# Управление лояльностью гостей в ресторане

Сокирянский Федор

Управление лояльностью гостей – это не только полноценный раздел пиара, рекламы и маркетинга, но и регулярного менеджмента предприятия гостеприимства. Лояльность – это очень воздушное, почти неосязаемое и нестабильное «химическое» соединение. В современном сленге есть понятие «химия», определяющее симпатию и стремление общаться, которые возникает между людьми, которые по-настоящему нравятся друг другу. Управление лояльностью гостей – это целый раздел «органической химии», некоторые законы которого мы рассмотрим в этом разделе.

Управление лояльностью гостей в ресторане – это комплекс мер, направленный на создание у гостя ощущения персонифицированности и эксклюзивности любого предложения ресторана.

К способам управления (читай – стимулирования) лояльности гостей относятся:

Создание личного кабинета на сайте ресторана

Мы все уже давно привыкли к тому, что при работе с интернет-ресурсами нам приходится придумывать логин и пароль при входе в различные системы. Личный кабинет гостя на сайте ресторана позволяет осуществлять онлайн бронирование, знакомиться с новиками в меню, анонсами акций, просматривать фото интерьеров ресторана, выбирая столик для резервации, скачивать интересные рецепты и многое другое. Главное – что это абсолютно бесплатный и современный способ стимулировать лояльность гостей.

Выпуск ежедневников со списком мероприятий, запланированных в ресторане в течение года

Недорогой, но стильный ежедневник просто невольно обратит внимание вашего постоянного гостя на интересное мероприятие напротив даты «8 марта» или «23 февраля». Ежедневник ресторана не позволит гостю или членам его семьи забыть про ваше заведение весь год.

Рассылки анонсов мероприятий по электронной почте

Вы можете рассылать информацию о любых мероприятиях по электронной почте. Старайтесь писать яркие и атрактивные заголовки в теме письма. Не забывайте оставить за гостем право отписаться от ваших назойливых рассылок.

Ведение группы (клуба) ресторана в социальных сетях

Ведение группы в социальных сетях привлекает «продвинутую» часть вашей аудитории и позволяет напомнить о ресторане лишний раз менее активных пользователей, хотя бы тогда, когда вы пригласите их вступить в группу вашего ресторана

Размещение фотографий гостей на сайте ресторана

Размещайте фотоотчеты в галереях сайта (безусловно, с предварительного позволения гостей). Многим гостям это будет приятно и даже лестно.

Преференции от ресторана, предоставляемые друзьям гостей (еще не членам клуба гостей)

Вы можете выдавать постоянным гостям специальные купоны на участие в акциях, лотереях и розыгрышах для друзей ваших гостей. Возможно, они как-то решат присоединиться к своим друзьям и стать членами вашего клуба почетных гостей.

Некоторые персональные «исключения из правил» для постоянных гостей

Не отказывайте гостю в услуге покупки его любимой пачки сигарет в соседнем ларьке, если вашем ресторане не продается эта марка. Такая маленькая любезность окупится в будущем и не раз

Продажа специалитетов ресторана постоянным гостям

Вы можете продавать своим гостям банки с молотым фирменным кофе. Лимитировано и только по средам

Закрепление персонального официанта за гостем

Идите навстречу официантам и разрешайте им обслуживать «своих» гостей вопреки распределенным столам в начале смены.

Закрепление персонального столика за vip-персонами

Если в вашем ресторане свыше 150 посадочных мест вы можете держать в резерве пару столов для особенно важных для вас гостей.

Услуги по выездному обслуживанию для почетных гостей

Даже если вы не занимаетесь кейтерингом, не отказывайте самым лояльным и платежеспособным гостям в услуги вызова шеф-повара на дом для помощи в организации торжества (разумеется, не безвозмездно).

Системы обеспечения и поддержки лояльности гостей зачастую отождествляются с дисконтными или клубными системами. Некоторые также причисляют к системе лояльности особое внимание и особое отношение к группе гостей-завсегдатаев, которое всегда будет гарантированно вознаграждено хорошими чаевыми.

