WAT IS JOUW HOTDOG?

In-via
BOOKSHOP

Twaalf korte stukken uit *Unreasonable Hospitality* van Will Guidara. Voor restaurants die klanten willen die terugkomen. En erover vertellen.

Deze versie is gemaakt om zelf af te drukken: witte pagina's, zwart-wit volstaat, twee stukken per blad.

VOORAF

Waarom dit boekje

Wij zijn Gust en Miranda. We hebben een kleine boekenwinkel in Mechelen met boeken voor ondernemers, en er is één boek dat we vaker weggeven dan verkopen: *Unreasonable Hospitality* van Will Guidara. Het verhaal van een restaurant in New York dat van plaats vijftig op de wereldranglijst naar nummer één klom. Niet door beter te koken, maar door gastvrijheid ernstiger te nemen dan wie ook.

Het boek gaat niet over eten. Het gaat over alles rond de tafel: het onthaal, het luisteren, het verrassen, het team. Daarom denken we dat het bij u past.

Dit boekje is geen samenvatting. Het zijn twaalf stukken die wij eruit meenemen, naverteld in gewone woorden, elk op één pagina. U kan ze in een kwartier lezen. Beter nog: u leest er één per week voor bij de briefing, en u vraagt uw mensen welk voorbeeld bij uw zaak zou kunnen. Achteraan staan drie vragen voor zo'n gesprek.

> Het boek zelf is Engelstalig. Dat zeggen we er meteen bij. Het leest als een verhaal, zonder vakjargon, en wie een menukaart in het Engels kan uitleggen, leest dit ook. Achteraan leest u hoe u het bij ons vindt.

Veel leesplezier, en vooral: veel hotdogs.

1

STUK 1 VAN 12

De hotdog

Het bekendste verhaal uit het boek speelt zich af op een gewone avond in Eleven Madison Park, een van de beste restaurants ter wereld. Aan een tafel zitten toeristen op hun laatste avond in New York. Terloops zeggen ze tegen elkaar: we hebben hier alles gegeten, behalve een hotdog van een straatkraam. Spijtig.

Iemand van de zaal hoort het. Hij loopt naar buiten, koopt een hotdog aan het kraam op de hoek, en de keuken snijdt hem netjes in stukjes en serveert hem op een bord, tussen twee gangen.

Van het hele menu, bereid door een van de beste keukens ter wereld, onthouden die mensen jaren later één ding. De hotdog.

Wat daar gebeurde, kost bijna niets. Iemand luisterde naar iets wat niet aan hem gevraagd werd. Iemand mocht ter plekke beslissen, zonder eerst naar de baas te lopen. En iemand deed iets wat niemand van zo'n zaak verwacht.

Daarom is dit de vraag waarmee wij dit boek aan restaurants voorstellen: wat is uw hotdog? Niet het duurste gerecht op de kaart. Het kleine ding dat alleen uw zaak doet, en waarover mensen thuis vertellen. Als u het antwoord niet weet, is dat geen verwijt. Het is de reden om verder te lezen.

2

STUK 2 VAN 12

Service is zwart-wit, gastvrijheid is kleur

Dit is het onderscheid dat het hele boek draagt, en het is simpeler dan het klinkt.

Service is het juiste product, op het juiste moment, op de juiste manier, in de juiste hoeveelheid. Correct, op tijd, zonder fouten. Dat is al niet weinig. De meeste zaken halen het niet elke dag, en wie het wel haalt, mag daar trots op zijn. Maar service is zwart-wit. Het is wat u doet.

Gastvrijheid is hetzelfde, in kleur. Het is hoe iemand zich voelt als hij weer buitenstapt. Gezien, welkom, een beetje verrast. Service voorkomt klachten. Gastvrijheid maakt dat mensen terugkomen en er thuis over vertellen.

Het ene vervangt het andere niet. Zonder goede service kan u niet gastvrij zijn: een warm onthaal maakt een koud bord niet goed. Maar wie alleen service levert, blijft inwisselbaar. Er zijn veel zaken waar het eten in orde is en de bediening correct.

Het verschil tussen de twee zit zelden in de keuken. Het zit bijna altijd in de aandacht. En aandacht kost geen geld, wel een beslissing: dat u het belangrijk vindt, en dat iedereen in de zaak dat weet.

