que algo es bueno cuando en realidad no lo piensa así. Usted no tiene que ser falso o deshonesto. El entusiasmo genuino viene de estar auto convencido que los ítems que sugiere son buenos y que vale la pena comprarlos. Si usted está convencido, entonces usted automáticamente sonará entusiasta al sugerir.

“Así que, mi consejo sería sugerir ítems que usted realmente disfrute, que usted crea que vale la pena comprar. Estas son las sugerencias más entusiastas que usted le puede hacer a sus clientes.

“¿Algún comentario sobre esto? ¿Alguien tiene algo que añadir acerca de la actitud?” (comentarios espontáneos)



Lo que dice

“En cuanto a lo que a usted dice, puede comenzar por nombrar un ítem al cliente. Cuando no está claro qué es el ítem, usted debiera también describirlo al cliente. Ej: “¿Quisiera usted probar nuestro Café Holandés? Es café con licor de chocolate con menta y cubierto con crema fresca batida.” Si el cliente está pensando en el ítem que usted sugirió, diga más. Dígale el sabor que tiene, lo que lo hace especial, etc. Entregue al cliente información para que el pueda decidirse. Diga todo lo que el cliente espera escuchar.

“¿Qué hacer si el cliente dice no?” (respuestas espontáneas)

“No presione. Siempre acepte la decisión del cliente, y muestre que es un placer atenderle. Esto le permitirá hacer muchas sugerencias sin que el cliente se sienta apurado o incómodo.”

“Ahora discutamos sobre algunas maneras específicas en que usted puede sugerir ítems a los clientes y aumentar sus ventas. ¿Tiene usted algún consejo, técnica que le funcione para que las comparta con nosotros? (respuestas espontáneas)



“Algunos consejos que puedo darles son: *(escribir en la pizarra)*

- Sea específico. En vez de preguntar al cliente si desea un aperitivo o postre, mencione algunos específicos. Hacer sugerencias específicas abre el apetito del cliente.
- Mencione ‘fresco’. Cuando algo sea fresco, méncionelo. Esto hace al ítem mucho más apetecible. Ej: “Nuestro pescado es fresco. Lo traen todos los días,” o “Tenemos frutillas frescas hoy!” *(de ejemplos que se apliquen a su restaurante)*
- Sugiera lo inusual. Los ítems inusuales atraen la atención. ¿qué tenemos que sea inusual?.
- Sugiera los ítems más rentables. Si los ítems inusuales atraen la atención, los más rentables generan mayores ganancias. ¿qué tenemos que sea inusual y muy rentable?.



“¿Qué otros consejos de ventas puede compartir con nosotros?”

Distribuya el Guía III.a Consejos Para la Venta Sugestiva, y discuta los puntos que no fueron previamente mencionados.



D. EJERCICIO DE VENTA SUGESTIVA

Distribuya el Guía III.b, Ejercicio de Venta Sugestiva, y hágalos trabajar en cada pregunta y anotar sus propias respuestas. Luego que hayan completado el ejercicio, hágalos discutir sus respuestas, ofreciéndoles sugerencias a lo largo de la revisión.



E. JUEGO DE ROL DE VENTA SUGESTIVA

Ahora que sabe la teoría, y el grupo ha practicado formulando sus propias sugerencias, es hora que ellos apliquen sus conocimientos. La práctica es crucial para convertirse en un buen vendedor. Usted puede comenzar la práctica con ejercicios de juego de rol. **Distribuya el Guía III.c, Lista de Chequeo para el ejercicio de Juego de Rol**, y revíselo con el grupo. Puede separarlos en pequeños grupos primero. Tres personas por grupo. Dos serán clientes y uno será el garzón (a) (Se pueden alternar en cada rol). Hágalos practicar tomando órdenes y haciendo sugerencias. El mesero o mesera debería saludar a los clientes y sugerirles cocktails. Luego, debiera tomar la orden de la cena, y luego la de los postres. Los clientes deben evaluar su desempeño utilizando la **Lista de Chequeo**. No necesitarán nada más que el menú. Usted debería ir rondando de grupo en grupo y ver como van progresando.

Luego de este ejercicio, usted puede tener unas cuantas prácticas de juego de rol en frente de todo el grupo. Seleccione 3 a 4 personas para hacer de clientes y uno para ser el garzón (a). El resto del grupo debiera evaluar al garzón (a), y discutir sus evaluaciones al final. Todo esto debiera hacerse de manera positiva y constructiva. Debiera ser divertido. No debería poner a nadie ‘en la mira’. Mencione que es siempre más fácil ver y pensar en lo que se dice y en la mejor manera de haber manejado una situación, que estar en dicha situación.

