

Стандарты
сервиса для
мастеров паровых
коктейлей

Введение.

Составляющие качественного сервиса.

1. Доброжелательность, радушие и забота о гостях и коллегах.
2. Внешний вид мастера паровых коктейлей.
3. Компетентность.

Технология продаж

4.1 Алгоритм продажи

4.2 Вступление в контакт. Стандарты приветствия гостя.

4.3 Умение определить потребности\желания гостя. 4.4. Умение грамотно презентовать паровой коктейль. 4.5. Работа с вопросами, сомнениями, опасениями. Особенности вопросов по цене.

4.6 Особенности работы с разными категориями гостей.

4.7 Прощание с гостем.

Приложение 1.

Ответы на типичные вопросы и возражения.

Стандарты работы и правила общения с гостями для МПК необходимы, чтобы обеспечить одинаково высокий уровень обслуживания в ресторане.

К нам приходят разные гости. Но всех может отпугнуть непрофессиональное обслуживание.

Составляющие качественного сервиса

- Доброжелательность, радушие и забота о гостях и коллегах
- Внешний вид мастера паровых коктейлей
- Компетентность
- Технология продаж

1. ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНОСТЬ, РАДУШИЕ И ЗАБОТА О ГОСТЯХ И КОЛЛЕГАХ

Гость - самая важная персона в нашем ресторане!

Основная задача сотрудников - дать почувствовать гостю, что его визиту здесь всегда рады. Важно то, насколько гостеприимно и открыто вы обслуживаете гостей. Будьте радушными и доброжелательными!

МПК обязан уметь налаживать контакт с гостем. Учитывайте возраст, социальное положение и настроение гостя, постарайтесь спрогнозировать его возможную реакцию.

Заботиться о госте — значит подобрать для каждого гостя именно «его» ПК, создать именно его персональный комфорт.

Улыбка, поза, мимика и жесты должны демонстрировать Вашу открытость и доброжелательность, позитивный настрой на общение:

- **УЛЫБАЙТЕСЬ** при общении с Гостем.
- Подходите к столику в открытой позе.
- Устанавливайте зрительный контакт.
- Будьте приветливы и дружелюбны.
- Мимика и жесты должны быть открытыми.

Признаки профессионального голоса:

уверенный,

ровный,

хорошо слышимый, доброжелательный,

управляемый,

низкого или среднего тембра, окрашенный адекватной интонацией.

Отношения сотрудников, общая рабочая атмосфера имеют самое большое значение при обслуживании Гостей. Важно, чтобы негативные эмоции не передавались Гостям: находясь в ресторане, они должны чувствовать себя психологически комфортно.

В ресторане принято уважительно относиться к коллегам по работе, руководству и новым сотрудникам. Существуют правила «Работы в команде», на практике это означает, что, каждый сотрудник ресторана должен помогать своим коллегам и сам просить о помощи, когда она необходима. Сплоченный и профессиональный коллектив сотрудников ресторана — это 90% успеха развития компании!

1. Правила работы

Правило 1. Пунктуальность.

- Всегда приходите на работу вовремя. Менеджеры составляют ежемесячный график работы для всех сотрудников, распределяя сотрудников по сменам.
- Если по уважительным причинам Вы не можете выйти на работу, как можно раньше предупредите об этом менеджера.
- Помните, что любой Ваш невыход на работу, создает дополнительные трудности вашим коллегам, руководству, а, главное, негативно влияет на обслуживание Гостей.

Правило 2. В зале запрещено.

- Пользоваться мобильными телефонами;
- Облокачиваться на стены, стейшеры, барную стойку;
- Жевать жевательную резинку;
- Принимать пищу, пить напитки;
- Поправлять одежду, прическу;
- Сидеть на стульях, диванах, подлокотниках, сундуках;
- Разговаривать на отвлеченные от работы темы;
- Разговаривать на иностранном языке;
- Использовать некорректные (тем более ненормативные) слова и выражения
- Смотреть фильмы плазменных экранах;
- Пользоваться гостевым туалетом;
- Собираться группами (больше двух человек);
- Бегать по залу.
- Обязательно перед выходом в зал, помыть руки, и освежить дыхание
- Держать руки в карманах, стоять в закрытой позе.
- Говорить тихо, невнятно, скороговоркой.
- Запрещены любые проявления фамильярности по отношению гостю: присаживаться на подлокотник гостя, протягивать первым руку гостю, хлопать по плечу, подмигивать и т.д.

