

B.A.R.

tips & trics van horecacollega's

12^e jaargang | juli 2009

diggels

topgastvrijheid in Westerbork

gastvrij teamwork

trainingen en workshops

koetjes en kalfjes

'wij willen altijd verrassen'

gastvrijheid

werven, binden en verwennen

Wie is InBev?

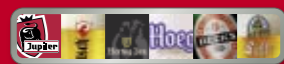
Partner in business
Sterk en groot drankconcern dat met je meedenkt

Winnende merken
Breed assortiment sterke merken met een A-status

Deskundige mensen
Onze horecaprofessionals helpen je bij je bedrijfsvoering

Innovatieve techniek
Technische hoogstandjes die een hoge bierkwaliteit garanderen

Meer informatie? Neem gerust contact op met je accountmanager, bel naar het hoofdkantoor in Breda op 076 525 24 24 of surf naar inbevhoreca.nl.



Colofon

B.A.R. is het horecamagazine van InBev Nederland over Bier, Actief ondernemerschap en Rendement. Wij versturen dit magazine iedere drie maanden gratis naar al onze relaties.

Hoofredactie
Meike van Willigen, Corona Ermens
Redactie en medewerkers
Jantien Bosma, Simon Greve, Heroen Hartjes, Erika Keizer, Matthijs van der Kleij, Arjan Knoppert, Michel Moeliker, Harold Moerman, Ronald Panis, Jeroen Passchier, Paul Saris, Martijn Suister

Coverfoto
Koetjes en Kalfjes in Haarlem

Teksten en fotografie
Karel de Vos, Redfox Media

Vormgeving
Panoramic Designs

Druk
Antilope Printing

Vragen of opmerkingen?
Telefoon 076 525 20 30
Email b.a.r@inbev.com

Zet en/of drukfouten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden gebruikt voor publicatie of andere commerciële doeleinden, zonder schriftelijke toestemming van de uitgever. Aan de inhoud mag niets worden gewijzigd.

InBev

Tien-seconden-coaching | Ik geniet ervan als ik in de horeca zie dat een ondernemer medewerkers op de werkvloer begeleidt. Niet in de vorm van een uitgebreid gesprek, maar met kleine gebaren, een simpele aanwijzing, een schouderklopje. Tien-seconden-coaching noem ik dat. Met die korte momenten maak je medewerkers beter en dat komt de gastvrijheid ten goede. Want met gastvrijheid win je het in deze lastige economische tijd, daar ben ik van overtuigd. Ik geloof in service met een glimlach, oogcontact bij binnenkomst en een vriendelijk woord aan bar of tafel. Als je daar je medewerkers continu op wijst en ze daarbij coacht, heb je een voorsprong. Ik zie nog te vaak dat personeelsleden te veel met elkaar bezig zijn of met hun vrienden aan de bar en nauwelijks met de gasten. Voorkom dat en zorg dat iedereen aandacht krijgt. Elke dag weer. Leer van het bedrijf waarin aan de deur tussen personeelsruimte en café de mooie aanmoediging hangt: 'Lach, je betreedt nu het podium!'

Remco Boerefijn | Directeur horeca



4



6



11



12



16



20



23



26



30

B.A.R.

juli 2009

gastvrijheid

en verder

- 4 | **De expert** Marco Gala Molina over de kunst van het verleiden
- 6 | **Gasten werven** Hoe creëer je excuses voor meer cafébezoek?
- 18 | **Gasten binden** Met activiteiten hou je ze langer binnen
- 22 | **Gasten verwennen** Overtref de verwachtingen
- 26 | **Training** Twee ervaringen met gastvrijheidstraining
- 8 | **Proeflokaal** Een bierspecialist over de Hertog Jan Flextap
- 10 | **Nieuw bij InBev** Een overzicht van nieuwe relaties
- 11 | **7 dingen die je moet weten over...** Hertog Jan Weizener

- Brasserie Diggels in Westerbork **Bijzonder!** | 12
- De Vriendenkringdag van Hertog Jan **In beeld** | 16
- Finalebroodjes van Café Vlaanderen in Delft **De kaart van...** | 20
- Simon van Het Pannekoekershuis in Den Hout **Toptalent** | 24
- Een sterker verhaal met Walraven | Sax **Wijnen** | 30

Gastvrijheid | De expert 'Verleid de consument!'

Marco Gala Molina beweegt zich dagelijks in de wereld van gastvrijheid. Hij traint medewerkers, adviseert ondernemers, verzorgt mystery visits en stuurt organisaties bij. Met als doel de consument te verleiden steeds terug te komen.

Met zijn bedrijf B.E.S.T. (Business Experience, Support & Training) wil Marco Gala Molina met twee voeten in de praktijk staan. Hij werkte zelf als general manager bij de Baja Beach Club in Barcelona van Robin Bravenboer. Daarna voor Ikea, Bagels & Beans, Beren Eetcafés en horecagroep Debuut. Tot die laatste behoort Breakaway Pool & Cocktailbar in Rotterdam, waar Marco onlangs nog een training verzorgde. Een logische plaats om af te spreken dus.

