

Hogere omzetten door meer aandacht voor de gasten

'On the go' en snel buitenshuis eten is de trend: een ontbijtje bij Ikea of McDonald's, de lunch in het bedrijfsrestaurant, een vers broodje bij het pompstation en het diner in bijvoorbeeld Wok to Go. Nieuwe foodconcepten spelen handig in op de consument die steeds minder tijd heeft en

soms ook minder geld. Roberto Payer en Willem Reimers, twee tycoons in de Nederlandse horecaindustrie, geven hun visie over eten, gastvrijheid en service op high traffic locaties en hoe ondernemers in het out-of-homekanaal het beter kunnen doen.



Willem Reimers:
"Tips om het tij te keren"

Willem Reimers is hotelier in hart en nieren. Televisiekijkers kennen hem van populaire tv-programma's als Herrie in het Hotel en Knallen in de Horeca. Vakgenoten kennen Willem Reimers al veel langer. Hij werkte 42 jaar in talloze functies in binnen- en buitenlandse hotelketens zoals Het Novotel Schiedam en later Amsterdam, het Sofitel in Den Haag en als directeur van The Grand. In 2005 richtte hij Willem Reimers Hotel Consultancy op. Daar worden trainingen en workshops gegeven. Reimers weet als geen ander hoe het hoort en als het mis gaat heeft hij waardevolle tips heeft om het tij te keren en horecabedrijven weer winstgevend te maken!

Foto: Cynthia Brandwijk

Horeca-consultant Willem Reimers schrikt regelmatig van nieuwe foodconcepten die gericht zijn op snel en makkelijk eten. "Het niveau is vaak ver onder de maat." Dat geldt volgens Reimers voor de hele sector van bakeryformules in de pompstations, wegrestaurants, lunchrooms, strandpaviljoens maar ook de koffiesalons die nu vooral in grote steden uit de grond rijzen. Zijn kritiek gaat in eerste instantie niet over de kwaliteit van het ontbijtje, de lunch of het diner maar vooral over vakkennis, passie en de manieren van het bedienen personeel. Zijn stellige overtuiging is dat de Nederlandse horeca geen pluim verdient voor gastheerschap en vriendelijk zijn. Reimers: "Wij in Nederland willen graag dienstverlening krijgen maar zijn vaak te beroerd om het te geven."

Dat gebrek aan gastvriendelijkheid geldt niet alleen voor de locaties die Reimers voor zijn televisieprogram-

ma's Herrie in het Hotel en Knallen in de Horeca bezoekt. Hij merkt het ook als hij onderweg naar een afspraak een broodje eet of van een lunch wil genieten in een strandpaviljoen. "Het

begint met manieren en het probleem is dat daar in Nederland een gebrek aan is omdat het op school of thuis niet meer wordt geleerd. De complete etiquetteboeken heeft nie-

'Ook al gaat het om een broodje en een flesje fris, voor een betere service rijden gasten makkelijk een paar kilometer om'

eerste wat mij altijd opvalt is dat de huidige generatie gasten aanspreekt met je en jou. Dat getuigt van weinig respect voor de gast. Gastvrijheid

mand van mij uit z'n hoofd te leren maar wel de basiskennis. Meneer, mevrouw, goedenavond en tot ziens ontbreekt te vaak in het vocabulaire.



Roberto Payer:
"Buitenshuis consumeren neemt toe"

Roberto Payer is een markante hotelier. Hij volgde zijn hotelopleiding in het Italiaanse Finmare. In 1969 trad hij in dienst van Hilton International Amsterdam. Daarna werkte hij in verschillende functies bij buitenlandse vestigingen. In 1991 keerde hij terug naar Amsterdam als General Manager. Hij was verantwoordelijk voor de metamorfose van Hilton Amsterdam in 1998. Daarmee werd een internationale hotelprijs gewonnen. Het vijfsterrenhotel speelt steeds in op nieuwe trends. Roberto Payer gelooft dat 'on the go' eten de komende jaren toeneemt. Niet alleen voor het out-of-homekanaal maar ook voor de hotels.

