

Il cliente è il re

Come farlo sentire a casa



di Giancarlo Pastore
Amministratore Cipas

La ristorazione è un settore articolato, in cui il successo è indubbiamente frutto di passione, professionalità, impegno, ma anche della capacità di sintonizzarsi con le richieste del cliente. Quest'ultimo, di base, va trattato "come un re", di conseguenza ci sono delle precise regole di comportamento che i professionisti del servizio e della ristorazione devono seguire.

Al momento dell'**ingresso** nel ristorante, il primo saluto va rivolto all'ospite. È buona regola salutare l'ospite conosciuto col suo nome o cognome, l'addetto all'accoglienza deve essere sicuro di pronunciarlo esattamente e mai a voce alta; se, mentre entra l'ospite, il maître o

il cameriere è occupato nel servizio, non lo si saluterà con formule del tipo "vengo subito...". Con un cenno della testa e con un sorriso, si farà invece capire all'ospite di averlo notato e che ci si occuperà di lui quanto prima.

Nell'**accompagnare** l'ospite al tavolo, è bene porsi alla sua sinistra. Occorre chiedere al cliente dove vorrebbe accomodarsi (usare di preferenza il condizionale) e, nello stesso tempo, dare le opportune indicazioni per evitare di occupare un tavolo che per il momento si vuole tenere libero. Ovviamente, nel caso ci siano tavoli riservati, è bene dichiararlo apertamente. In tal caso la precisazione darà maggior importanza all'esercizio.

Il professionista deve mostrarsi pronto e spontaneo, anche nelle semplici manifestazioni di premura: scostare la sedia, aiutare una signora nel collocare la

borsetta o altro, dare aiuto nel sistemare cappotti o altri indumenti, accompagnare alla porta chi lascia il ristorante e aiutare ad aprirla. Da non sottovalutare l'importanza delle piccole cose, delle inezie, così da attribuire rimarchevoli "valori aggiunti" al servizio per la piena soddisfazione dell'ospite.

L'importanza della conversazione

Conversare, dimostrando la presenza attiva nel servizio finalizzato all'ospitalità, è un elemento determinante. Ma attenti a non risultare controproducenti, riducendosi esclusivamente alle banalità.

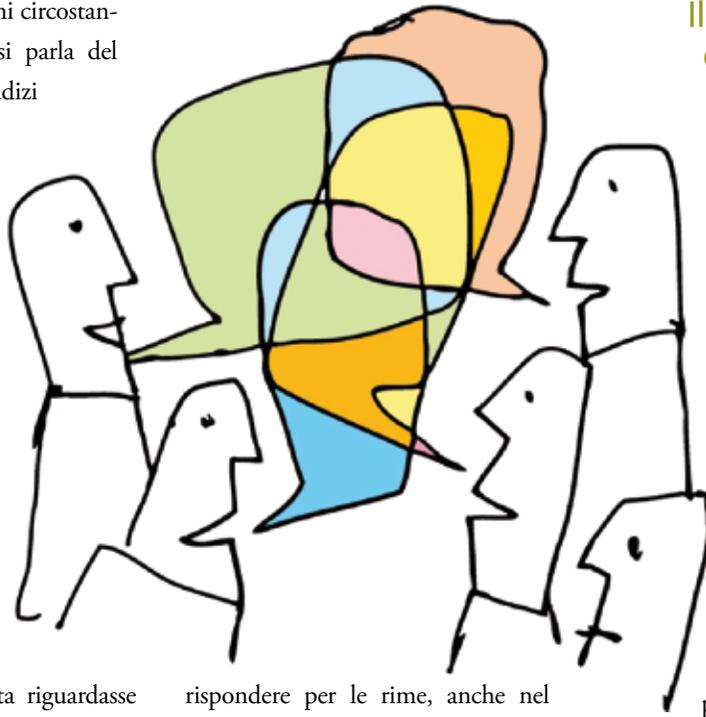
Innanzitutto non ci si può mostrare disattenti nel dare informazioni sui servizi offerti dal ristorante. Parlando con il cliente vale la regola di mantenersi discreti, prudenti, riservati e precisi. Il senso della

misura va osservato in ogni circostanza, soprattutto quando si parla del locale, nell'esprimere giudizi in materia di politica, razza, nazionalità, religione, e anche nell'usare espressioni libere.