3

STUK 3 VAN 12

Het boek in één pagina

Unreasonable Hospitality laat zich eigenlijk niet samenvatten. Het is geen tienpuntenboek zoals de meeste businessboeken. Het is één lang verhaal, van plaats vijftig naar nummer één, vol voorbeelden. We proberen het toch.

Het begint met een uitreiking. Eleven Madison Park staat voor het eerst op de lijst van de vijftig beste restaurants ter wereld. U kent het principe: hoe langer uw naam niet wordt afgeroepen, hoe hoger u staat. Het team gaat erheen met goede hoop, minstens de middenmoot. Hun naam wordt als eerste afgeroepen. Plaats vijftig. Een eer, zeker, maar die avond hebben ze liggen wenen.

Daaruit groeit een groot project om beter te worden. Jaren van ideeën schaven en nog eens schaven, vallen en opstaan, met één doel voor ogen: we doen het voor de gast. Niet met één groot plan, maar met honderden kleine beslissingen.

Will Guidara is geen chef. Hij stond aan de kant van de zaal, en het boek gaat over alles wat er rond het bord gebeurt. Het wordt gelezen door winkeliers, boekhouders en ziekenhuizen, maar voor een restaurant is het het dichtst bij huis: elk voorbeeld speelt zich af op een plek die u kent. De keuken is uw basis. Het boek gaat over de rest, en de rest is wat mensen onthouden.

4

STUK 4 VAN 12

Kijk naar wat de besten níet goed doen

Na die avond op plaats vijftig doet het team iets slims. Ze gaan eten bij de andere beste restaurants van de lijst. Maar ze kijken niet naar wat die goed doen. Ze kijken naar wat die níet goed doen, of minder goed.

Dat levert een lange lijst op. Een van de dingen die opvallen: wie bij zijn eten liever een pint drinkt dan wijn, wordt stiefmoederlijk behandeld. Wijn krijgt alle egards, een uitgebreide kaart, een sommelier aan tafel. Bier krijgt een schouderophalen. Dus nemen zij een biersommelier aan. Niet omdat het moest, maar omdat niemand anders het deed.

Dat is een houding die u vanavond nog kan overnemen. Ga eten bij uw concurrenten, of bij de zaak waar iedereen over spreekt. Zoek niet naar wat u kan kopiëren. Zoek naar wat ze laten liggen. Waar wachten mensen te lang? Wie wordt vergeten aan tafel? Welke vraag krijgt een kort antwoord?

Doe wat de anderen niet doen, of waar ze slecht in zijn. Daar ligt het verschil voor het rapen, en het kost meestal minder dan beter worden in wat iedereen al goed doet.

5

STUK 5 VAN 12

Verras uw klant. Niet met korting

Als wij één ding uit het boek moeten kiezen, is het dit: verras uw klant. Niet met korting. Niet met beter eten. Gewoon verrassen.

Korting is de makkelijkste manier om iets te geven, en daarom werkt ze het minst. Korting zegt: ons product was de prijs niet waard. Iedereen krijgt dezelfde korting, dus niemand voelt zich speciaal. Bij de volgende rekening is ze vergeten.

Niemand vertelt thuis dat de rekening klopte, dat het eten op tijd kwam of dat de tafel proper was. Dat verwacht men, en het minimum wordt niet doorverteld. Wat mensen wel vertellen: wie hun naam onthield van de vorige keer. Het extraatje waar niemand om vroeg. Het moment dat iemand van de zaal iets deed wat niet in zijn taak stond.

Een verrassing zegt: wij hebben naar u gekeken. Een klein gerecht dat niet op de kaart staat, omdat u hoorde dat iemand het mist. Een tafel die al gedekt is met een kaartje, omdat u wist dat er iets te vieren viel. Het hoeft niet duur te zijn. Het moet persoonlijk zijn, en op het juiste moment komen. Een gratis dessert voor iedereen is een kost. Een gebaar voor die ene tafel is een verhaal, en dat verhaal gaat gratis rond.

6

STUK 6 VAN 12

Luister tussen de lijnen

De hotdog was geen vraag. Niemand aan die tafel zei: kunnen wij een hotdog krijgen? Het was een zin, terloops gezegd, tegen elkaar. En iemand hoorde hem.

