

Geschreven door  
**STIJN VAN BOXTEL & JORDY VAN HEESE**

**OBER!**



**OBER!**

**DÉ GIDS VOOR DE OPKOMENDE  
HORECATIJGER**

**'MET DIT BOEK OVERTREF JE DE VERWACHTING VAN IEDERE GAST'**

Albert Kooy, oprichter Dutch Cuisine & F&B manager Stenden Hotelschool

de **ober** *zelfst.naamw. (m.)*

*Uitspraak: ['obər]*

*Verbuigingen: ober/s (meerv.)*

**beroep van iemand die in horecagelegenheden de gasten bedient.**

*Synoniem: kelner*

*Gezegde: OBER! OBER! - iemand die de ober roept.*

# OBER! OBER!

Dé gids voor de opkomende horecatijger



2021

Geschreven door

**STIJN VAN BOXTEL & JORDY VAN HEESE**



[www.oberober.nl](http://www.oberober.nl)

Eerste druk, augustus 2021  
Tweede druk, september 2021

ISBN 9789082800685  
ISBN e-book 9789082800692

Uitgeverij het uitgeefhuis  
Copyright © 2021 Stijn van Boxtel & Jordy van Heese

Wij vinden het belangrijk om op een milieuvriendelijke en verantwoorde wijze met natuurlijke bronnen om te gaan. Dit boek draagt het FSC-keurmerk en is op een zo milieuvriendelijk mogelijke manier geproduceerd.



[info@oberober.nl](mailto:info@oberober.nl)



[www.oberober.nl](http://www.oberober.nl)



[@oberober\\_](https://www.instagram.com/oberober_)

**DANK AAN:**

Albert Kooy  
Aniek Zeeman  
Fien Boer  
Hugo Massar  
Jona Muilenburg  
Julian Floresse  
Lily Smits  
Lynn Holsheimer  
Noortje van Glabbeek  
Tirza Zeeman  
Wouter van Hoeve

Speciale dank gaat uit naar Paul Ruiten voor de eindredactie.

# OBER! OBER!

# INHOUDSOPGAVE

Voorwoord Stijn & Jordy  
Voorwoord Albert Kooy

## **1. GASTVRIJHEID, DE BASIS**

- 1.1 De kunst van gastvrijheid
- 1.2 Wat past bij jou?
- 1.3 De opbouw van een restaurant
- 1.4 Succesvol inwerken
- 1.5 Rollen & verantwoordelijkheden

## **2. DE VERWACHTINGEN VAN DE GAST**

- 2.1 Wat zijn verwachtingen?
- 2.2 Verwachtingen in de horeca
- 2.3 Verwachtingen: voldoen of overtreffen?

## **3. GUEST JOURNEY: KLAAR VOOR DE START?**

- 3.1 Wat is een guest journey?
- 3.2 Guest journey in de horeca
- 3.3 Voorbereiding
- 3.4 Laatste check
- 3.5 Reserveringen

## **4. GUEST JOURNEY: EEN WARM WELKOM**

- 4.1 Gastvrij communiceren
- 4.2 Verbale communicatie
- 4.3 Ken je talen
- 4.4 Non-verbale communicatie
- 4.5 Het HOGER-model

## **5. GUEST JOURNEY: AAN TAFEL!**

- 5.1 De Gastenscan
- 5.2 Opnemen van dranken
- 5.3 Brengen van de kaart
- 5.4 Serveren van dranken
- 5.5 Opnemen van gerechten

- 5.6 Serveren van gerechten
- 5.7 Kwaliteitscontrole, is alles naar wens?
- 5.8 Uithalen van borden
- 5.9 Dessert, koffie & thee

## **6. GUEST JOURNEY: AAN AL HET MOOIS KOMT EEN EINDE**

- 6.1 Afrekenen
- 6.2 Tot ziens!

## **7. HORECASKILLS**

- 7.1 Het dragen van een dienblad
- 7.2 Het dragen van borden
- 7.3 Het opdekken van een tafel
- 7.4 Het tappen van bier
- 7.5 Het schenken van wijn
- 7.6 Rekening houden met allergieën

## **8. DE KUNST VAN HET (BIJ)VERKOPEN**

- 8.1 Cross- en upselling
- 8.2 Vragen stellen, een kunst?
- 8.3 Win, Win, Win

## **9. ETIQUETTE IN DE HORECA**

- 9.1 Etiquette gast
- 9.2 Etiquette personeel

## **10. WAAROM MOET JE BLIJ ZIJN MET EEN KLACHT?**

- 10.1 Het ontstaan van klachten
- 10.2 Van klager naar ambassadeur met LEARNIT
- 10.3 Het zesde zintuig

## **11. WEET WAT JE VERKOOPT**

- 11.1 Bakje koffie doen?
- 11.2 Een lekker kopje thee
- 11.3 Biertje?
- 11.4 Een goed glas wijn
- 11.5 Port, Sherry, Vermouth
- 11.6 Of liever iets sterkers?