Entonces, la audiencia está siempre en ventaja sobre la persona que interpreta al garzón o mesero. Esto debiera poner a los actores más tranquilos frente a las críticas. También los puntos positivos debieran ser mencionados, y alabados.

Pregunte al grupo si hay comentarios finales o preguntas antes de concluir la sesión.



Guía III.a

Consejos para una Venta Sugestiva

1. SUGIERA VARIAS COSAS A LO LARGO DE LA COMIDA.

... tales como:

- cocktails
- aperitivos
- ensaladas, vegetales, papas, u otros agregados. postre
- café y café especial
- licores después del café
- vinos

(evite decir “bajativo” pus da la impresión de estar atorado y necesita algo para “bajar” la comida...es mejor llamarlo por su nombre).

2. DE UN BUEN SERVICIO EN GENERAL

Siempre trate de satisfacer a sus clientes y hacer de su experiencia lo más agradable posible. Haga sugerencias sinceras y honestas, como parte de su buen servicio y consideración.

3. CONOZCA SU MENU

Conozca los ítems que tiene para ofrecer, los ingredientes que llevan, la preparación, y la forma de describirlos al cliente.

También, conozca los vinos para sugerirlos con diferentes comidas.

4. SUGIERA LOS ÍTEMS QUE LE GUSTAN

Sugiera lo que usted crea delicioso, y que represente un buen valor.

5. SEA ESPECIFICO

En vez de preguntar al cliente si quiere un “aperitivo”, o un “postre”, mencione platos específicos para abrir el apetito del cliente.

6. MENCIONE “FRESCO”

Si algo es fresco, dígallo. Ej: “frutillas frescas,” o “mariscos frescos.”

7. SUGIERA LO INUSUAL.

Si su restaurante tiene algo inusual en el menú, como un “helado de mango con macedonia”, méncionelo.

8. MENCIONE LOS ESPECIALES DEL DÍA

Si un ítem no está en el menú, o es el especial del día, asegúrese que sus clientes lo sepan.



9. SUGIERA RELLENAR SUS TRAGOS

Cuando se acerque a la mesa a retirar los vasos vacíos, tome esa oportunidad para ofrecer un nuevo trago o vino.

10. DESCRIBA EL ÍTEM QUE SUGIRIÓ

Si el cliente está pensando en el ítem que usted sugirió, descríbalos. Diga al cliente lo que es, como se prepara, el sabor que tiene, como viene servido, etc. Por ejemplo: "¿Qué le parece nuestra piña al vapor con helado de vainilla? Tomamos un trozo fresco de piña y lo hacemos al vapor para que quede bien caliente. Luego añadimos un toque de un rico helado de vainilla. La combinación queda deliciosa."

Diga todo lo que el cliente esté interesado en escuchar.

11. SI EL CLIENTE DICE NO

... a su sugerencia, no lo presione. Siempre acepte la decisión del cliente. Muestre que aunque el cliente diga si o no a su sugerencia, será igual un placer servirlo. Esto le permitirá hacer muchas sugerencias sin que el cliente lo lamente o se sienta presionado para comprar.

12. ¿QUÉ PASA SI UNA SUGERENCIA SALE MAL?

Ocasionalmente un cliente puede quejarse por un ítem que usted sugirió. Si usted adquiere el hábito de describir las cosas a los clientes, las quejas serán muy escasas, porque las personas sabrían lo que comerán de antemano.

Si usted recibe una queja, haya o no haya sugerido el ítem, usted debe tratar de mejorarlo, si es posible. Ej: un fuerte Café Irlandés puede siempre hacerse más suave, o un Pisco Sour muy seco puede siempre ser endulzado. Si no se pueden hacer mejoras, notifique a su jefe. Si un ítem es devuelto sin ser consumido, las posibilidades son que su administrador no cobre por ese plato. Hay formas de corregir situaciones para que el cliente quede satisfecho y de buenas propinas, así que no deje que el miedo de que al cliente no le guste su sugerencia lo detenga de una venta sugestiva.



Guía III.b

Ejercicio de Venta Sugestiva

1. ¿Qué tipo de cocktail sugeriría usted en un cálido día de verano, y cómo lo describiría?

¿Qué cocktail sugeriría usted en un frío día de invierno, y cómo lo describiría?

2. Nombre 2 aperitivos que a usted le gusten:

1) _____ 2) _____

¿Cómo los describiría a sus clientes?