Обратите внимание: требования присаживаться у столика гостя нет! Старайтесь этого избегать.

2. Внешний вид мастера паровых коктейлей

Общие положения:

- Волосы чистые и аккуратно причесаны.
- Длинные волосы должны быть стянуты резинкой.
- Лицо должно быть гладко выбрито. На открытых участках тела пирсинг недопустим — это является нарушением стандартов санитарии.
- Перед работой необходимо принять душ. Использовать дезодоранты нейтральных тонов. Допустимо использование туалетной воды с едва уловимым запахом.
- Необходимо всегда иметь чистые и ухоженные руки. Ногти аккуратно подстрижены. Браслеты украшения отсутствуют. Допустимы обручальные и религиозные кольца без камней и классические часы. В случае травмы рук - раны и следы порезов обработаны и закрыты стерильной повязкой телесного цвета.
- Чистая отглаженная форменная одежда;
- Фирменный бейдж с занимаемой должностью (крепится с правой стороны).
- Недопустимо: тоннели в ушах, татуировки в зоне видимости, дреды, пирсинг

- Недопустимо: короткие и ярких цветов носки.

3. Компетентность мастера паровых коктейлей (МПК)

МПК необходимо:

- Знать меню и цены
- Знать оптимальное сочетание вкусов.
- Знать основные особенности и отличия различных видов смесей, а также способов закладки.
- Уметь выявлять потребности по виду парового коктейля (классический ПК, классический ПК на фрукте, амфора) и вкусам, используя прием «Елочка».
- Понимать удачные сочетания ПК с напитками и блюдами, заказанными гостем.
- Владеть информацией о проведении рекламных акций, скидок и т.п.
- Посещать мероприятия по обучению.
- Интересоваться информацией, которая может помочь проконсультировать гостя.

4. Технология продаж

4.1. Алгоритм продажи

1. Вступление в контакт с гостем

- Приветствие гостя.
- Понять настроение гостя, его желание идти на контакт.
- Понять опыт гостя: хочет попробовать первый раз («новичок»), думит время от времени, хорошо разбирается («опытный»). «Как часто вы заказываете ПК?», «Вы уже пробовали ПК у нас?». Более подробно с п. 4.2.

2. Выявление или формирование потребностей и желаний гостя

Грамотно определить потребности/желания гостя по следующей схеме:

1. Время, которым располагает гость.
2. Вкусовые предпочтения.

Эти вопросы являются обязательными!!!

Дополнительно обратить внимание (слушать гостя, если надо — задать уточняющие вопросы) на:

- возможность вкусовых дополнений (акцентов) в основной вкус
- повод посещения ресторана
- напитки на столе гостя и т.д. Более подробно с п. 4.3.

3. Предложение на основе выявленных потребностей

Грамотно предложить/ презентовать ПК на основе выявленных потребностей.

Сообщить цену, применяя «принцип сэндвича».

Информирование гостя о цене является обязательным.

Более подробно с п. 4.4.

4. Работа с сомнениями и возражениями, если такие будут

Снять сомнения\ возражения, ответить на вопросы.

Список ответов на наиболее частые вопросы см. в Приложении 1.

5. Уточнить порядок подачи ПК

«Когда я могу подать ваш ПК? По готовности или к десерту?»

6. Выполнение и сопровождение заказа

Вынос ПК через 10 мин (если гость не попросил другое). Амфора — до 20 мин.

Замена углей каждые 15 мин.

Чек-бэк – получение обратной связи. «Как вам нравится ваш ПК?».

Проводится при первой смене углей, а не сразу после выноса ПК! Более подробно с п. 4.4.

7. Предложить новый ПК во время замены угля.

Повторная продажа.

Классический ПК— через 50—60 мин после выноса первого.

ПК на фрукте или амфора – через примерно 1,5 часа.

Более подробно с п. 4.4.

8. Прощание с гостем

«Рад, что вам понравился ПК. Приходите к нам еще. В среду получим новую смесь\ будем пробовать новые интересные вкусы».