**12. WAAROM IEDEREEN MINIMAAL ÉÉN JAAR IN DE HORECA GEWERKT ZOU MOETEN HEBBEN**

**13. TRENDS & ONTWIKKELINGEN**

**14. MOOIESTE HORECA-ERVARING VAN...**

**15. WELKE HORECATIJGER BEN JIJ?**

**16. VOLDAAN OF OVERTROFFEN?**

**17. HET HORECA WOORDENBOEK**

**18. INSPIRATIE & BRONNEN**

# Het voorwoord van **STIJN & JORDY**

Beste lezer, wat super dat je de tijd neemt om aan dit boek te beginnen, wij waarderen het enorm. Wij zijn Stijn en Jordy, geen horecagoeroes, maar samen hebben wij wél jaren aan ervaring in de horeca en in het inwerken en begeleiden van werknemers in deze prachtige branche.

OBER! OBER! is ontstaan uit onze gedeelde frustratie over het inwerken in de horeca. Het personeel verwelkomt je vriendelijk, je trekt bedrijfskleding aan en dan is het vaak een kwestie van meelopen totdat je leidinggevende besluit dat je het nu zelf kunt gaan doen. Natuurlijk zijn er uitzonderingen op de regel, maar over het algemeen is bovengeschetste situatie realiteit. Dit heeft verschillende oorzaken, maar het is eigenlijk allemaal terug te leiden naar tijd, of beter gezegd: gebrek aan tijd. Hierdoor is er te weinig aandacht voor jouw persoonlijke ontwikkeling. Je mist de juiste basis om echt door te groeien en onmisbaar te worden voor het bedrijf. Met OBER! OBER! willen we daar verandering in brengen! Met de kennis en tips in dit boek willen we iedereen in de horeca een goede basis meegeven.

Jordy heeft in zijn tijd als bedrijfsleider, in aanloop naar de opening van een strandpaviljoen, een aanpak gecreëerd die efficiënt bleek. Door het organiseren van een uitgebreide trainingsdag inclusief een samenvatting om thuis door te lezen werden 40 personeelsleden bewapend met de benodigde kennis en kunde. Ze schoten uit de startblokken en draaiden een topseizoen. Stijn heeft door zijn ervaring in grote internationale hotels verscheidene manieren voor het inwerken van nieuw personeel ontwikkeld. Het team waarin hij in Londen meewerkte, werd genomineerd voor 'beste team hotel-restaurant 2019' in Engeland. Deze kennis en ervaring hebben wij gecombineerd in dit boek en met praktijkvoorbeelden en tips geven wij jou dé kickstart in de horeca om snel kennis op te doen en vaardigheden te ontwikkelen.

Werken in de horeca kan uitdagend zijn, soms uitputtend, maar



geeft bovenal veel voldoening. Er is niets mooiers dan samen te werken met een team tijdens de drukste momenten van een diner, en het zien van een glimlach van een gast die, mede door jou, een topavond heeft beleefd. Zo is ook het begrip 'horecatijger' ontstaan. De definitie van dit begrip vind je op de allerlaatste pagina van dit boek, want als je het boek uitgelezen hebt ben jij een echte horecatijger geworden.

Gastvrijheid komt niet alleen voor in de horeca, maar zit in ieders DNA. Denk maar eens aan die keer toen je benaderd werd in een kledingwinkel of op de markt. Ook in de Engelse term voor ziekenhuis zie je het woord 'hospital' terug, oftewel gastvrijheid of het zorgen voor iemand. Gastvrijheid komt veel vaker voor dan je denkt, soms alleen in een ander jasje.

Wij focussen ons in dit boek op jou, de lezer. We laten je kennismaken met gastvrijheid en zorgen dat jij straks over alle informatie en kennis beschikt om een echte horecatijger te worden. We bespreken alle onderwerpen: van het contact met gasten tot het indekken van de tafels tot productkennis van bier, wijn en gedistilleerde dranken. Met onze OBER! OBER! guest journey nemen we je mee op de reis die elke gast maakt, vanaf de reservering tot het verlaten van het restaurant. Een vakterm die vetgedrukt is, wordt achterin het boek verklaard.