1) _____

2) _____

3. ¿Qué vino recomendaría con pescado, y cómo lo describiría?

¿Qué vino recomendaría con carnes rojas y como lo describiría?

4. Describa 2 de sus postres favoritos que son servidos en su restaurante:

¿Qué postre recomendaría a alguien que está a dieta?



5. ¿Qué licores para después de cenar sugeriría usted a un hombre?

6. ¿Qué otros ítems sugiere o le gustaría sugerir al cliente?



Ventas

Guía III.c

Lista de Chequeo para el Juego de Rol de Ventas

EL GARZÓN (A) _____	SI	NO
1. ¿Saludó a los clientes de manera cortés?	___	___
2. ¿Sugirió algo de lo siguiente:	___	___
- cocktails	___	___
- aperitivos / sopas	___	___
- acompañamientos	___	___
- vinos	___	___
- postre	___	___
- café	___	___
- licores después del café	___	___
3. ¿Preguntó si quería rellenar sus bebidas o un nuevo trago?	___	___
4. ¿Hizo sugerencias específicas?	___	___
5. ¿Mencionó que algunos ítems eran frescos?	___	___
6. ¿Sugirió ítems inusuales?	___	___
7. ¿Mencionó los especiales del día?	___	___
8. ¿Describió el ítem a los clientes que pensaban ordenar eso?	___	___
9. ¿Mostró un buen conocimiento del menú?	___	___
10. ¿Mostró un buen conocimiento de vinos?	___	___
11. ¿Mostró entusiasmo, que implicaba que el garzón (a) realmente creía que el ítem es bueno?	___	___
12. ¿Sugirió de manera directa, sin presionar?	___	___
13. ¿Dio un buen servicio en general?	___	___
14. ¿Mostró el mismo placer de servir, aunque el cliente haya dicho que no a su sugerencia?	___	___



Ventas

COMENTARIOS ADICIONALES SOBRE EL JUEGO DE ROL:



Tópicos IV - VIII
Operación del Restaurante
Menu
Vinos
Prueba de Desempeño
Auto - Evaluación y Metas

Plan de la Lección para los Tópicos IV - VIII

TOPICO IV: OPERACIÓN DEL RESTAURANT

Los garzones o meseras debieran tener la oportunidad de sugerir mejoras y de dar a conocer sus problemas con ciertos aspectos de la operación del restaurante. El propósito de este tipo de reunión es obtener información de parte del staff sobre las cosas que les atrasan, que disminuyen su eficiencia, que estorban al dar un buen servicio y al maximizar sus ventas. Ejemplos como: no hay suficientes cucharas de sopa, entonces ellos no quieren sugerir sopas; a menudo hay una fila de garzones en el bar, entonces no les dan ganas de sugerir cocktails; se tarda mucho en obtener la comida de la cocina, así que pasan mucho tiempo dentro de la cocina esperando, en vez de atender a los clientes en el comedor, etc.

Sus quejas pueden ser o no legítimas. Usted puede ser capaz de hacer algo para cambiar una situación que les cause problemas o puede no hacerlo. Algunas veces pueden haber cosas que el garzón o mesero puede y debe hacer para evitar el problema. Pueden haber muchas respuestas a las preguntas que aparecerán. Sin embargo, es importante que aliente a sus empleados a ser abiertos sobre los problemas que tengan, para algunos pueden resolverse, y por ende hacer del servicio y la venta algo más práctico y rentable.

Dígale al grupo avanzado que usted hará esta reunión. Son libres de hacer sus comentarios en la reunión, o hacerlos anónimamente antes de la reunión (posiblemente en un buzón de sugerencias preparado para este propósito).

En la reunión, usted puede querer escribir los comentarios del grupo en una pizarra, y abordarlos uno a uno. Incluso si no hay nada que se pueda hacer sobre un problema en particular, una respuesta y la razón de esto debiera darse al staff.

Usted puede querer tener otra reunión de este tipo unas semanas más tarde para hacer un seguimiento de las sugerencias hechas, y de las soluciones que ya han aplicado.

Esto creará una sensación de buena voluntad si el staff sabe que usted ha escuchado sus problemas y que hizo lo posible para ayudarles a hacer un buen trabajo.

Esta reunión es también una buena oportunidad para usted de decirle al staff lo que pueden hacer para mejorar su eficiencia.

