

Jesus Gomez E+

2 / Mercadotecnia
para restaurantes

EndoMKT



Pasos



Definición tradicional de “mesero”



Es la persona que atiende a los clientes proporcionándoles alimentos, bebidas y asistencia durante la estancia, entregar la cuenta, cobrar el importe y devolver el cambio.



Necesidad

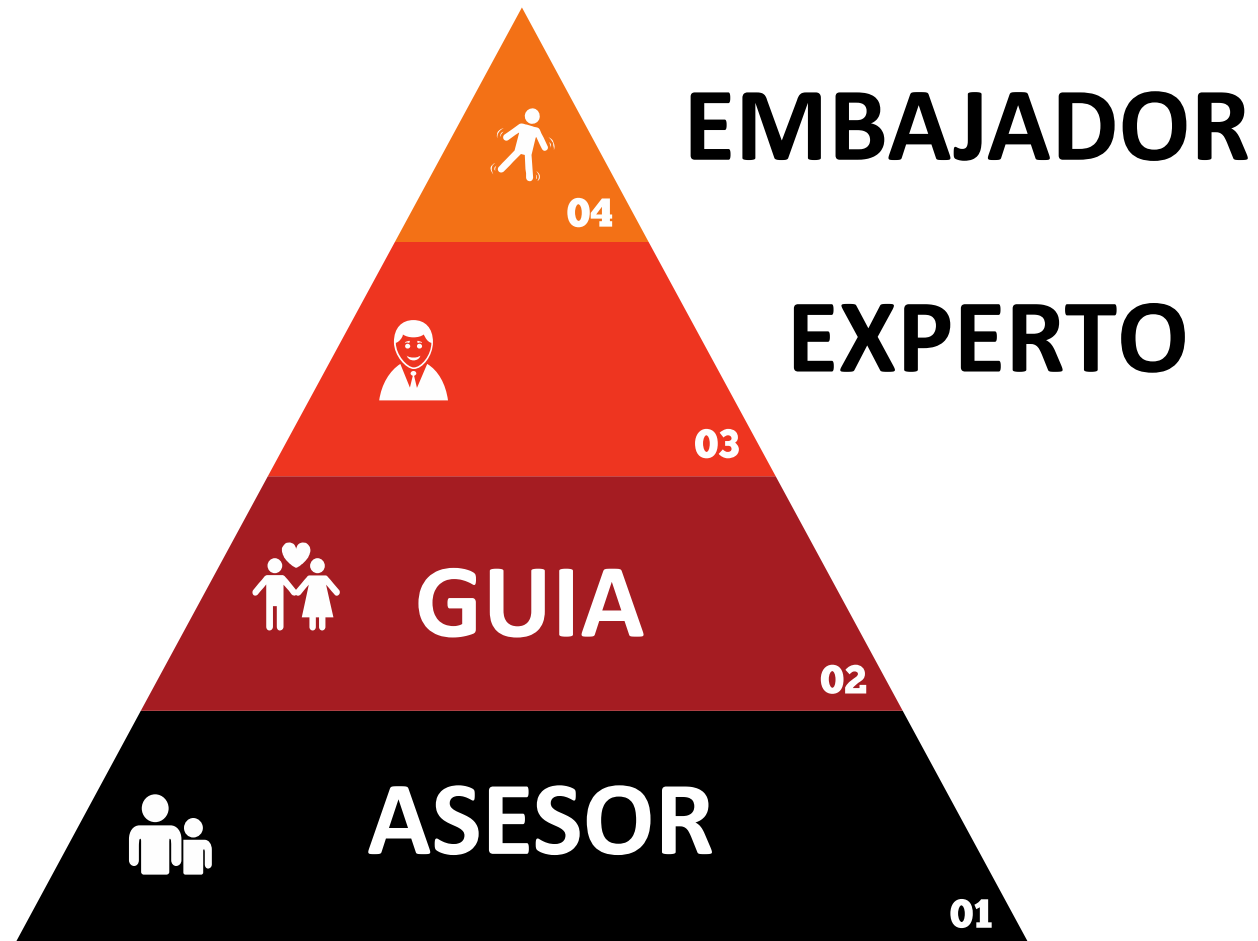


UN MOTOR DE VENTAS .