We delen tips en ervaringen over de manier waarop je de touchpoints van de guest journey, de contactmomenten met de gast, zo goed mogelijk kunt uitvoeren. Hopelijk kun je na het lezen van dit boek niet wachten om het geleerde in praktijk te brengen. Aan het einde van ieder hoofdstuk vind je stellingen en vragen die je verder aan het denken zetten. Er is ook genoeg ruimte om je eigen persoonlijke notities, ervaringen en mening op te schrijven. Je kunt die delen met collega's of natuurlijk met ons. We willen de leesbaarheid van OBER! OBER! vergroten door in dit boek alleen de hij-vorm te gebruiken, vanzelfsprekend worden ook alle andere onderwerpsvormen hiermee bedoeld. Het boek bevat ook visuals om de tekst zo duidelijk mogelijk te maken. Deze hebben wij speciaal voor jou beschikbaar gesteld en kun je te downloaden via [www.oberober.nl/downloads](http://www.oberober.nl/downloads). Voel je vrij om ze te delen met je collega's. Veel plezier en onthoud: gastvrijheid zit in ieders DNA!

# Hoofdstuk 1

# GASTVRIJHEID, DE BASIS

Ben je er klaar voor? Dan gaan we beginnen! In dit hoofdstuk bespreken we de basis van de gastvrijheid. We delen onze visie op gastvrijheid, we vertellen je wat je kunt verwachten tijdens het inwerken en hoe je ervoor zorgt dat je uit de startblokken schiet. Vervolgens bespreken we de opbouw van een restaurant en sluiten we het hoofdstuk af met de hiërarchie in de horeca. Het boek bouwt verder op deze basiskennis van de gastvrijheid en helpt je bij het creëren van een unieke beleving voor de gast.

## 1.1 DE KUNST VAN DE GASTVRIJHEID

Is gastvrijheid een kunst? Wij vinden van wel! Gastvrijheid is deels tastbaar door de gerechten, de stoel waar de gast op zit of de bar waar de drankjes gemaakt worden. Maar gastvrijheid is zo veel meer dan alleen het tastbare. Ook jouw woordkeuze, jouw oprechte interesse voor de gast of wanneer je een paraplu uitleent aan de gast als het ineens gaat regenen bij vertrek. Met name de service die jij verleent, het ontastbare, geeft de gast een gevoel van warmte en connectie. En dát is gastvrijheid.

Eerder hebben we al gezegd dat gastvrijheid in ieders DNA zit. Kijk maar eens naar jezelf. Hoe gedraag jij je als je mensen over de vloer hebt? Je zorgt dat ze comfortabel zijn, wat te eten en te drinken hebben en dat ze weten waar ze het toilet kunnen vinden. Dit zijn de basisingrediënten voor iemand om zich thuis te voelen.

Op het moment dat je aan je baan in het restaurant begint, merk je dat die basisingrediënten hetzelfde zijn. Je verwelkomt de gasten, laat ze plaatsnemen, serveert met behulp van de keuken het eten en mocht de nood hoog zijn, dan wijs je ze met een glimlach naar het toilet. Om de kunst van de gastvrijheid te beheersen komt daar

nog een schepje bovenop. Je toont belangstelling voor de gast en komt erachter wat het doel van zijn of haar bezoek is (vakantie, een dagje weg, zakelijk, privéaangelegenheid etc.) en de daarbij behorende behoeftes. Een zakelijke gast is over het algemeen druk en wil niet te vaak gestoord worden. Een gezin op vakantie daarentegen heeft meer behoefte aan een praatje en je kunt al een kinderstoel pakken voordat ze ernaar vragen. Wanneer je werkt in de horeca ben je een figuurlijke kameleon. Elke gast communiceert anders en moet dan ook anders benaderd worden. Ook spelen de verschillende verwachtingen een grote rol. Je moet bij elke gast van kleur veranderen om de verwachtingen te overtreffen.

Kennis van het menu, interactie met gasten en de omgeving van het restaurant spelen een grote rol in gastvrijheid. Die kennis zet je namelijk in om de beleving van de gast nóg beter te maken. Je kunt de gast verrassen met persoonlijke aanbevelingen van het menu, door voor te stellen een taxi te bellen als je merkt dat de familie naar het vliegveld moet, of juist door even in het moment te zijn met de gast en een luisterend oor te bieden voor een specifiek probleem. De kennis die je nodig hebt om dat schepje er bovenop te doen, om de échte kunst van de gastvrijheid toe te passen, geven we je in dit boek mee.

Het werken in de horeca vergelijken wij wel eens met schaken. Je moet stappen vooruit denken, zorgen dat je een plan hebt, je aandacht evenredig verdelen over verschillende zaken en constant communiceren met gasten en collega's. De rode draad in het 'schaakspel' dat horeca heet is servicegerichtheid. Niet alles zal altijd even efficiënt verlopen zoals jij het in gedachten had. Als jij je echter behulpzaam en proactief gedraagt en elke keer weer de kunst van gastvrijheid probeert te tonen, dan komt het goed.