Обеспечение и поддержка лояльности гостей - сложный и многогранный процесс. Суть его в создании постоянно совершенствуемой и улучшаемой системы обеспечения качества работы предприятия, качества работы во всем: в обслуживании, в приготовлении пищи, в работе с гостями

Гостеприимство — ключевое слово в построении и поддержании лояльности гостей. Как мы уже упоминали, что прекрасное, безупречное обслуживание гостя всегда хоть частично нивелирует не самое удачное исполнение блюда шеф-поваром, а утонченный вкус кулинарного шедевра почти всегда сгладит недостаточное внимание официанта. Однако настоящее гостеприимство — это когда не нужно ничего сглаживать и ничего нивелировать другим.

Работая с официантами, объясняйте им, почему так важно уделять внимание каждому гостю.

Приведем некоторые конкретные советы по обеспечению и поддержанию лояльности гостей, реализация которых не требует от предприятия серьезных финансовых вложений:

Проведите для хостес тренинг по приему входящих звонков. Введите в обращение набор из 10-15 фраз типа: «Мы очень благодарны вам за внимание к нашему предприятию», «Вы всегда желанный гость у нас», «Для нас будет честью принять вас сегодня» и натренируйте его произносить их любезно и доброжелательно.

Используйте эффективнее CRM модули АСУ. При приёме очередного звонка потенциального гостя менеджер интересуется, на чью фамилию зарезервировать столик. Услышав ответ, например, «на Антонова», он быстро набирает в строке поиска фамилию. Увидев на мониторе компьютера данные о госте, менеджер может завершить резервирование приятной для него фразой, например: «Большое спасибо, Андрей Федорович. Мы рады, что вы решили снова посетить нас спустя 2 недели».

Проведите среди официантов конкурс на запоминание имен гостей. Проведите с ними тренинг, на котором объясните важность идентификации гостя по имени, важность запоминания того, что гости заказывают. Ситуация: молодой человек приходит с девушкой и садится за столик. Официант вопрошает: «Простите, Игорь, Вам латте, как обычно?». Лояльность упомянутого Игоря вырастет на порядок.

Идентифицируйте гостей при входе. Ответ гостя на вопрос «А вы у нас первый раз?» даст официанту понимание алгоритма работы. Каждому «новому» гостю можно предложить комплимент от предприятия в конце вечера, а лучше — в начале. В конце ужина, если обслуживание прошло нормально, можно спросить гостя «А вы к нам еще зайдете?». Психология человека устроена так, что данный вопрос он подсознательно воспримет как команду, как утверждение: «Вы к нам еще зайдете».

Учите официантов задавать take-care questions («заботливые вопросы»). Например, пять классических фраз типа:

Не дует ли вам от кондиционера, может быть убавить мощность?

Не очень ли яркий свет?

Стало прохладно, может быть вам предложить плед?

Вот стульчик для Вашей сумочки, позвольте я поухаживаю?

Здравствуйте, прекрасный вечер, не правда ли?

Все эти фразы создадут у гостя ощущение исключительного к себе отношения, и, естественно, запомнится надолго.

Позаботьтесь о том, чтобы в уборных были вещи, которые могут приятно удивить гостей. Они не сильно обременят бюджет заведения. Например:

повесьте возле раковины красивую щетку для одежды;

разместите на полочке влажную губку для обуви;

разместите в туалете небольшую пепельницу в стене;

положите на полочке возле раковины несколько полотняных махровых полотенчиков;

установите шарнирное увеличительное зеркало в женском туалете возле основного зеркала.

Помните! В уборную гости ходят не только для отправления естественных нужд. В 50% случаев гости (особенно женщины) посещают его для осмотра (оценки, поправки) своего гардероба и внешнего вида.

Поставьте кнопки вызова на столы. Это- эффективный способ завоевать дополнительный кредит лояльности. Гостя никогда не будет интересовать причина, почему официанта нет рядом. Если спустя минуту после возникновения необходимости в официанте гость его не увидит, то в этот момент в его сознании появится желание встать и позвать официанта. Ну а если подобная мысль посетит рассудок гостя, то ваше предприятие однозначно его больше не увидит. Зачем экспериментировать? Гораздо дешевле купить кнопки.

Подавайте гостям влажные горячие полотенца перед едой. Это уже просто давно стандарт не только для японских ресторанов.

Лояльность гостей – это паутинка, которую вьет весь коллектив ресторана изо дня в день, из месяца в месяц, из года в год. Лояльность и преданность гостей вашему заведению – это результат коллективного тяжелого труда и проявление высокого мастерства. А достичь мастерства невозможно без ежедневных тренировок. О «тренировках» для персонала в ресторане пойдет речь в следующем разделе.