TOPICO V: CLASE DE MENU

Puede ser necesario tener una o más reuniones para discutir el menú. Los meseros o garzones debieran estar familiarizados con cada ítem, es decir, como se prepara, para que puedan describirlo inteligentemente al cliente. Quizás la ayuda del chef o del administrador de la cocina pueda ser necesaria en estas reuniones. Las Guías que describen el menú pueden ser de mucha ayuda, de otro modo, el grupo puede tener que tomar notas. También puede diseñar una prueba de menú.



En adición a información específica del menú, más información general puede también ser de mucha utilidad. Esto puede incluir una discusión de los distintos tipos de pescado ofrecido, de donde provienen, como se diferencian en gusto, etc. O, una discusión de los variados cortes de carne que ofrecen, cuales son más tiernos, cuales contienen más grasa, y la procedencia del animal puede ser también apropiado conocer.

Otro tópico que puede ser apropiado para su restaurante, puede ser una discusión de las salsas básicas, como están preparadas y a que comidas complementan.

El personal debiera tener una oportunidad de probar cualquier preparación especial, o ítems con los que no estén familiarizados. Pequeñas porciones de cada postre debieran ser ofrecidos al staff para probar.

TOPICO VI: CLASE DE VINOS

Los garzones (as) deben ser alentados a vender con responsabilidad vinos y bebidas alcohólicas. Para ser un buen vendedor de vinos, necesitan saber:

- 1) como pronunciar cada nombre correctamente.
- 2) algo acerca del vino - de donde proviene, la uva, la calidad, la edad, etc.
- 3) el tipo de comida que complementa.
- 4) como sabe y como describir su sabor.

Su proveedor de vinos debiera poder hacer una o más clases al staff sin costo para usted.

La Guía VI, Como servir una botella de vino, le puede ser de gran utilidad.

Ver tambien video servicio de vinos en www.hsu.cl



TOPICO VII: PRUEBA DE DESEMPEÑO

Luego que todas las sesiones de entrenamiento sean completadas, se debe hacer una prueba global de desempeño. **La Guía VII, Lista de Chequeo de desempeño**, le ayudará a evaluar el desempeño de los servidores. Las pruebas de desempeño pueden establecerse en una de varias maneras. Aquí hay 2 ideas:

- 1) Cada garzón (a) tiene que servir una comida para 3 o 4 personas. Los clientes debieran incluir al administrador y a otros garzones (as) en el programa. Esto debiera ser una ocasión para disfrutar minimizando la presión en el garzón (a) lo más que sea posible. Al final de la comida, el garzón debiera ser invitado a sentarse con el grupo. Tomarse un café y dar su propia evaluación de su desempeño. Luego el administrador puede dirigir una discusión del grupo sobre los puntos buenos y de las áreas donde se sugiere hacer mejoras. Todo sobre lo observado en la cena debiera completarse en la **Lista de Chequeo de Desempeño**. Todos deben tener la oportunidad de hacer comentarios.

Cada servidor debe tener una oportunidad de ser ambos, cliente y garzón (a), y el administrador debe estar presente como cliente en cada una de estas pruebas de desempeño. Es recomendable organizar por lo menos 2 de estas pruebas por semana, y tratar de tener al grupo entero aplicando el programa lo más rápido posible.

- 2) Otra forma de hacer la prueba de desempeño, es utilizar todo el equipamiento pero sin la comida. En este caso el mesero (a) servirá vasos y platos vacíos. Este método tiene la ventaja de demorarse menos, ya que el garzón (a) no tendrá que esperar que finalicen de comer antes de pasar al otro paso. Si es posible, cada mesa debiera estar preparada, con un administrador o entrenador en cada mesa junto con los miembros del personal que atiende. Se debe hacer los arreglos para que a todos les toque un turno de atender.

TOPICO VIII: AUTO-EVALUACION Y METAS

Luego que las pruebas de desempeño sean completadas, haga que cada garzón complete la **Guía VIII, Auto-evaluación y Metas**. Usted puede pedir a los miembros del grupo que compartan algunas de sus evaluaciones y metas con el resto del grupo. Usted puede ayudar al personal a establecer metas específicas en ventas y monitorear su progreso.



Guía VI

Como Servir una Botella de Vino

El vino es usualmente servido inmediatamente antes del plato principal, a menos que el cliente indique otra cosa. Vinos blancos y rosados debieran ser puestos en una cubeta con hielo, y abiertos al momento de servir, apoyados en la mesa, dejándolos respirar.