*De service is wat je geeft, de gastvrijheid is hoe je de service laat voelen.*

## **1.2 WAT PAST BIJ JOU?**

Nederland heeft bijna 60.000 eet- en drinkgelegenheden. Zij zijn elk op hun eigen manier uniek in hun menu, design, aankleding en

## Hoofdstuk 4 - Guest Journey

# EEN WARM WELKOM

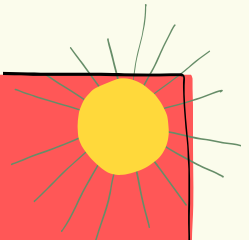
*'You never get a second chance to make a first impression!'*

- Oscar Wilde

Klinkt het je bekend in de oren? Het principe snappen is één, het toepassen ervan is twee. Het gaat erom dat je maar één keer een persoon voor de eerste keer kunt ontmoeten. Als die eerste indruk niet positief is, wordt het heel moeilijk om die indruk te veranderen. Heb jij wel eens een slechte eerste indruk gehad in een restaurant of in een winkel? Kom je daar nu nog? Als je eerste indruk in een bepaalde omgeving niet positief is, kom je er vaak niet meer zo snel terug. Als je een negatieve ervaring hebt gehad, kun je dat zonde van je tijd en geld vinden.

Hetzelfde geldt voor het restaurant waar jij werkt en de gasten die jij verwelkomt. Ontvang je gasten altijd zoals jij ook ontvangen wilt worden. In dit hoofdstuk leer je hoe je gasten een warm welkom kunt geven zodat hun avond niet meer stuk kan.

## EEN WARM WELKOM



**In de tweede fase ontvangen we de gasten en leren we je hoe je het beste kunt communiceren. Hoe ontvang jij jouw gasten nu? Welke woorden kies je? En waarom?**

## 4.1 GASTVRIJ COMMUNICEREN

Een warm welkom zet de toon van de avond. Je enthousiasme werkt aanstekelijk waardoor de gasten het gevoel krijgen dat ze een fijne avond gaan beleven. Maar wat zijn aandachtspunten voor een warm welkom? Communicatie vormt hier de basis. Wat kun je zeggen tegen de gast en hoe zeg je dat? Wetenschappelijke studies hebben het effect van communicatie onderzocht. Professor Albert Mehrabian concludeert:

*Wanneer je tegen een gast praat bestaat 7% van de totale communicatie die de gast ontvangt uit jouw gesproken woorden. 38% van de communicatie bestaat uit de intonatie, de toonhoogte waar je de woorden mee uitspreekt. 55% van de communicatie bestaat uit je lichaamshouding en je uitstraling.*

Verder bespreken we hoe jij communicatie kunt inzetten met als resultaat een gastvrij ontvangst van je gasten. Dit doen we op basis van de conclusie van Professor Albert Mehrabian, want zijn inzicht over non-verbale communicatie is enorm interessant!

## 4.2 VERBALE COMMUNICATIE

Hoewel slechts zeven procent van de totale communicatie bestaat uit gesproken woorden, geven we je een aantal waardevolle tips om elke gast ook verbaal gastvrij en warm te verwelkomen. Met welke zin zou jij een gast verwelkomen? Het is belangrijk dat je de gast altijd met u aanspreekt tenzij hij ander wenst. In de afbeelding op de volgende pagina vind je een aantal zinnen die zorgen voor het ultiem gastvrij verwelkomen van gasten.

De zinnen zijn opgedeeld in drie delen:

- *De begroeting.* Het oranje deel is de begroeting en bestaat uit twee delen: (1) Verwelkom iemand altijd met goedemorgen, goedemiddag of goedenavond. (2) Gebruik zo mogelijk de achternaam van de gast. Sommige gasten komen vaker terug en

voelen zich speciaal wanneer je ze verwelkomt met hun naam. Ze vinden het fijn als je de tijd neemt om ze te begroeten en wanneer je in het moment bent met de gast. We bespreken dit uitvoerig in paragraaf 4.5 aan de hand van het HOGER-model.

- *Erkenning*. Het groene deel bouwt verder op de begroeting en de daarbij behorende erkenning. Zorg ervoor dat je oprecht geïnteresseerd bent in de gast en geef een vervolg dat daarbij past. Je kunt bijvoorbeeld iets vertellen over het nieuwe menu of een opmerking maken dat je blij bent met het bezoek van de gast. Dit kan een opening zijn voor een gesprek met de gast op het moment dat jij tijd hebt. Gezinnen met kleine kinderen kun je bijvoorbeeld verwelkomen door het kind een high five of een compliment te geven. Zeg bijvoorbeeld tegen een meisje dat ze een mooie prinsessenjurk aan heeft of tegen een jongen dat hij een stoere cowboyhoed draagt. Die kleine extra's zorgen ervoor dat je de gasten ultiem gastvrij verwelkomt.
- *Reactie*. Het rode deel is een reactie. Stel de gast een open vraag waarna jij actie zou kunnen ondernemen. Vermijd een gesloten vraag tenzij je een actie aangeeft of om bevestiging vraagt van de gast (zie de tweede zin). Een gesloten vraag kan alleen met een 'ja' of een 'nee' beantwoord worden en dan valt het gesprek snel stil.



