



Ik heb een probleem.

[René Driessen](#)

P&O Consult

Ik heb een probleem. Wat is er aan de hand? Afgelopen week ben ik samen met mijn vrouw en kinderen gaan eten in een restaurant. Niet te moeilijk, lekker relaxed, gewoon eten..... Het eten was prima, de bediening ook. De aankleding erg gewoontjes. Zoals je het verwacht in een 'gewoon' restaurant. Laten we zeggen: leuke avond gehad maar niet bijzonder.

Grijze muis

Wat is jou probleem dan zul je zeggen? Nou mijn probleem is eigenlijk dat deze avond bij mij niet zal blijven hangen. Ik heb hem beleefd maar daarna verdween hij uit mijn geheugen. Het was gewoon een avondje uit met mijn gezin in een restaurant wat inwisselbaar was. Beetje een grijze muis. Inwisselbaar met vele restaurants. Niet bijzonder genoeg.

Wat maakt jouw bedrijf bijzonder?

Het gaat in grote lijnen erg goed in de horeca. De bestedingen nemen toe, gasten gaan weer vaker uit eten. Maar deze hogere omzet moet ook verdeeld worden over meer horecabedrijven. In de afgelopen

jaren zijn er enorm veel bij gekomen. En ze vissen in grote lijnen toch in dezelfde, gelukkig groter wordende, vijver. Voor gasten wordt het steeds lastiger om een keuze te maken uit het grote aanbod van restaurants. Dus des te belangrijker voor ieder horecabedrijf om bijzonder te zijn, zich te profileren van andere bedrijven. Je afvragen wat jou meer bijzonder maakt dan je concurrenten.

Kijk door de ogen van jouw gast

Wat mij betreft is profilering in de horeca de komende jaren de grootste uitdaging. Je moet bijzonder zijn! De gast moet een reden hebben om juist bij jou te komen eten! Ben jij een grijze muis dan word je ingewisseld voor ieder willekeurige concurrent. Geen probleem voor iemand die ooit eens jouw gast was, er zijn toch genoeg andere restaurants. Dus wat maakt jouw restaurant nou zo bijzonder? En dan niet in de ogen van de ondernemer, maar in de ogen van de gast!

Heb jij geen probleem?

Kijk eens goed naar jouw service en gastgerichtheid. Is die werkelijk zo goed dan je denkt? Ontrafel dit eens met een kritische blik naar jouw organisatie. Wat gaat er écht goed? Waarin ben jij bijzonder? En wat gaat misschien wat minder goed? Wat is gewoontjes? Waar ben jij niet bijzonder genoeg in? Maar kijk ook naar jouw product. Is dit waarvan jouw doelgroep het liefste geniet? Worden ze voldoende verrast? Is de opmaak van de borden bijzonder? Of kan het met een kleine aanpassing net iets bijzonderder? En als laatste de buiten- en binnenkant van het restaurant. Ziet het er perfect uit? Netjes onderhouden? Is de aankleding bijzonder genoeg en zorgt hij voor een

fijne sfeer? Welke muziek krijgt de gast te horen en hoe staat het volume? Hoe is het meubilair? Het toilet? Past alles perfect bij elkaar? Is bovenstaande niet perfect voor elkaar? Dan heb ik als gast pech, maar heb **jij** als bedrijf een probleem!

Voor ondernemers is het (heel logisch) vaak niet mogelijk om voldoende kritisch en puur vanuit de ogen van de gast naar de organisatie te kijken. Het inhuren van een mystery guest kan hierin vaak zeer behulpzaam zijn.

René Driessen, P&O Consult www.p-oconsult.nl

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