



Horeca en commercialiteit, een prima combinatie!

[René Driessen](#)

P&O Consult

Vorige week las ik een blog van Wouter Verkerk in Misset Horeca. In deze blog besprak hij de groei in percentage personeelskosten in de horeca en wat hier tegen te doen. Volgens Wouter is het van het grootste belang je te richten op het verhogen van de omzet waardoor de personeelskosten in percentage van de omzet zullen dalen.

Gemotiveerd personeel zorgt voor een top-beleving

Wat is ervoor nodig om ervoor te zorgen dat jouw medewerkers meer gaan verkopen? Wat is ervoor nodig dat dit ‘meer verkopen’ door de gast niet ervaren wordt als opdringerig? Motivatie van de medewerkers speelt hierin een cruciale rol. Gemotiveerd personeel loopt een stapje harder voor je. Gemotiveerd personeel werkt beter samen. Gemotiveerd personeel vindt het intrinsiek leuk om gasten een topdag of -avond te bezorgen. Gemotiveerd personeel zorgt voor meer omzet! Jouw medewerkers kunnen vanuit zichzelf al heel gemotiveerd zijn. Zeker als ze pas beginnen in het bedrijf. Maar pas op: deze motivatie moet wel goed onderhouden worden. Het is als een auto die

geregeld een onderhoudsbeurt nodig heeft. Laat je dit onderhoud een beetje versloffen dan krijg je op een later moment de rekening gepresenteerd.

Inwerken van het personeel is erg belangrijk

Ik ben ervan overtuigd dat het op de juiste manier inwerken volgens een inwerkprogramma en het trainen van het personeel het allerbelangrijkste is. Als ik in horecabedrijven zie hoe slecht het soms gesteld is met de introductie en inwerken van de medewerkers..... ‘Ga maar beginnen....’, ‘Als er vragen zijn dan hoor ik het wel....’. Hoe kan deze nieuwe medewerker in hemelsnaam zorgdragen voor extra omzet? Hoe kan deze medewerker überhaupt de gasten een fijne avond bezorgen?

De gast een complete beleving bezorgen

Waarom wordt een gast zo weinig geadviseerd over de gerechten en de drankjes? Waarom wordt de keuze vaak maar aan de gast over gelaten terwijl de medewerker juist mooie passende gerechten en drankjes zou kunnen (of moeten) aanbieden? Dit heeft met name te maken met het trainen van het personeel. Een gast die een mooie, passende wijn bij zijn of haar gerecht geadviseerd krijgt zal een veel betere ervaring bij u hebben. De gast die na het nuttigen van zijn hoofdgerecht dat mooie huisgemaakte nagerecht aangeboden krijgt zal bijna nooit ‘nee’ zeggen. Als de gast zelf kiest vanuit de menukaart (met de prijzen achter de gerechten en drankjes) is de kans veel groter dat hij zich laat leiden door de prijs. Hierdoor neemt hij mogelijk niet dat perfect passende gerecht of drankje en zal zijn ervaring niet meer dan gemiddeld zijn.

5% tot 10% meer omzet

Mijn ervaring leert dat door het consequent trainen en begeleiden van de medewerkers in commerciële gastvrijheid de gasttevredenheid met procentpunten zal stijgen en uw omzet stijgt met maar liefst 5 tot 10%. Uitgaande van een gemiddelde omzet in een restaurant van € 700.000 per jaar betekent dit een omzetverhoging van € 35.000 tot € 70.000!

Zelf trainen of een trainingsbureau inschakelen?

Ik denk dat vele ondernemers prima in staat zijn om het personeel goed te trainen en te begeleiden. Vaak vinden ze het nog wel lastig hoe dit goed op te zetten en uit te voeren en daarnaast deze training en begeleiding consequent te handhaven. Soms vinden ondernemers het ook prettig dat iemand van buitenaf de training verzorgt. Vreemde ogen..... Hulp van buitenaf kan in deze gevallen zeer zinvol zijn. Zeker als we praten over dit soort omzetstijgingen!

René Driessen

P&O Consult

René Driessen is eigenaar van P&O Consult. Een trainings-, coaching- en adviesbureau wat zich al tien jaar richt op bedrijven die gastvrijheid belangrijk vinden.