## FAMILIE MET KLEINE KINDEREN

### HERKENNING

Volwassenen met  
(kleine) kinderen.

### BEHOEFTE

Focus op kinderen,  
Als het voor hen  
goed is, is het voor  
de ouders goed.  
Willen niet teveel  
spenderen.

### AANDACHTS- PUNTEN

Breng snel een  
passende menukaart.  
Maak een grapje  
met de kinderen  
en zorg voor een  
ruime tafel.

### ACTIES

Pak een kinderstoel en  
bied een kleurplaat,  
kindermenu of  
kleurtjes aan.

## ZAKELIJKE GASTEN

Zakelijk gekleed.  
Formele sfeer  
Vaak collega's.

Werken vaak door.  
Hebben ruimte nodig  
om hun laptop te openen.  
Willen relatief snel en  
lekker eten. Prijzen  
maakt niet veel uit.

Efficiënt serveren is  
van belang. Niet te  
vaak storen en zorg  
dat je direct bent.  
Geef ze een keuze waar  
ze graag willen zitten.

Zodra ze zitten, bied  
direct aan dat ze  
kunnen verbinden met  
het Wi-Fi netwerk  
en zorg dat je een tafel  
geeft dicht bij  
het stopcontact.

## KOPPELS

Reserveren vaak vooruit  
en kleden zich graag  
mooi aan.

Dit is voor hen een  
avondje uit.  
Ze gaan graag een  
gesprek aan en  
hebben geen haast.  
Zijn er om te genieten.

Zorg dat ze een mooie  
tafel hebben en dat  
er een goede timing  
is tussen de gerechten.  
Nemen vaak een fles  
wijn na het aperitief.

Een koppel heeft iets  
te vieren waar je achter  
kunt komen. Speel hierop  
in en laat ze speciaal  
voelen door een aperitief  
aan te bieden.

- *'Geniet van uw drankjes! Ik kom over een aantal minuten terug om uw bestelling op te nemen'*
- *'Alstublieft. Kijkt u rustig nog even naar het menu, ik kom over een aantal minuten bij u terug'.*

## 5.5 OPNEMEN VAN GERECHTEN

Dit vinden wij één van de leukste stappen in de guest journey. Waarom? Hier wordt namelijk het effect van jouw inzet tijdens de voorgaande stappen duidelijk. Je kunt aan de gasten zien wanneer zij klaar zijn om de bestelling te plaatsen, vaak vouwen zij de menukaarten dicht en leggen ze op tafel.

Zorg dat je rust uitstraalt en advies geeft wanneer jij het gevoel hebt dat daar ruimte voor is. Neemt de gast bijvoorbeeld het gerecht dat jij hebt aangeprezen? Grijp de momenten waarop jij de gast proactief denkt te kunnen helpen en extra kunt verkopen. Zoals we al eerder zeiden, weten gasten namelijk nooit 100% zeker wat ze nu écht willen. We gaan dieper in op verschillende verkooptechnieken bij hoofdstuk acht, maar wees je ervan bewust dat dit het langste contactmoment is dat je met de gasten hebt.



*Wat ons altijd helpt tijdens het opnemen van een bestelling is dat we ons verplaatsen in de gast. 'Als ik de gast zou zijn en de bestelling zou plaatsen, ben ik dan helemaal tevreden of ontbreekt er nog iets (bijvoorbeeld een bijgerecht of een bijpassend drankje)?'*

Bij sommige gasten zijn de ogen groter dan de maag. Vanwege jouw ervaring met het menu is het ook jouw verantwoordelijkheid om de gast te laten weten dat hij misschien teveel bestelt. Denk in dit geval niet aan de extra omzet die je kunt verdienen. Gasten verwijten je soms dat je niets hebt gezegd tijdens het opnemen van de bestelling. Grote kans dat deze gasten niet terug komen en dat is dat extra gerecht niet waard. Daarnaast waarderen gasten het juist bijzonder als je ze hiervoor waarschuwt. Bied aan om een kleinere



portie te nemen en geef aan dat ze altijd nog kunnen bijbestellen als ze dat wensen.