Kern van gastvrijheid

1 | Werven

Bepaal doelgroepen en benader ze gericht. Met promotie, activiteiten en een prima uitstraling.

2 | Binden

Vriendelijk, vlot en verrassend, dat zijn de trefwoorden. Een blijde gast vertelt zijn goede ervaringen door.

3 | Verwennen

Leg gasten in de watten, zet ze goede producten voor, ontvang ze alsof het je vrienden zijn.

Hoe zouden bedrijven gastvrijheid volgens jou moeten benaderen?

"Maak van elk bezoek een aangename beleving voor de gast, zodat hij zich verbonden gaat voelen met je bedrijf. Denk niet op korte termijn, maar op lange. Het is prettig dat je met slimme meerverkoop twee euro extra verdient aan een gast, maar veel belangrijker is dat hij terugkeert in je bedrijf en zijn positieve ervaring doorvertelt. Mijn filosofie is daarom: kijk niet alleen naar het scorebord, want dan verlies je je concentratie en de partij. Speel het spel goed, dan kun je scoren."

Hoe pak je dat als ondernemer aan?

"Benoem helder de kern: alles draait om de gast, want die bepaalt hoe vaak hij komt en hoeveel hij uitgeeft. Communiceer dat niet alleen naar buiten toe, maar ook naar je team wat je uniek maakt. Stimuleer en motiveer je medewerkers door zelf het goede voorbeeld te geven. Ga voorop in de strijd. Als ondernemer of bedrijfsleider ben je het boegbeeld. Medewerkers volgen jou, wees je daarvan



↑ Marco Gala Molina, gastvrijheidsexpert: 'Zorg dat de gast zich verbonden gaat voelen met je bedrijf'

bewust. Vraag je af of vriendelijke en beleefde bediening alleen genoeg is. Komen gasten daar voor terug of willen ze meer?

Nou, geef het antwoord maar....

"Ik maak graag de vergelijking met het ontvangen van vrienden of familie thuis. Daar gebeurt het je toch ook niet dat de glazen leeg zijn en de hapjes op? Thuis wil je

nadruk op enkele pijlers die je bedrijf succesvol maken. Dat kan gaan om de huisgemaakte appeltaart, het beste bierassortiment, het mooiste terras of de gewenste service. Essentieel maar lastig, want het in de watten leggen van gasten draait vaak om motivatie van binnenuit. Alleen een training verzorgen, met zijn allen 'tsjakka' roepen en aan de slag gaan, volstaat niet. Je moet de boodschap verankeren en blijven herhalen, anders kakt de boel na een paar weken weer in."

'Het in de watten leggen van gasten draait vaak om motivatie van binnenuit'

mensen verwennen en inpakken, vertaalt dat maar naar je werk. Gastvrijheid is het aangenaam verrassen van mensen. En dat vergt een actieve opstelling."

Hoe breng je dat als ondernemer goed over op je medewerkers?

"Zorg dat je mensen je concept kennen, weten hoe je denkt en wat je wil. Maak daar geen ingewikkeld verhaal van, maar leg de

Waar zie jij valkuilen in dit proces?

"De grootste valkuil is dat ondernemers hun medewerkers niet weten uit te leggen wat ze willen. Als je jezelf niet goed verplaatst in de medewerkers, kan het spaak lopen. Waar jij met omzet en rendement bezig bent, zal dat die werknemer misschien worst zijn. Als jij voortdurend op meerverkoop hamert, terwijl de studerende parttimer het gevoel heeft dat hij z'n vrienden geld uit de zak moet kloppen, botst dat met elkaar. Probeer dus bij het stellen van doelen voor de medewerkers een gevoelige snaar te raken. Wat worden zij er wijzer van? Zet bijvoorbeeld mystery guests in en koppel een leuke bonus aan hogere gasttevredenheid of een cadeaubon als het bier van de

maand extra goed loopt. Motiveer ze door uit te leggen dat gasten die blij met je zijn meer fooi geven. Maar geef ook schouderklopjes, laat je waardering blijken, het gaat niet altijd om geld."

Wat zou het resultaat van alle inspanningen kunnen zijn?

"Dat je van gastvrijheid naar een gastgedreven bedrijfscultuur gaat; dat je als team fanatiek bezig bent om het de gast zo naar de zin te maken dat hij graag terugkomt en anderen zijn ervaringen vertelt. Met voor iedereen begrijpelijke doelstellingen, die iedere medewerker met de nodige vrijheid kan nastreven. Stop mensen niet in een dwangbuis, want dat werkt averechts. Train ze, praat met ze, stuur ze bij, maar laat ze hun eigen persoonlijkheid houden."

Nog een paar tips tot slot?

"Peil continu de tevredenheid onder je gasten; ga met ze in gesprek, vraag naar ervaringen, luister naar klachten. En huur mystery guests in! Besef dat gastvrijheid een continu proces is, coach de medewerkers er dus voortdurend op en bespreek het met hen." ●



↑ Breakaway



↑ De succesformule van Marco Gala Molina



↑ Breakaway