Foto: Rogier Veldman

Het wordt al snel halo en daag. Dan denk ik direct: hebben wij bij elkaar op school gezeten?"

Slecht voor de omzet

Volgens Reimers is ongevraagd tutoyeren niet alleen onbeleefd maar ook nadelig voor de omzet van veel horecabedrijven. "Gasten of zij nu jong of oud zijn willen met egards worden behandeld. Wie dat door heeft, wordt ook beloond. Dan stijgt de omzet en ontvangt het bedienend personeel hogere fooien". De goede voorbeelden bewijzen dat de omzet van een zaak ook stijgt als gasten met de juiste egards worden behandeld. "Op één van de eerste mooie voorjaarsdagen", vertelt Reimers, "ging ik met mijn vrouw naar een strandtent in Scheveningen. Daar werden we bediend door een vriendelijke jongen. Wij werden met u aangesproken. Hij kwam drie keer bij onze tafel om te vragen of alles naar wens was en of hij nog iets kon meenemen. Hij wist dus precies hoe gasten in de watten moeten worden gelegd en in gepakt. Het resultaat is dat er automatisch meer wordt besteld en hogere fooien worden gegeven."

zaken zie je dat de medewerkers geen passie hebben voor hun vak maar het doen om geld te verdienen of meer bezoekers te genereren. Dat is fout. Een tevreden gast komt terug. Dus laat in de bediening en service niets aan het toeval over. Want ook al gaat het om

Populaire ontbijtjes

Yoghurt en fruit behoren wereldwijd tot de populairste ontbijtingrediënten. Muffins zijn aanmerkelijk minder geliefd. Nederlanders ontbijten in eigen land het liefst eenvoudig: brood met vlees- en zoetwaren. Tijdens vakanties in het buitenland ontstaat echter een lichte voorkeur voor een English breakfast of het Franse petit déjeuner. Bron: Hotel.com

een broodje met een flesje fris dan rijden mensen toch verder als zij elders vriendelijker en beter worden bediend."

"Ken je gasten"

Roberto Payer is general manager van Hilton International Amsterdam. Ook hij eet regelmatig bij high traffic locaties als hij onder-

voor een makkelijke en snelle kant-en-klare maaltijd kiezen." Snelheid is tegenwoordig heel belangrijk in de horeca weet Payer uit ervaring. Dat geldt voor de high traffic locaties maar ook voor hotels. De boekingsite Hotel.com vroeg vorig jaar 2500 reizigers uit 19 landen naar hun ontbijtvoorkeuren. Ruim driekwart van de ondervraagde hotelgasten gebruikt graag het ontbijt in het hotel. De anderen gaan op zoek naar een andere eetgelegenheid in de buurt omdat dat goedkoper of sneller is.

Issimo

Hilton Amsterdam heeft daar een oplossing voor gevonden. De gasten in het Hilton zijn vooral internationale zakenmensen, advocaten en toeristen. Voor de zakenmensen geldt dat zij weinig tijd hebben om 's ochtends van een uitgebreid ontbijt te genieten in het restaurant. Voor hen is daarom een fraaie Grab & Go-service gestart. In de espressobar Issimo kunnen gasten en bezoekers ontbijtjes, fruitsalades maar ook Italiaanse specialiteiten, sandwiches, salades en pasta's ter plekke nuttigen maar alles kan ook in keurig verpakte boxes worden meegenomen. De prijzen zijn overigens vergelijkbaar met die van de lunchrooms en broodjeszaken in de nabijgelegen winkelstraat. Van die snelle en makkelijk service wordt veel gebruikt gemaakt.

Chinees ontbijt

"Het is belangrijk, vertelt Payer, om je gasten, hun wensen en dagritme goed te kennen en daar op te anticiperen. De Grab & Go-service is daar een voorbeeld van maar ook de mogelijkheid voor andere gasten om uit andere soorten ontbijt te kiezen. Payer: "Het aantal toeristen uit China neemt toe. Chinezen hebben een sterke voorkeur voor een ontbijt waaraan zij in hun thuisland gewend zijn en wagen zich liever niet aan een traditioneel Engels, Frans of Amerikaans ontbijt." Hilton Amsterdam biedt gasten sinds kort ook een gevarieerd Chinees ontbijt aan met onder andere dimsum, rijst, noodles, fruit, en oriëntaalse omeletjes.