### POSITIES

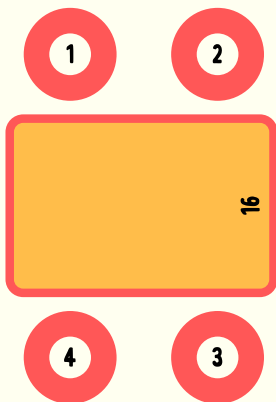
We geven je een handige tip voor het onthouden wie welk gerecht besteld heeft, zodat je attent kunt serveren. Je hoeft hierdoor namelijk niet meer te vragen wie wat besteld heeft.



*Wanneer je een bestelling opneemt aan een tafel van vier personen, zoals in onderstaande figuur weergegeven, zorg dan dat je posities vaststelt. Deze beginnen bij een gezamenlijk met collega's afgesproken herkenningspunt in het restaurant.*

Denk bijvoorbeeld aan de ingang, de bar of het toilet en ga vanaf daar met de klok mee. Hierdoor kun je een bestelling op volgorde in je notitieblok schrijven, zodat je precies weet wie wat besteld heeft. Een fijne bijkomstigheid is dat je collega's direct weten wie welk gerecht heeft besteld, wanneer jij bijvoorbeeld zegt: 'dagspecial vlees p3'.

**BAR**



TAFEL NMR 16	
1	STEAKTARTAAR, RIBEYE, RABARBER
2	X. SALADE GEITENKAAS, CHOCO MOUSE
3	ST JACOBS, DAGSPECIAL, VANILLE
4	CARPACCIO, ZALM, RABARBER

## Hoofdstuk 7

# HORECASKILLS

Tot nu toe gaven we met name informatie en tips over de OBER! OBER!-guest journey en de manier waarop jij de beste service kunt verlenen. In dit hoofdstuk verleggen we de focus van de guest journey naar de theorie achter de basistechnieken van de horeca. De theorie is een belangrijke bouwsteen in het verlenen van de kunst van de gastvrijheid naar je gast.



*Oefening baart kunst, dus gun jezelf de tijd om deze vaardigheden te verwerven en te beheersen.*

### 7.1 HET DRAGEN VAN EEN DIENBLAD

Een dienblad is voor sommige medewerkers in de bediening wat een koksmes is voor een kok: ze kunnen niet zonder. Een dienblad gebruik je voor het serveren van dranken. Je kunt met een dienblad namelijk meer tafels tegelijk bedienen waardoor je niet onnodig vaak heen en weer hoeft te lopen. Het draait hier om efficiëntie. Draag het dienblad met je linkerhand zodat je je rechterhand vrij hebt om dranken op en van het dienblad te pakken. Als je linkerhand je zwakke hand is, is het wel even oefenen, maar het is de moeite waard om er tijd in te steken om het onder de knie te krijgen. Volgens de etiquette moet je immers via rechts serveren.

Weet je nog welke tips we tijdens de guest journey gaven? Hieronder staan de tips over het indelen van het dienblad en het serveren van de drankjes bij elkaar:

- Zorg ervoor dat het zwaarste item op je dienblad in het midden staat. Soms zetten je collega's achter de bar je dienblad klaar, zorg dan dat deze correct is ingedeeld.
- Houd rekening met de uitzonderingen zoals geen ijsblokjes, extra citroen, extra rietje etc.
- Om de beste controle over en balans te houden op je dienblad, is het raadzaam om het dienblad op je vingertoppen te dragen

en niet op de vlakke palm van je hand. Dit vergt enige oefening, maar het geeft je veel meer controle.

- Weet welke gast wat heeft besteld (spiek desnoods eerst even op je kladblok).
- Serveer via de rechterkant van de gast.
- Pak het glas zo laag mogelijk vast bij het serveren. Pak het nooit aan de bovenkant, want de gast drinkt hiervan.
- Serveer in deze volgorde: bier > warme dranken > wijn > fris.
- Serveer een glas altijd met het logo naar de gast gericht.
- Zeg 'alstublieft' als je het drankje neerzet.

## **7.2 HET DRAGEN VAN BORDEN**

Er bestaan verschillende manieren om het eten uit te serveren zoals een buffet, shared dining waarbij alle gerechten in het midden van de tafel komen of het serveren op een bord rechtstreeks van de keuken naar de gast. Dat laatste wordt ook wel de 'American serving method' of 'plated method' genoemd en komt in Nederland het vaakst voor. Er zijn meerdere manieren om borden te dragen. Hieronder vind je tips over de manier waarop je het beste meer borden tegelijk kunt dragen.