1. Si el vino es blanco o rosado, ponga la botella en una cubeta de hielo, con una servilleta de lino alrededor del cuello. La cubeta debe ser puesta en el lado derecho del anfitrión o del cliente que lo ordenó. Asegúrese que la etiqueta esté frente al anfitrión. El vino tinto debe ser puesto en la mesa en una servilleta de lino, canastillo, o decantador.
2. Presente el vino al anfitrión sosteniendo la botella en su mano y mostrando la etiqueta al anfitrión. (Asegúrese de secar las botellas de vinos fríos con una servilleta para prevenir goteos.)
3. Abra el vino utilizando el cuchillo del sacacorchos y cortando el borde alrededor del labio inferior de la botella sin girar la misma. Abra el vino tinto con la botella en la mesa, con la etiqueta mirando a los clientes. Abra los vinos fríos en la cubeta. Remueva la capa superior y bótela. (no la eche en la cubeta, déjelo en un platillo para ese fin). Limpie el borde de la botella con su paño de servicio para remover el moho que se suele formar debajo.
4. Inserte el sacacorchos en el centro y gire hasta que haya entrado completamente el espiral en el corcho. De vuelta el mango hacia abajo para que descansa en el borde de la botella. Aplique presión hacia abajo con su pulgar y levante el mango cuidadosamente con su mano hasta que el corcho sea removido. No penetre el corcho completamente, ya que eso produciría que caigan pequeños trozos de corcho al vino.
5. Remueva el corcho del sacacorchos y preséntelo en un platillo al anfitrión para su inspección.
6. Cuidadosamente limpie el borde interno de la botella para asegurarse que no queden pequeñas partículas y evitar que caigan al vino. Retire el vino frío de la cubeta y límpielo con su paño de servicio o servilleta. Sostenga la botella en su mano, con la etiqueta hacia el anfitrión. Desde el lado derecho del anfitrión, vierta un poco para que pruebe, rotando la botella suavemente al levantarla para prevenir goteos.



7. Luego que el anfitrión apruebe, sirva a las mujeres primero, otros clientes y al final el anfitrión. Sirva de manera que los clientes puedan leer la etiqueta. Sirva por el lado derecho de cada cliente.
8. Llene las copas de vino tinto 1/2 llenas; llene las copas de vino frío justo debajo de la mitad. Devuelva el vino frío a la cubeta, con una servilleta de lino doblada alrededor del cuello. Devuelva el vino tinto a la mesa.
9. Rellene las copas si es necesario.
10. Cuando la botella de vino frío se termine, no la deje dada vuelta en la cubeta, simplemente llévese la botella. Pregunte a los clientes si desean continuar con el mismo vino o desean cambiar.
11. Visite www.hsu.cl y vea video servicio de vinos.



Guía VII

Lista de Chequeo de Desempeño

Nombre del garzón _____

Nombre del anfitrión _____

Fecha _____

	SI	NO
1. ¿Estaba el staff limpio, ordenado y vestido apropiadamente?	___	___
2. ¿Le saludaron cortésmente?	___	___
3. ¿Le preguntaron si deseaba un cocktail?	___	___
¿Estaban los tragos servidos apropiadamente?	___	___
¿Fueron servidos sin preguntar de quien es cada cosa?	___	___
4. ¿Le trajeron pan y mantequilla prontamente?	___	___
5. ¿Le cambiaron los ceniceros cuando fue necesario?	___	___
¿Los cambiaron como corresponde?	___	___
6. Cuando la orden fue tomada:		
¿Le sugirieron aperitivos?	___	___
¿Le sugirieron acompañamientos con su elección a la carta?	___	___
¿El garzón (a) le recomendó o le trajo algo de comer a la mesa para ayudarle en su decisión?	___	___
Si ordenó ensalada, ¿le preguntaron que aderezo deseaba?	___	___
Si ordenó carnes rojas, ¿le preguntaron el grado de cocción que deseaba?	___	___
7. ¿Fueron servidos correctamente los aperitivos?	___	___
¿Le explicaron las salsas?	___	___
¿Fueron servidos sus platos sin preguntar quien ordenó qué?	___	___
8. ¿El personal esperó hasta que todos hayan terminado para retirar los platos de entrada?	___	___
¿Limpiaron la mesa apropiadamente después del plato de entrada?	___	___
¿Fue necesario cambiar la cuchillería?	___	___
9. ¿Le entregaron una lista de vinos al anfitrión?	___	___
¿Tenía conocimiento de los vinos el mesero?	___	___
¿Estaban los vinos blancos y rosados lo suficientemente fríos?	___	___



	SI	NO
	—	—
	—	—
	—	—
	—	—
	—	—
	—	—
10.	—	—
	—	—
	—	—
	—	—
	—	—
11.	—	—
	—	—
	—	—
	—	—
12.	—	—
	—	—
	—	—
13.	—	—
	—	—
	—	—
	—	—
14.	—	—
	—	—
15.	—	—
	—	—
16.	—	—
	—	—



Guía VIII

Auto Evaluación y Metas

NOMBRE _____

Para cada una de las siguientes preguntas, marque con un círculo el número que se ajuste a usted.