Grab & Go-ontbijtservice in het Hilton Issimo restaurant

Het belang van gastvrijheid en service geldt overigens niet alleen voor hotels en restaurants waar keuze is uit complete lunches en diners. Ook ondernemers van de high traffic locaties geeft Reimers het advies om hun medewerkers beter te trainen op gastheerschap en vakkennis. "Bij veel van deze

weg is maar ook om nieuwe trends te signaleren. Payer verwacht dat de consumptie buitenshuis de komende jaren alleen maar zal toenemen. "Mensen hebben minder tijd om zelf boodschappen te doen, zijn meer alleen en dus op zichzelf aan gewezen. Dan is het logisch dat zij op weg naar huis of een afspraak

De consument stelt volgens hotelier Roberto Payer verschillende eisen aan Grab & Go en Eat & Go locaties.

- Grab & Go**
- Schone locatie
 - Keuze in het assortiment
 - Goede prijs-kwaliteit verhouding

- Eat & Go**
- Schone locatie
 - Snelle service
 - Goede prijs-kwaliteit verhouding

Service binnen Horeca



Restaurant - Gasten worden te vaak gastonvriendelijke behandeld, is een veel gehoorde klacht. Afgelopen vrijdag was daarover nog een discussie op de radio in het kader van een voorbeschouwing op de Heerlijk10daagse. Willem Reimers en Roberto Payer voegen daaraan nog toe dat personeel te snel overgaat tot tutoyeren. Het lijkt misschien ongedwongen om gasten aan te spreken met je of jij, maar toch voelen veel mensen zich daardoor overvallen. Je bent mijn schoolvriend niet, is wat er wordt gedacht. Blijf klanten daarom altijd vriendelijk en netjes behandelen en aanspreken. Volgens de kenners komen klanten dan sneller terug of rijden gemakkelijk een stukje om voor u.

Service binnen Gemak



Tankstation - Bekend is dat klanten prijs stellen op een schone toilet. Maar zoals met zoveel zaken, het signaleren van een kritisch punt alleen is niet genoeg. Het gaat erom wordt er werk van gemaakt. Gaat het bijhouden van de toiletruimte onderdeel uitmaken van het totale bedrijfsproces. Shell heeft daarom voor een aantal locaties gekozen voor het toilet-concept van Toedeloeloe, maar zelf een actieplan maken is natuurlijk ook mogelijk. Het is en kwestie van prioriteit geven. Veel mensen meten de kwaliteit van een shop, of de artikelen die daar binnen worden verkocht af, aan de zorg die wordt besteed aan toiletruimtes. Dat is in de horeca, maar ook bij tankstations. Zorg ervoor dat alle kritische punten op orde zijn. Het zelfde geldt voor het buitenterrein. Troep op de grond, vuile tafeltjes, het ontbreken van plastic handschoenen, papieren handdoekjes of vuil water in de emmer voor het schoonmaken van de autoruiten aan alles meet de klant af welke mate van zorg er wordt besteed aan service en kwaliteit. Kwaliteit en service; klanten rijden er gemakkelijk voor om signaleert horecakenner Willem Reimers.

Ontbijtje, lunch of diner?

Nederlanders blijven prijskopers. Met die zuinige instelling hebben ook de high-traffic locaties te maken volgens consultant Willem Reimers. De gemiddelde consument wil behalve kwaliteit en een nette locatie vooral ook waar voor zijn geld. Nederlanders vinden snel iets te duur. We nemen liever als ontbijt een broodje met koffie voor drie euro dan een compleet hotelontbijt voor 15 euro. Een echte ontbijtcultuur zoals in Duitsland kennen wij in Nederland om die reden dan ook niet. Voor de lunch is de Nederlander wel bereid zijn portemonnee open te trekken. En dat geldt ook voor het diner. Maar ook hier geldt volgens Reimers: Een goede kwaliteit en een acceptabele prijs.