- Houd het eerste bord tussen je duim, wijsvinger en middelvinger vast. Steek je ringvinger en pink naar boven zodat het tweede bord op je pols en de twee vingers kan rusten.
- Houd de borden stevig en recht vast. Zo voorkom je dat het gerecht in een andere staat geserveerd wordt dan hoe jij het had meegenomen.
- Houd het derde bord in je rechterhand. Dit is het eerste bord dat je serveert.
- Serveer via de rechterkant van de gast.

Op de volgende pagina vind je een visuele weergave van het dragen van meerdere borden tegelijk. Zet het bord recht voor de gast neer en zet eventuele bijbehorende sauzen of kleine gerechtjes binnen handbereik van de gast. Als meer gasten aan dezelfde tafel hetzelfde gerecht hebben besteld, zet je het gerecht bij elke gast op dezelfde manier neer. Was voorheen een stuk vlees of vis de aandachtstrekker op een bord, steeds vaker spelen groente de

## Hoofdstuk 8

# DE KUNST VAN HET (BIJ)VERKOPEN

Bij het bepalen van de onderwerpen die aan bod moesten komen in dit boek konden we uiteraard niet om het verkopen heen. Tijdens de OBER! OBER!-guest journey bespraken we meerdere malen dat je de gast passende suggesties kunt doen waarmee hij zijn ervaring kan verbeteren en waarmee het restaurant extra omzet kan binnenhalen.

Geld verdienen is een belangrijke drijfveer bij het verkopen van gerechten, maar dit mag nooit de hoofdzaak zijn. Het is belangrijk om te beseffen dat het bij elke soort van verkoop, of het nou in een winkel of in een horecagelegenheid is, draait om het toevoegen van waarde voor een klant of gast. De waarde is niet altijd meetbaar, maar denk bijvoorbeeld hoe blij jij kan zijn met een nieuw kledingstuk of een lekker koud drankje op het terras. Hoe voeg je waarde toe? Hoe weet je wat een gast wil? Het valt of staat met vragen stellen en ontdekken of jouw aanbod past bij de behoefte van de gast. Wanneer je dit onder de knie hebt, word jij een meester in het bijverkopen.

### 8.1 CROSS- EN UPSELLING

We grappen soms wel eens dat McDonald's het sterkste concept aller tijden is. Je weet precies wat je krijgt, hoe het geserveerd gaat worden en binnen welke tijd je het eten ongeveer krijgt. Maar waar McDonald's grote kracht ligt, is in het bijverkopen van gerechten. Denk maar eens aan de McDrive. Je staat achter een paar andere auto's in de rij en langzaam maar zeker schuif je een plekje naar voren. Net op het moment dat je naar de menukaart kijkt, komt er al een sterke en snelle stem door de intercom: *'Goedemiddag, wat is uw bestelling?'*. Het is een directe manier van vragen, waarmee de medewerker je het gevoel geeft dat je op moet schieten. Je kijkt

in je spiegel en ziet zes auto's achter je met hongerige bestuurders, je maag knort en eigenlijk weet je al wel wat je wilt eten. Kortom, alles maakt dat je snel je bestelling doorgeeft. Je reageert snel met: *'Een Big Mac Menu, alstublieft'*. Nog geen halve seconde later vraagt de medewerker: *'Met een grote friet en dubbel frietsaus?'*. Je denkt even na en twijfelachtig zeg je: *'Ja.. is goed'* en je bestelling is geplaatst. De combinatie van een voordelig geprijsd menu, de directe manier van vragen en de druk die je voelt is een effectieve manier om extra te verkopen.

Nu je er bewust over nadenkt, wat vind jij van deze aanpak? Het voelt wellicht opdringerig, maar wanneer één op de tien gasten reageert zoals bovenstaand doet McDonald's goede zaken. Hoewel McDonald's een ander serviceniveau heeft dan een horecagelegenheid, is de basis wel goed en kunnen we daar veel van leren. Een quote van Anthony Robbins is hier erg toepasselijk: *'Als je het niet vraagt, is het antwoord altijd nee.'*

De met de Gastenscan achterhaalde informatie is een waardevol hulpmiddel om gerechten of dranken te kunnen bijverkopen. Let op dat je niet te opdringerig wordt, maar dat je de keuze echt aan de gast laat. De officiële term voor het verkopen van producten of gerechten heet **cross-selling** of **upselling**. Bij cross-selling probeer je de gast bij reeds gekozen gerechten aanvullende of aanverwante gerechten. Als de gast iets bestelt en jij het initiatief neemt om meer van hetzelfde aan te bieden of een duurder alternatief voor te stellen, spreken we van upselling. Welke van de beide onderstaande scenario's is een voorbeeld van cross-selling en welke van upselling?