Daar zitten de meeste kansen. Niet in wat gasten bestellen, maar in wat ze ondertussen zeggen. Een verjaardag die genoemd wordt. Een eerste bezoek aan de stad. Een vermoeide blik bij het binnenkomen. Een cadeau dat op tafel ligt. De meeste zaken horen het niet, omdat ze bezig zijn met het werk: borden dragen, bestellingen doorgeven, de kassa. Begrijpelijk, maar zo gaan negen op de tien kansen onbenut voorbij.

Het begint al bij de reservatie. Wie reserveert, vertelt vaak al iets: een jubileum, een zakenlunch, een eerste afspraak. Meestal verdwijnt dat in het reservatiesysteem en komt het nooit aan tafel. In het boek doen ze het omgekeerde. Voor elke dienst overloopt het team wie er komt en wat ze over die gasten weten. Vijf minuten, en de attentie staat er al als de gast binnenkomt.

Hoe maakt u een gast speciaal zonder veel geld? Wees voorbereid als u weet wie er komt. Meer dan een naam op tafel. En luister, de hele avond, naar wat niet aan u gevraagd wordt.

7

STUK 7 VAN 12

Zuinig op 95, gul op 5

95	STRENG BEHEERD: KOSTEN, MARGES, PROCESSEN	5

Een misverstand over onredelijke gastvrijheid is dat ze geld kost. Dat u gratis moet geven, extra volk moet zetten, de marges moet laten varen. Het boek zegt het tegendeel.

De zaak in het boek werd strak beheerd. Elke euro telde. Zonder die discipline was er geen restaurant geweest om gastvrij in te zijn. Dat is het grootste deel van het werk, en het is zwart-wit: kosten, marges, processen, planning.

Maar een klein deel, laat ons zeggen de laatste vijf procent van wat u uitgeeft en van uw tijd, besteedt u bewust onredelijk. Aan gasten. Aan dingen die niet moeten en die niemand verwacht. Kleine bedragen, grote verhalen. Het punt is niet het bedrag. Het punt is dat u het vooraf beslist. Zolang verrassen iets is dat gebeurt als er tijd en geld over is, gebeurt het nooit. Zodra het een vast deel is van hoe u werkt, gebeurt het wel.

En er is één plek waar u nooit mag besparen: alles wat de gast merkt. Het goedkopere servet, de koffie van een ander merk, het bord met een schilfer. Elk op zich is niets. Samen zeggen ze de gast: hier wordt op mij bespaard. Streng op alles wat de gast niet ziet. Gul op wat hij wel ziet.

8

STUK 8 VAN 12

De vergeten contactpunten

Tel eens hoe vaak u contact hebt met een gast. Niet alleen aan tafel. De reservatie, de bevestiging, de herinnering, het onthaal, de kaart, de rekening, het afscheid. Als u telt, zijn het er veel meer dan u dacht. En de meeste ervan denkt niemand over na. Ze worden één keer opgesteld, vaak door een programma, en draaien daarna jaren hetzelfde. Net daarom valt daar het meeste te winnen.

Neem de bevestiging. Het eerste contact na de beslissing om bij u te komen eten, het moment waarop de gast nog nieuwsgierig is. En bijna altijd een lege regel: uw tafel is gereserveerd. Stel u voor dat die bevestiging iets zegt over u, in uw eigen stem. Iets wat de gast doet glimlachen of doorsturen. Eén keer een uur werk, en het werkt daarna bij elke reservatie.

Of de rekening. Het laatste wat een gast ziet, en het laatste blijft het langst hangen. Toch wordt ze bijna overal hetzelfde gebracht: een mapje, een apparaat, een blik op het bedrag. Het boek wijdt er een heel hoofdstuk aan. Hoe brengt u een toch wel dure rekening op een manier die niet brusk overkomt? Een kaartje in handschrift, een woord van wie bediende, een manier van betalen zonder apparaat tussen de gast en zijn gezelschap. Wie dat ene moment omvormt van een oei naar een ervaring, wint op een plek waar niemand anders speelt.