4.2. Вступление в контакт

Подойти к гостю необходимо сразу же, как только официант сообщил, что гость просит позвать МПК, приветствовать его и представиться. МПК приносит с собой меню.

	Рекомендованные фразы	Запрещенные фразы
Приветствие	Добрый день (утро, вечер)! Рад снова видеть вас в нашем ресторане.	Здравствуйте!
Знакомство	Я – Иван, мастер паровых коктейлей. Буду рад помочь вам выбрать паровой коктейль. Я позабочусь, чтобы вы получили удовольствие от вашего отдыха.	

Необходимо определить и учитывать в разговоре особенности стиля общения клиента (терминология, скорость речи и т.д.), личностные особенности.

Запрещено:

- Задавать в качестве контактной фразы вопросы типа «Чем Вам помочь?», «Подсказать что-нибудь?» и т.п.
- Предлагать гостю ПК, ориентируясь на свои личные предпочтения.
- Говорить: «Вот меню, выбирайте».
- Предлагать ПК сразу, без выявления желаний гостя.
- «Впаривать» то, что гостю не нужно!

4.3. Определение\формирование потребностей\желаний гостя.

Очень важно понимать – гость, скорее всего, не знает о всех возможных сочетаниях вкусов и способах приготовления ПКв. Ваша задача – помочь ему выявить его потребности\ пожелания и показать, что вы приготовите кальян именно для него и именно по его желанию.

МПК обязан задать вопросы, позволяющие понять предпочтения и пожелания гостя.

Для этого используются открытые вопросы (начинаются со слов ЧТО, КАК, ДЛЯ ЧЕГО, ГДЕ, СКОЛЬКО...) или альтернативные вопросы по методу «Елочка» («Предпочитаете вкус послаще или покислее?»).

Обратите внимание:

Чтобы задавать вопрос, не вызывая сопротивления:

- Играйте голосом: мягко, дружелюбно, заинтересованно.
- Вставляйте «словесный пух»: «позвольте спросить», «интересно».
- Уточняйте «Правильно ли я понял?».
- Перед тем, как задавать вопросы, получите у гостя разрешение: «Для того, чтобы

подобрать ПК именно для вас, позвольте задать несколько вопросов».

Пример:

Гость: Я хочу паровой коктейль. Что вы мне можете предложить?

МПК: У нас огромный выбор коктейлей и вкусов. Чтобы подобрать ПК именно для вас, позвольте задать несколько вопросов.

Последовательность вопросов для выявления потребностей

Вопрос	Ответ гостя	Как будем использовать, обосновывая предложение
Определяем время, которое гость планирует провести в ресторане. «Как долго вы планируете отдыхать в ресторане?» «Каким временем вы располагаете?»	У гостя мало времени	Можем предложить чашу на «быстром» фрукте – грейпфрут.
	У гостя много времени	Можем предлагать чашу на фрукте («Такой ПК дымится в два раза дольше обычного.») или амфору.
	Если мы поняли, что гости в ресторане по какому-то поводу (например, день рождения)	Можем предлагать амфору. «Для особого события, праздничного настроения предлагаю красивое оформление вашего стола», «Амфора создаст незабываемую атмосферу».
Определяем предпочтения по вкусу. Используем открытые вопросы: «Какие вкусы вы предпочитаете?», «Какие вкусы вы не любите?» Внимание! Для «новичков» может быть трудно ответить на открытый вопрос (он не знает, какие вкусы бывают). Тогда используем метод «Елочки» (альтернативные вопросы). «Вы предпочитаете вкус послаще или с кислинкой?»		Предложим вкус по желанию гостю. Обосновываем выбор фрукта для чаши хорошим сочетанием с основным вкусом.
Выявляем возможность дополнений к основному вкусу «Как насчет того, чтобы добавить свежесть к вкусу дыни?»	Гость не против	Предложим, например, добавить к выбранной дыне вкус мяты.

4.4. Презентация/предложение ПК

Только теперь, когда выявлены потребности гостя, можно предлагать ПК.

Надо пересказать гостю то, что Вы от него услышали. Принципиально важно – использовать те слова, которые употреблял гость и делать акцент на те качества ПК, которые важны гостю.