- 1 = Es posible mejorar mucho
- 2 = Algún mejoramiento aún es posible
- 3 = Tengo muy buen desempeño en esta área

- | | | |
|----|--|-----------|
| 1. | Practico muchos de los puntos de la Guías para dar un servicio cortés | 1 - 2 - 3 |
| 2. | Yo regularmente practico las Reglas del Servicio | 1 - 2 - 3 |
| 3. | Me siento muy bien sugiriendo y describiendo los ítems de comidas y bebidas a los clientes | 1 - 2 - 3 |
| 4. | Conozco muy bien el Menú y regularmente describo estos ítems a los clientes | 1 - 2 - 3 |
| 5. | Conozco mucho de vinos; y puedo regularmente describir su sabor y características a los clientes | 1 - 2 - 3 |

Mi promedio de venta (venta por cliente) es \$ _____
 Creo que puedo aumentar este promedio a \$ _____ en _____ (días)

Planeo hacer las siguientes mejoras en mi servicio para alcanzar mis metas de ventas: (observe áreas como entradas, acompañamientos, cocktails, vinos, tragos especiales, postres, cafés especiales, y licores después del café para ver que mejoras en las ventas puede usted lograr.

¿Qué información le ayudaría y dónde podría obtenerla?



Guía VIII

EJEMPLO

Auto Evaluación y Metas

NOMBRE: **Juan Pérez**

Para cada una de las siguientes preguntas, marque con un círculo el número que se ajuste a usted.

- 1 = Es posible mejorar mucho
- 2 = Algún mejoramiento aún es posible
- 3 = Tengo muy buen desempeño en esta área

- | | |
|---|-----------|
| 1. Practico muchos de los puntos de la Guías para dar un servicio cortés | 1 - 2 - ③ |
| 2. Yo regularmente practico las Reglas del Servicio | 1 - ② - 3 |
| 3. Me siento muy bien sugiriendo y describiendo los ítems de comidas y bebidas a los clientes | ① - 2 - 3 |
| 4. Conozco muy bien el Menú y regularmente describo estos ítems a los clientes | 1 - ② - 3 |
| 5. Conozco mucho de vinos; y puedo regularmente describir su sabor y características a los clientes | ① - 2 - 3 |

Mi promedio de venta (venta por cliente) es \$ **11.250**
 Creo que puedo aumentar este promedio a \$ **11.750** en **30** (días)

Planeo hacer las siguientes mejoras en mi servicio para alcanzar mis metas de ventas: (observe áreas como aperitivos, acompañamientos, cocktails, vinos, tragos especiales, postres, cafés especiales, y licores después del café para ver que mejoras en las ventas puede usted lograr.

¿Qué información le ayudaría y dónde podría obtenerla?

1. **Voy a sugerir más aperitivos.. me reuniré con el Barman para que me explique algunos aperitivos nuevos y yo los sugeriré a los clientes de la cena.**
2. **Conozco mucho de vinos, tengo un libro que me prestó el gerente del restaurante y ahora voy a comenzar a vender con mayor seguridad.**
3. **Ofreceré postres en una bandeja, a los clientes para que ellos puedan verlos y así despertar sus ganas de probarlos.**
4. **Visitaré www.hsu.cl para obtener mayor conocimiento.**



Sugerencias para Mantener los Estándares de Desempeño

Inmediatamente que termina el entrenamiento, el desempeño de los garzones y meseros es muy alto. Sin embargo, hay una tendencia a que este desempeño decaiga en el tiempo si no se continúa con el entrenamiento y desarrollando esfuerzos. Esto es especialmente real en garzones y meseros veteranos que tienen mucha experiencia y pobres hábitos de trabajo. Ellos tienen la tendencia a volver a sus antiguos hábitos a pesar del entrenamiento. Para mantener el alto nivel de desempeño, se requiere que el administrador emplee ciertos métodos de monitoreo regular sobre el desempeño y cuidado de los altos estándares logrados. Los métodos a utilizar pueden variar dependiendo de lo que es práctico para cada operación o negocio en particular.

