

СЛАЙД 1

ДЕНЬ 3

ЗАКРЕПЛЕНИЕ ОСНОВ РАБОТЫ, ИЗУЧЕНИЕ ПРАВИЛ ПРИЕМА ЗАКАЗА

СЛАЙД 2

ЧТО БУДЕМ СЕГОДНЯ ИЗУЧАТЬ И С ЧЕМ ПОЗНАКОМИМСЯ?

1. ПРОВЕРКА ПРОЙДЕННОГО МАТЕРИАЛА
2. НАЧАЛО РАБОЧЕЙ СМЕНЫ ПО ЧЕК-ЛИСТУ
3. ПРАВИЛА ПРИЕМА ЗАКАЗА
4. ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ «ЕЛОЧКА»
5. ПРОДАЖА МАРЖИНАЛЬНЫХ И ДОП ПОЗИЦИЙ
6. ТРЕТИЙ РАЗДЕЛ В МЕНЮ
7. ПОМОЩЬ ОФИЦИАНТАМ
8. ЗАКРЫТИЕ РЕСТОРАНА ПО ЧЕК-ЛИСТУ

СЛАЙД 3

ПРИЕМ ЗАКАЗА — ЭТО ИСКУССТВО

ЭТО САМЫЙ ОТВЕТСТВЕННЫЙ И ТВОРЧЕСКИЙ ЭТАП ВАШЕЙ РАБОТЫ. В ЭТОТ МОМЕНТ ВЫ ПЕРЕСТАЕТЕ БЫТЬ ПРОСТО СОТРУДНИКОМ И СТАНОВИТЕСЬ ДЛЯ ГОСТЯ ЛИЧНЫМ ПРОВОДНИКОМ В МИР ВКУСА.

ВАША ЗАДАЧА — НЕ ПРОСТО ЗАПИСАТЬ НАЗВАНИЯ БЛЮД, А С ИСКРЕННИМ ИНТЕРЕСОМ РАССПРОСИТЬ О ПРЕДПОЧТЕНИЯХ, ПОСОВЕТОВАТЬ ИДЕАЛЬНЫЕ СОЧЕТАНИЯ И ТАК АППЕТИТНО ОПИСАТЬ ТЕКСТУРУ ИЛИ СОУС, ЧТОБЫ У ГОСТЯ ЗАГОРЕЛИСЬ ГЛАЗА. ВАША ЭКСПЕРТНОСТЬ И УВЕРЕННОСТЬ — ЭТО ГАРАНТИЯ ТОГО, ЧТО ГОСТЬ ЧУВСТВУЕТ СЕБЯ В НАДЕЖНЫХ РУКАХ ПРОФЕССИОНАЛА, КОТОРЫЙ ЗАБОТИТСЯ О КАЖДОЙ ДЕТАЛИ ЕГО ОТДЫХА.

СЛАЙД 4

ПРИЕМ ЗАКАЗА — ИНСТРУМЕНТ ВАШЕГО УСПЕХА

ПРИНИМАЯ ЗАКАЗ, ВЫ УПРАВЛЯЕТЕ ПРОДАЖАМИ. ВАША ЗАБОТА И РЕКОМЕНДАЦИИ (НАПРИМЕР, ПОДХОДЯЩЕЕ ВИНО К ГОРЯЧЕМУ ИЛИ ДЕСЕРТ К КОФЕ) ВОСПРИНИМАЮТСЯ ГОСТЕМ НЕ КАК НАВЯЗЧИВОСТЬ, А КАК ИСКРЕННЕЕ ЖЕЛАНИЕ СДЕЛАТЬ ЕГО ВЕЧЕР ЯРЧЕ.