9

STUK 9 VAN 12

Geef uw mensen toestemming

De hotdog werkte om één reden die makkelijk over het hoofd wordt gezien: de ober vroeg geen toestemming. Hij liep gewoon naar buiten.

Als elk extraatje eerst langs de baas moet, gebeurt er niets. Niet omdat de baas nee zegt, maar omdat het moment voorbij is tegen dat de vraag gesteld is. Gastvrijheid gebeurt in de seconde dat iemand iets hoort en beslist om er iets mee te doen. U staat daar meestal niet bij.

Daarom helpt het om het letterlijk te zeggen. Niet "gebruik je gezond verstand", want dat is vaag. Wel: als je een kans ziet om een gast blij te maken en het kost minder dan dit bedrag, doe het gewoon. Geen vraag, geen goedkeuring, vertel het achteraf. Zet dat bedrag niet te laag. Het gaat niet om het geld, maar om het signaal.

Dat vertrouwen begint binnen. Uw team behandelt gasten zoals u uw team behandelt. Een team dat zich gezien voelt, ziet zelf de gast. Een team dat bang is om fouten te maken, volgt enkel de regels, en regels maken geen hotdog. Een eenvoudige gewoonte: open uw volgende overleg niet met wat fout liep, maar met wat iemand goed deed voor een gast. Concreet, met naam. De gast krijgt wat het team krijgt. Niet meer, en niet minder.

10

STUK 10 VAN 12

Een klacht is een tweede kans

Een gast zonder probleem onthoudt weinig. Alles was in orde, dat is het verhaal, en dat verhaal vertelt niemand door.

Een gast met een probleem dat schitterend werd opgelost, vertelt het aan iedereen. Niet het probleem, maar de oplossing. Het koude bord dat niet alleen vervangen werd, maar met een excuus van de kok erbij. De verkeerde reservatie waar toch een tafel voor gevonden werd, met een glas erbij om het wachten goed te maken. Dat zijn de verhalen die rondgaan.

Fouten gebeuren, in elke zaak, elke week. Hoe u reageert, kiest u zelf. En daar telt één ding: snelheid, en geen discussie. Op het moment dat een gast een probleem meldt, is de enige juiste vraag niet of hij gelijk heeft, maar hoe u het goedmaakt.

Spreek dat af met uw team, vooraf. Wat mag iedereen meteen doen als er iets misloopt? Herstellen, en dan iets extra. Zonder de baas te roepen, zonder te onderhandelen. Een gast die zijn klacht moet verdedigen, heeft al verloren, en u ook.

Een klacht is geen aanval. Het is een gast die u een tweede kans geeft. De meeste zwijgen en komen gewoon niet meer terug.

11

STUK 11 VAN 12

Eén keer is toeval, tien keer is cultuur

Een spontaan gebaar is mooi. Een gebaar dat uw hele team kent en kan herhalen, is goud.

Het verschil zit in de drukke dinsdag. Op een rustige avond vindt iedereen wel een moment om een tafel te verrassen. Op een avond met een volle zaal en een zieke collega doet niemand het, tenzij het ingebakken zit. In het boek maken ze van de beste spontane ideeën vaste gewoonten. Kleine dingen die elke gast kan meemaken, elke avond, wie er ook werkt.

Voor uw zaak betekent dat: kies één klein gebaar dat elke gast deze maand krijgt. Een vast woord bij het binnenkomen. Iets kleins bij de koffie dat niet op de kaart staat. Een manier van afscheid nemen die bij u hoort. Maak het uw handtekening, en zorg dat iedereen in de zaal het kent en het doet. Na een maand is het van u. Na een jaar is het waarvoor mensen komen.

En het is het enige wat een concurrent niet kan nabouwen. Uw kaart kan gekopieerd worden, uw prijzen, uw inrichting, zelfs uw kok kan weggekocht worden. Hij kan uw gebaar van vorige week zien en het volgende week ook doen. Maar hij kan niet kopiëren dat uw team luistert, dat uw mensen mogen beslissen, dat uw zaak elke avond opnieuw één tafel zoekt om te verrassen. Dat is geen truc. Dat is een cultuur, en cultuur bouwt u, die koopt u niet.

12

STUK 12 VAN 12

Iedereen of niemand leest het boek

Hier komt de reden waarom we dit boek niet aan u alleen voorstellen, maar aan uw team.