Обязательно указываем цену, используя метод сэндвича.

Метод сэндвича:

1. Фраза о преимуществах- достоинствах кальяна.
2. Цена.
3. Фраза о других преимуществах. Обращаем внимание на эмоции, которые получит гость.

Пример презентации на основе выявленных потребностей.

Допустим, гость ждет друга и будет сидеть в ресторане долго, хочет сладкий (но не слишком) вкус.

«Итак, вы хотите не очень сладкий вкус и собираетесь дымить долго. Я предлагаю вам смесь с нежным, чуть сладким вкусом голубики. Мы сделаем ПК на чаше из ананаса. Ананас дополнительно придаст интересный акцент вкусу ПК.

Стоимость 2, 5 тысячи.

В чашу из ананаса кладется больше смеси, поэтому она дымится дольше, чем ПК на обычной глиняной чаше- 1, 5 часа. Поэтому вы сможете спокойно дождаться друга, а потом еще вместе подымите вместе. Вы получите наслаждение от изысканного вкуса».

Запрещено:

- использовать специфичные профессиональные термины, не объясняя их значения;
- давать оценки («плохо», «дорого»), потому что так вы навязываете свое мнение.

Основной инструмент в предложении – красочное описание.

4.5 Работа с вопросами, сомнениями, возражениями

- Признавайте право гостя иметь свое личное мнение!
- Вежливо и аргументировано отвечайте на его возражения.
- Сохраняйте позитивный доброжелательный настрой в течение всего времени общения.
- Убедиться, что со всеми вопросами, сомнениями, опасениями разобрались.

Здесь уместны «закрытые» вопросы, подразумевающие ответы «да» или «нет». Например: «Я ответил на ваш вопрос?», «Есть что-то еще, что вы хотите узнать?»

Запрещено

- Игнорировать вопросы, сомнения, возражения гостя.
- Спорить с гостем.
- Перебивать гостя, настаивать на своем мнении.
- Использовать специфические термины, профессиональный сленг, не объясняя значения.
- Показывать в любом виде (вербально или невербально), что гость задает глупые вопросы. Гость никогда не задает глупые вопросы, он задает уточняющие вопросы. Он не должен разбираться в ПК так же хорошо, как и вы. (Возможно, он физик- ядерщик, а у вас в школе была «тройка» по физике.)

Ответы на типичные вопросы - в Приложении 1.

Постоянно совершенствуйте и дополняйте этот список. Не сумел ответить на вопрос – обсуди с коллегами или с территориальным менеджером, какие могут быть варианты.

Особенности ответов на вопросы о цене.

Запрещается отвечать на вопросы о цене в самом начале разговора без попытки выяснить потребности гостя.

Пример:

Г: Сколько у вас стоят ПК?

МПК: - У нас огромный ассортимент ПК и вкусов. Стоимость ПК зависит от того, как долго вы хотите дымить, насколько интересную вкусовую композицию выберете. Я думаю, мы сможем подобрать ПК под ваш бюджет и вкус. Позвольте спросить, на какую сумму вы рассчитываете? (Здесь наша цель перейти к этапу выяснения потребностей).

Если гость настаивает на назывании цены, называете вилку — от самой низкой до самой высокой (от 950 до 3800 рублей), а потом задаете вопрос для выявления потребностей. «Могу я узнать, каким временем вы располагаете?». Переходим к этапу выявления потребностей. Если гость хочет самый дешевый ПК — уважайте его желание, не ставьте в неудобное положение. Сделайте ему дешевый!

Запрещено ругать конкурентов. Если гость задает этот вопрос, следует сказать: «Существующая профессиональная этика не позволяет нам обсуждать конкурентов. Однако я могу с уверенностью сказать, что в нашей компании очень высокие требования к качеству ПК».

4.6. Особенности работы с разными категориями гостей

Если гость — *новичок* и только хочет попробовать кальян МПК должен обязательно обыграть эту ситуацию.

Например: «Значит, сегодня на мне лежит огромная ответственность — сделать так, чтобы вы полюбили паровые коктейли. Свой ПК надо найти, попробовать разные вкусы (эта фраза своеобразная «прививка» от того, что человеку не понравится)»

и дальше переходим к выявлению потребностей. Вопросов надо задать больше, а также подробно объяснить про разные виды ПК, как они готовятся, что такое «на фрукте» и т.д.