УМЕЛО ДОПОЛНЯЯ ЗАКАЗ ЗАКУСКАМИ ИЛИ АВТОРСКИМИ НАПИТКАМИ, ВЫ НЕ ТОЛЬКО УВЕЛИЧИВАЕТЕ СРЕДНИЙ ЧЕК, НО И

РАСШИРЯЕТЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ КРУГОЗОР ГОСТЯ. СОЗДАВАЯ ДОВЕРИТЕЛЬНУЮ АТМОСФЕРУ, ВЫ ГАРАНТИРУЕТЕ СЕБЕ НЕ ТОЛЬКО ВЫСОКИЕ ЧАЕВЫЕ, НО И ЛОЯЛЬНОСТЬ ГОСТЯ, КОТОРЫЙ ОБЯЗАТЕЛЬНО ВЕРНЕТСЯ ИМЕННО К ВАМ.

(QR-КОД: СТАНДАРТЫ СЕРВИСА «ПРАВИЛА ПРИНЯТИЯ ЗАКАЗА»)

СЛАЙД 5

ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ

ЭТО «ОСНОВА ОСНОВ» РАБОТЫ ОФИЦИАНТА. ВАЖНО ПОНЯТЬ, ЧТО ИМЕННО ХОЧЕТ ГОСТЬ, А НЕ НАВЯЗЫВАТЬ БЛЮДА, КОТОРЫЕ ВЫГОДНЫ ТОЛЬКО НАМ.

БАЗОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ЭТОГО — МЕТОД «ЕЛОЧКА».

ОЗНАКОМЬТЕСЬ С НИМ В НАШИХ СТАНДАРТАХ.

(QR-КОД: СТАНДАРТЫ СЕРВИСА «ПРИЕМ ЕЛОЧКА»)

СЛАЙД 6

МАРЖИНАЛЬНЫЕ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ

МАРЖИНАЛЬНЫЕ ПОЗИЦИИ — ЭТО БЛЮДА, ПРИНОСЯЩИЕ РЕСТОРАНУ НАИБОЛЬШУЮ ПРИБЫЛЬ. ПРЕДЛАГАЙТЕ ИХ, КОГДА ГОСТЬ СОМНЕВАЕТСЯ В ВЫБОРЕ. ЭТО ИДЕАЛЬНЫЙ ШАНС СФОКУСИРОВАТЬ ЕГО ВНИМАНИЕ НА ТОМ, ЧТО МЫ ХОТИМ ПРОДАТЬ.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ (ДОПЫ) — ЭТО ТО, ЧТО ДОПОЛНЯЕТ БЛЮДО И ДЕЛАЕТ ЕГО ИНТЕРЕСНЕЕ, ОДНОВРЕМЕННО УВЕЛИЧИВАЯ СРЕДНИЙ ЧЕК. НАПРИМЕР, ЛОСОСЬ К ЗАВТРАКУ ИЛИ СИРОП К КОФЕ.

МЫ УДЕЛЯЕМ ЭТИМ ПРОДАЖАМ ОГРОМНОЕ ВНИМАНИЕ, ТАК КАК ОНИ ПОКАЗАТЕЛЬ ВАШЕГО ПРОФЕССИОНАЛИЗМА.

СЛАЙД 7

ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ:

- ДОП. ПРОДАЖИ: 15% ОТ ОБЩЕГО КОЛИЧЕСТВА ПРОДАННЫХ БЛЮД.
- МАРЖИНАЛЬНЫЕ ПОЗИЦИИ: 20% ОТ ОБЩЕГО КОЛИЧЕСТВА ПРОДАННЫХ БЛЮД.

СЛАЙД 8

ОЧЕНЬ НАДЕЕМСЯ, ЧТО ДЕНЬ БУДЕТ НАСЫЩЕННЫМ И ИНТЕРЕСНЫМ.
ТВОИМ ДОМАШНИМ ЗАДАНИЕМ БУДЕТ ПОВТОР ПРОЙДЕННОГО
СЕГОДНЯШНЕГО МАТЕРИАЛА И ПОЛНОЦЕННОЕ ИЗУЧЕНИЯ ТРЕТЬЕГО
РАЗДЕЛА МЕНЮ - ЗАВТРАКИ