Veamos algunas sugerencias:

1. ESTABLECER METAS DE VENTAS Y MONITOREO

Trabaje con cada garzón o mesero (a) en completar la Guía VIII, de Auto evaluación y Metas. Los objetivos de ventas debieran ser desafiantes y realistas. Monitoree el progreso de sus colaboradores en el logro de sus metas. (si no es posible establecer metas individuales, hágalo para todo el equipo del restaurante). Establecer metas específicas es mucho mejor que decir “venta más” o “atención mejor”.

2. REUNIONES MENSUALES

Reuniones periódicas, breves, bien organizadas pueden ayudarle a mantener los niveles logrados y a prevenir problemas antes que se conviertan en algo serio. Idealmente las reuniones no debieran durar más de media hora y no se requiere mayor frecuencia a una o dos veces por mes. En estas reuniones se puede discutir el estado de los negocios, incluidos los resultados de ventas, consumos medios por persona, costos de comidas, promociones especiales, próximos eventos, etc..

En la reunión también se puede detectar necesidades de entrenamiento y resolver problemas que afectan al conjunto. Es buena idea dar a cada trabajador la oportunidad de hablar, así se pueden detectar posibles problemas en el equipo. Las reuniones deben ser agradables y no un momento para castigar o llamar la atención en frente de todos.

3. PROGRAMAS DE INCENTIVOS A LAS VENTAS

Los Programas de Incentivos son muy apropiados para aumentar las ventas. El incentivo se puede focalizar en un ítem en particular, como vino, postre, aperitivo o venta de plato de entrada. Usualmente se ofrece un premio al vendedor top, como una comida para dos, o entradas al cine o a algún evento deportivo. Esto genera interés y enfatiza la importancia de las ventas.



4. **CLINICA DE SERVICIO**

Una vez a la semana, el supervisor o administrador del restaurante puede conducir una "clínica", una tarde a la semana. El garzón o mesero (a) que requiere mejorar puede ser enviado a la "clínica" para refrescar las clases de servicio y ventas sugestivas.

5. **TEST PERIODICOS DE DESEMPEÑO**

Usted puede testear o medir el conocimiento de sus meseros y garzones periódicamente utilizando la Guía VII para Chequeo del desempeño.

6. **REVISIONES PERIODICAS DE DESEMPEÑO**

Una o dos veces al año, se debe evaluar el desempeño general de cada trabajador, examinando su conducta y desempeño. Esto da al administrador la oportunidad de motivar y reforzar el buen desempeño, y enfocarse en los problemas que necesitan corrección.

Estas son algunas ideas para mantener los estándares de desempeño logrados, que han sido aplicados con mucho éxito en numerosos negocios de restaurantes y operaciones de alimentos y bebidas.



Acerca de HSU. Hospitality and Service University

HSU es EDUCACION E!, ENTRETENIDA, EXTRAORDINARIA, DE EXCELENCIA.

Educación Just in Time

Creemos que hoy no existe una única institución, como tampoco un sólo negocio que pueda proporcionar en un solo programa todas las habilidades, conocimientos y entrenamiento necesarios para trabajar durante toda una vida en el mercado internacional de la hospitalidad y servicios, en consecuencia, cambiamos el enfoque educacional tradicional desde el aprendizaje “en caso de” hacia el aprendizaje “**justo a tiempo**”, “**en cualquier lugar**” y **¡en cualquier momento!**.

Nuestra educación esta basada en **Módulos de Formación** con enfoque en **Competencias Laborales** (conocimientos, habilidades y actitudes) y en el modelo de **Certificación Profesional**, reconoce la experiencia, conocimiento y competencias adquiridas durante la vida laboral.

Potenciación por interacción

Los estudiantes aprenden con atención a sus propios ritmos de aprendizaje, en un avance por módulos y compartiendo con otros profesionales de la industria que poseen un Portafolio similar de conocimientos y experiencias, en su propio lugar de trabajo en, Grupos de Estudio, en foros de conversación y en nuestra comunidad virtual.

Learning by Doing

Hoy, cuando vemos televisión aprendemos, cuando hablamos con alguien aprendemos, cuando leemos el periódico aprendemos, cuando estamos trabajando estamos aprendiendo. Por ello, Aprendizaje y Trabajo será lo mismo, de modo que el lugar de trabajo es también un Campus para el estudiante, el que guiado por un tutor designado por la **Hospitality and Service University** le conduce en el proceso de enseñanza - aprendizaje hasta obtener su **Certificación Profesional**. Con esta modalidad, **se trabaja aprendiendo y se aprende trabajando**.