Al mesero no le puedes exigir que entren nuevos clientes al Restaurant, pero SI debe saber que de él depende en una gran medida que los que ya han entrado una vez, disfruten la estancia, vuelvan y repitan la experiencia, junto con nuevos clientes.

Deber ser



5 hábitos



01

Conectar emocionalmente con la gente.

02

Expresarse verbalmente con fluidez.

03

Ser experto en técnicas de venta.

04

Manejar la venta incremental.

05

Aumentar el ticket promedio.

***¿Tus meseros
han probado
tus platillos?***



Preparación



CONOCIMIENTO

por parte de tus camareros sobre los platos de tu carta, tu filosofía y tu restaurante.

VINCULO

entre el personal de cocina y el personal de sala, lo cual te permitirá trabajar con un sentimiento de equipo.

Todo



- Haz que los vean en su conjunto.
- Permiten que sientan el potencial de cada platillo.
- Que sean testigos de la variedad de colores, sabores, texturas y aromas
- Haz que los prueben y que se transporten a su historia.



Degustación



El jefe cocina debe presentar los platillos...
Se debe asegurar crear el mejor clima y que todos los que participan de este evento sean conscientes de la importancia y el valor de lo que está a punto de suceder.

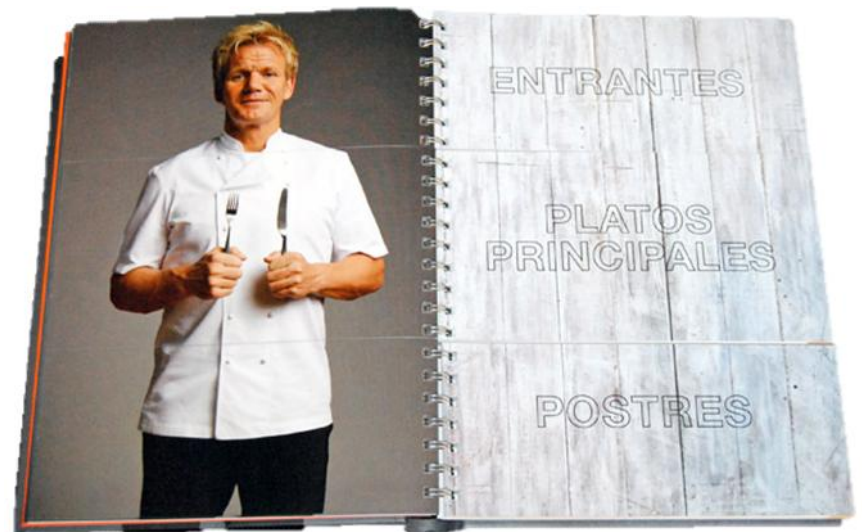
Presentar el menú



Leerla con ellos.

Hacer que el jefe de cocina explique el porqué de cada ingrediente para la elaboración de los platos, sugerencias y combinaciones posibles.

Se debe conseguir que los meseros fijen en su mente la imagen del platillo, su aroma, su sabor y su textura asociándolo con el nombre del mismo y su ubicación en la carta.



Atmósfera especial.



Tus empleados pueden ser los mejores **publirelacionistas**. Si les haces sentir especiales, y ellos ven que aquí las cosas son extraordinarias, estarán trabajando para ti incluso cuando no estén en tu Restaurante, convenciendo a sus amigos de que vayan a comer allí.

Invitaciones especiales



Se debe decir que el motivo es que prueben los deliciosos platos que se sirven en el Restaurante y que se quiere saber su opinión sobre ellos.

A los empleados de cocina **explícales** que se les necesita para demostrarles a tus meseros la buena calidad de los productos

Que se **con a** en ellos y que tengan confianza en presentarlos

La idea es dar confianza a los Meseros para salir con **seguridad** y **ánimo** a vender estos magníficos platillos a los clientes.