Het heeft totaal geen effect als alleen de zaakvoerder een boek leest over gastvrijheid. Dan weet u hoe het moet, en zegt u hoe het moet. Dat is commanderen. En commanderen werkt niet voor gastvrijheid, want die gebeurt in de seconde dat iemand van de zaal iets hoort en beslist om er iets mee te doen. Iedereen moet op dezelfde golflengte zitten. Ofwel iedereen, ofwel niemand. Het is geen kwestie van instructies, maar van begrijpen waarom u het doet. Anders is het verloren tijd.

Daarom is dit boek zo geschikt als cadeau voor een ploeg. Het is geen handleiding die u oplegt. Het is een verhaal dat mensen zelf lezen, waar ze zelf voorbeelden uit halen, en waarover ze beginnen te praten.

Hoe u dat aanpakt: één hoofdstuk per week, en vijf minuten erover voor de dienst. Niet om te overhoren, wel om te horen wat iemand opviel. Eén vraag per week: welk voorbeeld uit dit hoofdstuk zou bij ons kunnen? En één ding per maand dat u effectief doet, klein en zichtbaar. Het boek is het voorgerecht. Het gesprek erover is de maaltijd.

TEAMOEFENING, EEN KWARTIER

Drie vragen voor uw volgend overleg

Neem een kwartier op uw volgend overleg en leg drie vragen op tafel. Geen antwoorden op papier, wel een gesprek. Laat iedereen aan het woord, ook wie meestal zwijgt: de stille collega ziet vaak het meest.

1

Wat zeggen gasten terloops aan tafel waar wij nu niets mee doen?

Denk aan de laatste week: verjaardagen, eerste bezoeken, een gast die iets miste, een opmerking bij het afscheid.

2

Welk klein gebaar kunnen we morgen al doen, zonder extra kosten of extra werk?

Niet het grote plan. Eén ding, voor één soort tafel, dat vanaf morgen kan.

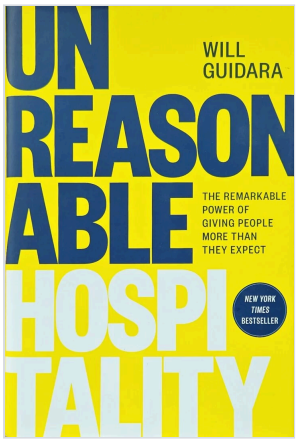
3

Wat is onze hotdog?

Welk klein ding doet alleen onze zaak, en waarover vertellen mensen thuis? Als niemand het weet, is dat het eerlijkste antwoord dat u vanavond krijgt. Dan ligt daar het werk.

Stel die laatste vraag ook eens anders: wanneer heeft een gast voor het laatst iets over uw zaak doorverteld, en wat was het? Als u het niet weet, levert u service, geen gastvrijheid. Als u het wel weet: was het bewust, of toeval? Toeval kan u niet herhalen. Een keuze wel.

Sluit af met één afspraak: wie doet wat, vanaf wanneer, en wanneer bespreken we hoe het ging. Zonder die afspraak was het een leuk gesprek. Met die afspraak was het het begin.



HET BOEK

Het boek, en waar u het vindt

Unreasonable Hospitality, Will Guidara. Het verhaal van Eleven Madison Park, van plaats vijftig naar nummer één, met voorbeelden die uw team onthoudt en meteen toepast. Engelstalig, maar het leest als een roman. **23,99 euro.** Wij hebben het op voorraad in de winkel. Eén exemplaar om eerst zelf te lezen, of meteen voor het hele team.

Er bestaat ook een werkboek bij, *The Field Guide*, met oefeningen om de aanpak in uw team toe te passen. Vraag ernaar als uw team het boek uit heeft.

Wij geloven in dat boek, en we delen het graag met u.

In-Via Bookshop, Gust en Miranda, een kleine boekenwinkel in Mechelen met boeken voor ondernemers. Onze-Lieve-Vrouwestraat 98, 2800 Mechelen. Open op zaterdag van 10 tot 18 uur; op andere dagen: bel gerust, misschien zijn we vlakbij.
in-via.be · sales@inviabookshop.be · +32 475 53 20 94