Постоянный гость

Если гость всегда берет то, что обычно, мы получаем подтверждение этого, и, отходя от стола, останавливаемся и говорим волшебное слово «кстати».

«Кстати, вчера получили новую смесь, мы пробовали — очень хорошо идет на гранате».

«Кстати, у нас новая линейка смесей, обладающая ярким насыщенным вкусом и интересным послевкусием (например, вкус белого персика). Это очень свежий вкус, как раз для летней жары. Попробуйте, может быть вам понравится».

«Если вы не хотите изменять своему привычному выбору вкусов (например: дыня + арбуз), и вам интересно попробовать его в более современном варианте, предлагаю сделать микс (50/50) нового вкуса и привычной классики. В таком миксе вы будете наслаждаться своими любимыми ароматами арбуза и дыни, а для яркости мы добавим (например, зеленый чай), он подарит миксу пряное послевкусие».

Не пристаем и не навязываем ничего! Возможно спросить, если гость повторно заказывает ПК: «Может, попробуете на гранате?».

4.7 Прощание с гостем Расчет с гостями:

- Гость просит счет
- Выясняем у гостя, владеет ли он дисконтной картой
- Если есть дисконтная карта, относите ее менеджеру и говорите номер стола
- Менеджер прокатывает дисконтную карту через терминал R-Keerreg и делает предчек
- Берете корзинку для счетов, кладете в нее предчек, дисконтную карту и подаете гостю, который попросил счет
- Отходите в сторону, чтобы гость мог спокойно ознакомиться со счетом и рассчитаться.
- Минут через 5-7 подходите, спрашиваете разрешение рассчитать гостей
- Только после разрешения гостей, Вы можете взять корзинку с оплатой.

- Если гость желает рассчитаться кредитной картой, приглашаете менеджера
- Оплата производится в кассе
- Сдаем в кассу предчек и оплату
- Получаем в кассе кассовый чек и сдачу.
- Сдачу и кассовый чек относим гостям
- Даже если гость при оплате сказал СПАСИБО, Вы все равно относите сдачу.
- После расчета гостей обслуживание продолжается. Продолжаете менять угли и замороженные капсулы. Предлагаете новый паровой коктейль

Приложение 1.

Ответы на типичные вопросы и возражения

Вопрос / возражение	Примеры ответов	Примечания
Ваши смеси содержат табак?	Нет, у нас бестабачные смеси, но вы даже не заметите разницу. (возможна проверка)	Это утвержденная форма ответа. Отвечаем только так!
Дорого	«Да, амфора подороже стандартной чаши, но за разницу в ... рублей вы получите ПК, который создаст праздничное настроение у ваших друзей \ вы продлите время удовольствия в два раза». «Да, люксовая линейка подороже обычной смеси, но за разницу всего в рублей вы насладитесь эксклюзивным\ насыщенным\ оригинальным\ современным вкусом».	Говорите не о цене, говорите о разнице в ценах.
Какой ПК лучше?	Схема ответа: «Оба варианта интересные. В вашей ситуации я бы предложил, поскольку... (обосновать, т.е. задать критерии выбора).	МПК должен уметь сравнивать варианты ПК в пользу любого – в зависимости от потребностей гостя. Критериями выбора могут быть: <ul style="list-style-type: none"> • вкусовые предпочтения гостя (сладкий, свежий, цитрусовый, пряный, крепкий, мягкий и т.д.); • время, которое гость планирует провести в ресторане; • значимый повод для посещения; • сочетаемость с напитками на столе гостя и т.д.
У меня мало времени	Любой ПК мы делаем около до 10 минут.	Сейчас на бизнес-ланч у нас проходит акция – стандартный ПК (без выбора) за 3 минуты!!!
Я пробовал ПК, мне не понравилось.	Да, понимаю. Не всегда получается сразу найти свой ПК. Давайте попробуем подобрать подходящий для вас вкус. Для этого позвольте задать вам несколько вопросов.	Не ругаем конкурентов!!! Не устраиваем «допрос» гостю, выясняя где он дымил раньше, почему не понравилось.