Docentes

Todos nuestros programas, tanto de auto - instrucción como de clases presenciales, son generados por un calificado cuerpo docente proveniente del ambiente universitario con un sólido conocimiento específico en el sector servicios y, expertos de la industria de la hotelería, el turismo, restauración y retail, todos ellos con gran experiencia internacional.

Este doble origen de nuestros docentes, del ambiente universitario y del mundo operativo, determina el equilibrio entre la teoría y la práctica, mientras la experiencia internacional nos permite hacer posible una enseñanza de carácter universal.

Mayor información acerca de HSU usted puede bajar directamente desde nuestro sitio **www.hsu.cl**

Nuestro teléfono para pedidos: **(56 -2) 223 0949**

Correo: **hsu@hsu.cl**



OTROS LIBROS Y MANUALES, EN FORMATO PDF, QUE COMPLEMENTARAN SU APRENDIZAJE

PRODUCTO - Libros	DIRIGIDO A
JUNTOS PODEMOS Manual de Servicio para Hoteles y restaurantes.	Trabajadores de todos los niveles que se desempeñan en hoteles y restaurantes.
EL DESAFIO DEL SERVICIO Explica como diseñar y administrar servicios y experiencias de atención en la industria de la hospitalidad y el servicio.	Gerentes, Supervisores y Administradores de la industria de la hospitalidad y el servicio.
SUPERVISION Serie Escuela de Supervisores. Libro de autoaprendizaje.	Supervisores de línea de la industria de la hospitalidad y el servicio.
LIDERAZGO Serie Escuela de Supervisores. Libro de autoaprendizaje.	Supervisores de línea de la industria de la hospitalidad y el servicio.
MOTIVACION Y TRABAJO EN EQUIPO Serie Escuela de Supervisores. Libro de autoaprendizaje.	Supervisores de línea de la industria de la hospitalidad y el servicio.
MANEJO DE PROBLEMAS Y CONFLICTOS Serie Escuela de Supervisores. Libro de autoaprendizaje.	Supervisores de línea de la industria de la hospitalidad y el servicio.
HABILIDADES DE COMUNICACION Serie Escuela de Supervisores. Libro de autoaprendizaje.	Supervisores de línea de la industria de la hospitalidad y el servicio.
MANUAL DE OBSERVACION Y CONTROL DEL SERVICIO EN HOTELES	Gerentes de Área o departamentos, Supervisores, y todos aquellos que intervienen en el diseño, entrega y administración del servicio en hoteles.
MANUAL DE OBSERVACION Y CONTROL DEL SERVICIO EN CAMPAMENTOS MINEROS	Administradores de campamento, Gerentes de Servicios de campamentos, Coordinadores de campamentos, Líderes de grupo, Gerentes de Contratos de campamentos, Supervisores de campamentos.
MANUAL DE OPERACIONES DE HOTEL	Gerentes de Área o departamentos, Supervisores, y todos aquellos que intervienen en el diseño, entrega y administración del servicio en hoteles.
DICCIONARIO DE SPANGLISH DE SERVICIO	Personal que atiende público de habla inglesa en la industria de la hospitalidad y el servicio.
MANUAL DE ESTANDARES DE SERVICIO HOTELES 3 Y 4 ESTRELLAS	Gerentes de Área o departamentos, Supervisores, y todos aquellos que intervienen en el diseño, entrega y administración del servicio en hoteles.
MANUAL DE ESTANDARES DE SERVICIO RESTAURANTES	Gerentes de Área o departamentos, Supervisores, y todos aquellos que intervienen en el diseño, entrega y administración del servicio en restaurantes.
MANUAL DE ENTRENAMIENTO PARA RESTAURANTES Manual para que el Administrador capacite a garzones y meseras.	Trabajadores de todos los niveles que se desempeñan en hoteles y restaurantes.
MANUAL DE ENOLOGIA Explica como conocer, apreciar y armonizar vinos y comidas	Gerentes, Supervisores y Administradores de la industria de la hospitalidad y el servicio.





*Consulte por Certificación SOAC!,
el programa más completo
para fortalecer la orientación
al Cliente en toda la organización
y contar con colaboradores
certificados*



Av. Ricardo Lyon 1601 • Of. 903

Tel. (562) 223 0949

Fax (562) 341 3531

Providencia • Santiago • Chile

E-mail: info@hsu.cl

www.hsu.cl