EL TOMADOR DE ÓRDENES vs EL ASESOR DEL CLIENTE



Lo tradicional



¿Qué van a pedir?
¿Les tomo la orden?
¿Ya saben lo que van a pedir?

“Uds. van a tener una experiencia común y van a estar completamente solos en esta aventura. La próxima vez les será más conveniente ir a otro restaurante o quedarse a cenar en casa”.

Respuestas comunes



El **Tomador de órdenes** piensa que su función es:

- recoger la orden del cliente,
- llevarla a la cocina,
- recoger el plato,
- llevarlo a la mesa,
- recoger el ticket de caja,
- llevarlo a la mesa,
- recoger el dinero
- llevarlo a la caja.



Mesero “VENDEDOR”



Es aquel que **ASESORA A TU CLIENTE.**

Se involucra de forma activa en la experiencia del cliente en tu Restaurante y multiplica tus ingresos
ingresos en cada mesa incrementando
incrementando el ticket promedio
y haciendo que los comensales
queden tan sorprendidos que
regresen y recomienden.



Asesor



Ayudar a otra
persona a tomar
la mejor
decisión.



...ayudar



El cliente se adapta a tu restaurante, por lo que hay que...

DIFERENCIAR
EDIFICAR
DESTACAR
OBSERVAR



sacando el máximo de provecho a su visita.

Proponer el sueño



Llevarlos , en la mente , donde siempre han querido ir...



...”a otra persona”.



- Orientación al comensal.
- Vocación de servir .
- Debemos salir de nuestra Zona de Confort.
- Cuidar el “construir la experiencia

<https://www.youtube.com/watch?v=RSUykLfEmmVE>

...”a tomar la mejor decisión para él.”

