



Wijnverkoop opstuwten tot grote hoogte

[René Driessen](#)

P&O Consult

Afgelopen week sprak ik een restauranthouder. Hij vertelde mij dat vier jaar geleden 80% van zijn wijnverkoop 'huiswijn' was.

Momenteel is nog maar 12% van zijn wijnverkoop het bekende huiswijntje. Maar liefst 88% zijn de betere en natuurlijk iets duurdere wijnen. Zijn cijfers toonden aan dat de omzet wijn in de afgelopen vier jaar gestegen was met maar liefst 44%! Wat een resultaat! En daarbij ervaart de gast de gastvrijheid als beduidend beter. Hoe heeft hij dat voor elkaar gekregen?

Commitment van de medewerkers

Vier jaar geleden verzorgde ik een training 'commercieel en gastvrij werken' in dit restaurant. Vanuit deze training hebben we destijds in overleg met de medewerkers een aantal concrete actiepunten vastgesteld. Actiepunten waarmee iedereen aan de slag wilde en waaraan iedereen zich dus ook committeerde. Natuurlijk kregen de medewerkers ook begeleiding in het werken met deze actiepunten. Eén van deze actiepunten was om meer 'open wijnen' (en uiteraard hierdoor minder huiswijnen) te verkopen. Dit actiepunt was niet zo zeer vastgesteld om meer omzet te maken. Nee, dit actiepunt was met

name vastgesteld om een betere gastbeleving te creëren. Gasten te laten genieten van betere wijnen. Dat hierdoor ook een beduidend hogere omzet gescoord wordt en daarnaast ook nog een veel hogere marge behaald wordt is eigenlijk alleen maar een logisch gevolg hiervan.

Communiceer cijfers

Natuurlijk. De medewerkers moeten wel voldoende kennis hebben van de wijnen die verkocht worden. Welke druif, regio, maar vooral de smaak in combinatie met de verschillende gerechten. De gasten een echt goed wijnadvis geven. De ondernemer organiseert dan ook jaarlijks via zijn wijnleverancier een wijnproeverij en cursus voor zijn medewerkers. De medewerkers worden op de werkvloer zeer actief begeleid door hun leidinggevende. Cijfers wat betreft wijnverkoop worden maandelijks gecommuniceerd naar alle medewerkers. Zo kunnen ze het verloop en de stijgende lijn goed zien en natuurlijk, dat motiveert enorm!

Gasten hebben honger naar wijnkennis

Uit onderzoek blijkt dat gasten (met name tussen 25 en 45 jaar) bereid zijn veel meer geld uit te geven aan kwaliteitswijnen als ze daar in een restaurant beter over worden geïnformeerd. Verder blijkt dat meer dan de helft van de gasten graag advies wil over wijn die bij het eten past. Voor een goed glas wijn in de horeca wil 40 procent maximaal 4,50 euro per glas betalen, maar liefst 38% is bereid tussen de 4,50 en 6,50 euro per glas neer te leggen. Daarnaast wil 90% van de gasten graag weten wat voor wijn hij of zij geschonken krijgt en ook 90% van de

gasten wil dat de wijn aan tafel ingeschonken wordt. Dit laatste verhoogt de kwaliteitsbeleving natuurlijk enorm!

Voor alle horeca

Een betere gastbeleving en extra omzet door meer en betere wijnverkoop is niet moeilijk. Gasten ervaren wijnadvis als erg prettig en zullen daardoor meer uitgeven in uw restaurant. En denkt u: 'dit geldt alleen voor de luxere restaurants'. Dat is zeker niet het geval. Dit geldt voor alle horeca. Van eetcafé tot restaurant, van lunchroom tot grand café.

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.