Nel dare risposta alle **richieste d'informazioni**, bisogna fornire sempre dati esatti; qualora non se ne fosse in possesso, bisogna prevenire l'ospite, facendo presente che non si è in grado di soddisfarlo. Se la richiesta riguardasse notizie su altri clienti, non si deve riferire nulla: o si risponde che "purtroppo" non si hanno dati sull'argomento, oppure si può dire esplicitamente al cliente che al personale non è permesso in alcun modo di divulgare informazioni su altre persone (naturalmente questa ragione va espressa con molto garbo).

Può accadere di dover avvertire l'ospite che occorre attendere o pazientare qualche minuto prima di potersi accomodare al tavolo. In tale delicato frangente, soprattutto se l'ospite è straniero, non conviene usare la solita e pericolosa fraseologia "due minuti e sono da lei" oppure "occorre attendere solo cinque minuti". Infatti sono numerosi quei clienti che interpretano questo genere di frasi in modo assoluto e si spazientiscono se i citati "due" o "cinque" minuti d'orologio non rispondono alla realtà. Sarà meglio ricorrere a frasi generiche, del tipo: "Se volesse aspettare un attimo... grazie". Inserire il termine "grazie" nel discorso è raccomandabile ogni volta che l'ospite, in modo espresso o inespresso, dimostri di essere consenziente a quanto si suggerisce. Altra regola d'oro da seguire assolutamente, in ogni situazione: controllarsi e non gesticolare quando si parla.

Altro consiglio prezioso: nel trattare con un **cliente sgarbato** non gli si può



rispondere per le rime, anche nel caso in cui fosse palesemente in torto verso il personale. La tentazione sarebbe assai forte ma... occorre trattarsi nel modo più assoluto. La calma è il miglior rimedio contro la sgarbatezza e l'irritazione altrui. Si consiglia, in tal caso, di non attirare assolutamente su di sé l'attenzione degli altri clienti.

Il momento psicologico di pagare il conto

Ecco che, anche durante il momento che contempla la **presentazione del conto**, tutto va compiuto con riguardoso tatto, tenendo presente la psicologia del cliente, che non sta pagando il suo acquisto gettonando un apparecchio, ma che si trova in una situazione d'attesa aspettando la conferma della previsione di spesa che si era fatto, oppure temendo di avere delle sorprese. In ogni caso bisogna sempre specificamente essere attenti a quanto gli viene presentato. Con l'incasso del corrispettivo del pasto e il pronto ritorno del resto del denaro, la vendita non è letteralmente conclusa. Infatti, l'azione continua attraverso il modo in cui ci si congeda dall'ospite. Il **saluto**, l'arrivederci, espresso con sincero calore e signorilità, corona di soddisfazione entrambe le parti.

 cod 24294

PICCOLE ATTENZIONI PER IL "MIO" CLIENTE



La presenza dell'ospite mette in essere alcuni atti che esprimono premure anche minime, ma sempre gradite, come il procurare un giornale, un accendisigaro, un cuscino. Un bicchiere diverso per il bambino, il taglio delle vivande per chi ne fosse impedito. Dato che si consiglia di tenere aperta e viva la comunicazione col cliente, è bene accompagnare la parola al gesto. Un esempio: nel servire il vino è ottima cosa precisare data, provenienza, cantina.

Durante il servizio ai tavoli, l'occhio dell'addetto sarà particolarmente vigile mentre si compie una determinata operazione, si osserveranno i tavoli vicini al fine di percepire la necessità di eventuali interventi. L'eleganza del gesto è essenziale per impreziosire la vendita. Infatti, offrire un ottimo cibo o vino e servirlo male in tavola sminuisce il valore del prodotto e riduce il piacere atteso dal consumatore: il ristorante obbliga ad associare la sostanza alla forma. L'ospite ha una sua esigenza, legata al ruolo che gli suggerisce il costume del suo stato sociale, cioè poter fruire di un "rituale" scenico (la sala, il maître - regista, i camerieri - attori, la gestualità specifica...). Non è il ristorante che impone la forma, bensì è il tipo di clientela che implicitamente la richiede. Il ristorante, associato al cibo, alle bevande, al comfort della sosta, vende un'atmosfera, un prodotto immateriale ma essenziale all'utilizzatore.