## SCENARIO 1

Het is een warme zomerdag en drie vriendinnen zitten lekker in het zonnetje op jouw terras. Ze hebben een fles witte wijn met drie glazen op tafel staan en vanwege de warmte drinken ze stevig door. Hun glazen zijn dus vaak leeg, jij merkt dit op en schenkt steeds bij. Naast dat de vriendinnen deze vorm van service hartstikke leuk vinden, is de fles ook sneller leeg en bestellen ze sneller een tweede. Je wijst aan op de kaart dat je ook een heerlijke frisse, maar iets duurder roséwijn hebt die nog lekkerder smaakt bij dit weer. De vriendinnen knikken instemmend en bestellen de rosé bij je.

## Hoofdstuk 10

# WAAROM MOET JE BLIJ ZIJN MET EEN KLACHT?

Klachten hebben van nature een negatieve aard. Een gast is niet tevreden met het gerecht of de service, en dat is niet fijn. In dit hoofdstuk willen wij je laten zien dat klachten soms heel waardevol kunnen zijn om de service van een restaurant te verbeteren. Een collega van Jordy zei ooit eens:

*'Waar verwachtingen zijn, komen klachten voor. Maar waar verwachtingen zijn, liggen ook de kansen om deze te overtreffen!'*

Het ontvangen van klachten is nooit leuk, het is allesbepalend hoe je hiermee omgaat. De gast geeft jou door zijn klacht feedback en jij grijpt de kans aan om jouw service te verbeteren. We bespreken hoe jij klachten het beste kunt behandelen en hoe je deze kunt transformeren van een negatieve naar een positieve ervaring. Wanneer de klacht van een gast adequaat opgelost wordt, komt de gast sneller terug en zal hij zijn ervaring eerder delen met vrienden en kennissen. Dit noemen we dan een **ambassadeur** van jouw restaurant.

### 10.1 HET ONTSTAAN VAN KLACHTEN

Weet je nog dat we in hoofdstuk twee het hadden over de verwachtingen van de gast? Klachten ontstaan door een *verschil* in de verwachting en daadwerkelijke ervaring. Niet alle klachten van gasten zijn terecht en aan het restaurant te wijten. Er kan ook sprake zijn van een smaakverschil of iets wat buiten de macht ligt

van het personeel en restaurant, dat tot de klacht leidt. Bijvoorbeeld een koeling die defect raakt, waardoor niet alle frisdranken even koud zijn.

Wat de aard van de klacht ook is, elke gast en elke klacht hoort serieus te worden genomen. Een zogenoemde directe klacht is de beste manier waarop gasten hun ontevredenheid kunnen tonen. Deze geeft jou de kans je fout meteen te herstellen en zo toekomstige klachten te voorkomen. Door meteen iets met de klacht te doen wordt groeiende frustratie weggenomen en het voorkomt dat gasten hun klachten bijvoorbeeld online uiten of hun negatieve ervaring met vrienden of familie delen.

Het komt voor dat klagende gasten niet vriendelijk zijn en dat kan hard overkomen. Dit kan even schrikken zijn, maar klachten zijn zelden voor jou persoonlijk bedoeld. Onderstaand *LEARNT-model* is een veelgebruikt model in de gastvrijheidsindustrie. Het helpt jou om elke klacht op een goede en correcte manier af te handelen.

## 10.2 VAN KLAGER NAAR AMBASSADEUR MET LEARNT

Het LEARNT-model is een Engelstalig model dat door menig internationale hotelketen en hotelschool wordt gebruikt. Met het model doorloop je zes stappen om een gast gerust te stellen en ervoor te zorgen dat je een klacht naar tevredenheid van de gast behandelt.

- Stap 1: **L**isten. Je luistert naar de gast die bij jou de klacht indient. Zorg ervoor dat je in het moment bent met de gast, maak oogcontact en geef signalen dat je luistert: je kunt knikken naar de gast of af en toe 'ja' zeggen. Onderbreek de gast niet, maar laat hem uitpraten.
- Stap 2: **E**mpathy. Geef de gast het gevoel dat je zijn klacht begrijpt. Doe dit door de woorden van de gast te herhalen. Je kunt hier zinnen gebruiken zoals: *'Ik begrijp het meneer, wat vervelend dat er een haar in uw soep terecht gekomen is'*. Dit klinkt misschien overdreven, maar je laat hiermee merken dat je

de **horecatijger** *zelfst.naamw. (m.)*

*Uitspraak: ['horəkətəixər]*

*Verbuigingen: horecatijger|s (meerv.)*

**Een persoon die werkzaam is in de horeca, energie krijgt van gastvrijheid en nét dat extra stapje zet voor de gasten**

*Synoniem: er is geen synoniem voor hardwerkende horecatijgers!*

*Gezegde: Jij bent een echte horecatijger! - iemand die een compliment geeft aan een hardwerkende medewerker bediening.*