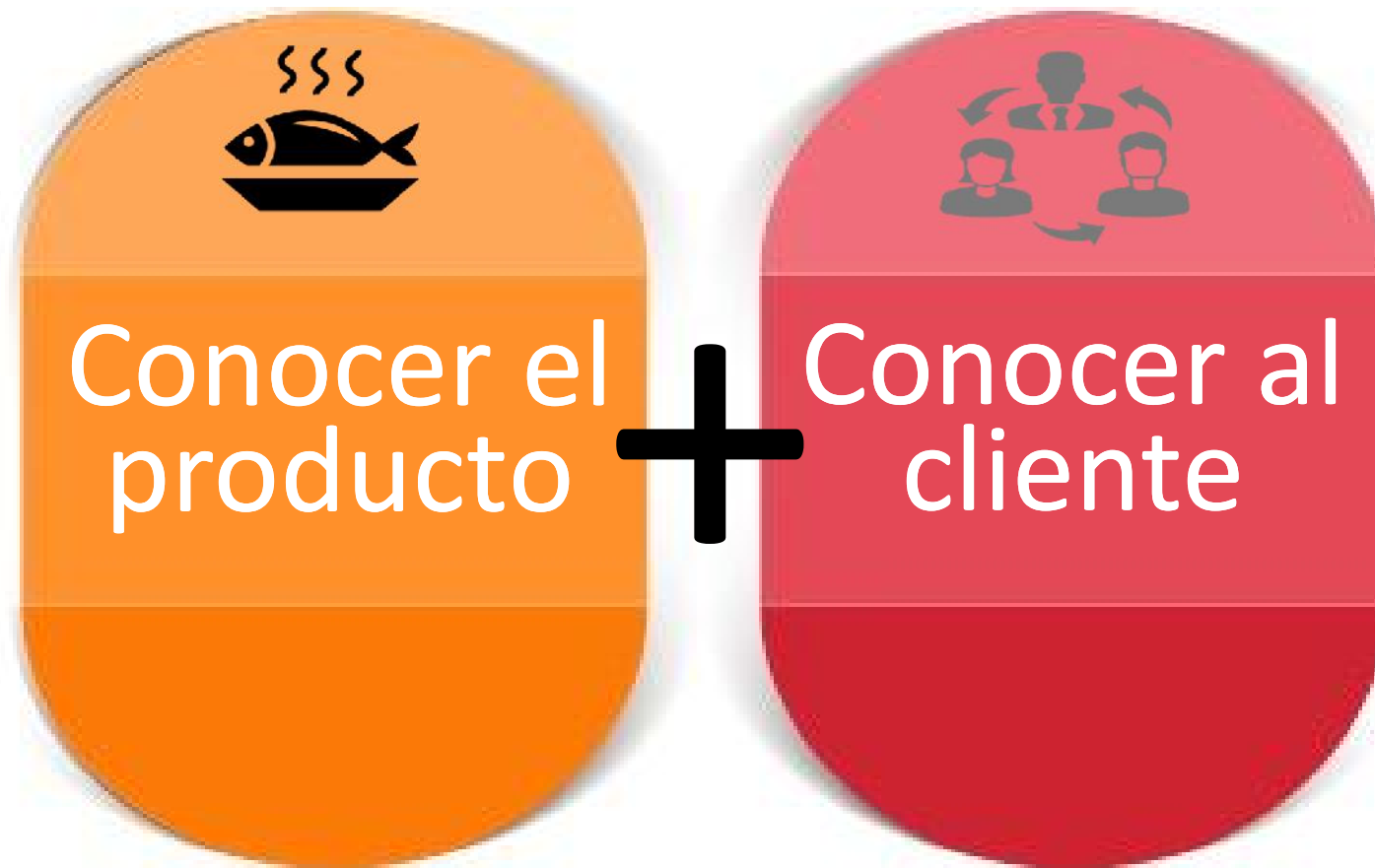


DETECTIVE

- Debe saber hacer preguntas, leer la situación y saber qué es lo que representa la mejor decisión para el cliente.
- Lo mejor para un cliente hoy puede no ser lo mismo que para ese mismo cliente mañana. Las condiciones cambian permanentemente para él.
- Esta “mejor decisión para el” variará y deberá ser descubierta y satisfecha cada vez.



Perspectiva Dual



Lo importante



A las personas les interesa hablar en temas que son importantes **PARA ELLOS**



Hablar de sí mismos, su familia, sus aficiones, sus gustos.

DESCUBRE LA CLAVE



Despierta en ti un

Interés sincero



por aquellos temas que **están en la mente de los comensales.**

Este es el secreto:



**Comienzas
fingiendo y
acabas
creyendo.**

Se trata de que **“construyas dentro de ti”** de forma racional un comportamiento que se transformará en un hábito, en **una manera de ver ciertas cosas de ahora en más.**

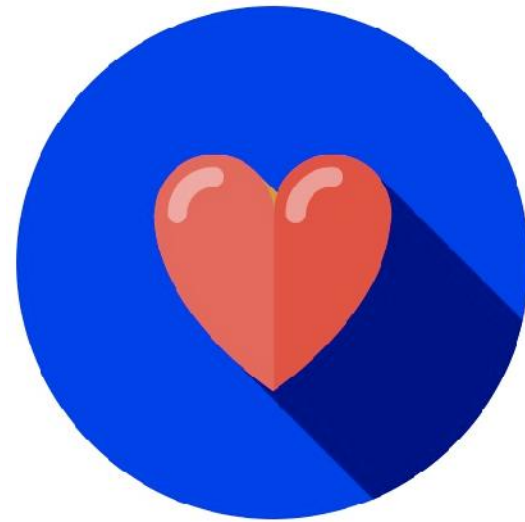
Aplícalo en tu vida



“Si quieres ser feliz, comienza fingiendo que lo eres.

Si quieres tener éxito, comienza fingiendo que lo tienes.

Si quieres interesarte por los demás, comienza fingiendo que te son importantes”





Jesús Gómez E+

[www. gomezespejel.net](http://www.gomezespejel.net)
@gomezespejel
jesus.gomez@estrategica.com.mx
Tel.52(33)31220202
Guadalajara, Jalisco, México

“la mercadotecnia es la filosofía de ponerse en los zapatos del cliente, para ver y sentir el mundo desde su perspectiva, y llegar a su corazón”

Jesús Gómez Espejel