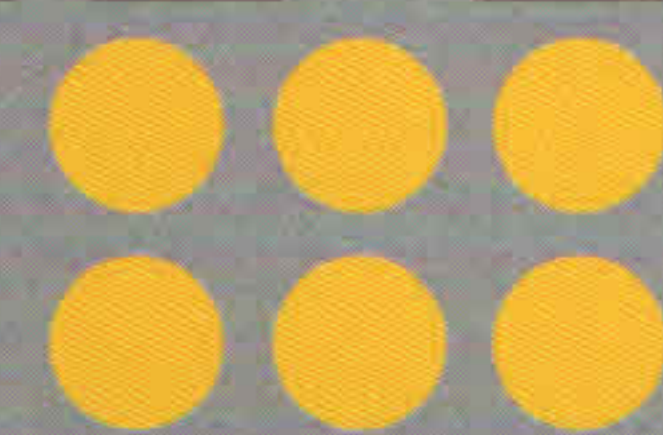


COZINHA PROFISSIONAL



Boas Práticas

Um trabalho que
depende de todos

Bate-papo

Com o restaurateur
Massimo Ferrari

Especial

Mesas e cadeiras:
Saiba como escolher!

A arte de administrar um bom atendimento

Trabalhando com seu cliente da chegada ao estabelecimento até o momento de sentar-se à mesa

Marco Sampaio



Marco Sampaio é consultor na área de marketing e proprietário da Cayman Consultoria. (11) 5594-2800
www.caymanconsultoria.com.br

Todos sabem que uma das maiores causas para perda de clientes em estabelecimentos de alimentação fora do lar é o mau atendimento. Para se ter uma melhor ideia do que isso representa, fizemos uma pesquisa sobre os hábitos dos consumidores de restaurantes em 2009 (acesso à pesquisa: www.pesquisa.caymanconsultoria.com.br).

Os resultados nos mostram que, nas refeições a trabalho, o mau atendimento é responsável por 25% da perda de clientes de um estabelecimento, superando até a sujeira (24%); já nas refeições a lazer, o índice aumenta para 26%.

Entretanto, o cliente pode considerar como mau atendimento diversas situações, como é no caso das tão temidas filas de espera. Esse primeiro contato pode determinar a avaliação que o cliente irá levar de sua experiência no estabelecimento.

É importante entender que a avaliação que o cliente faz da casa não leva em conta somente a comida, mas a experiência como um todo, o ambiente, o serviço, a comida, o

preço, etc. O comensal não consegue fazer a separação cartesiana dessa avaliação, ficando somente com um conceito geral: bom ou ruim. A satisfação do cliente é uma equação simples, que vem da seguinte fórmula:

Satisfação do cliente = Expectativa com relação à qualidade do produto ou ao serviço – Qualidade percebida do produto ou serviço.

O primeiro contato

Ao entrar no estabelecimento, é importante que a pessoa (colaborador, hostess, recepcionista, gerente, etc.), que irá controlar o processo de espera, chegue rápido ao cliente para recebê-lo, uma vez que o pré-processo de esperar causa um grande desconforto, pois parece ainda mais longo. Entretanto, quando o cliente recebe a atenção desse responsável pela espera, tem a percepção de que já está em processo de atendimento.

Durante a espera, o tempo ocioso parece maior do que realmente é, ou seja, criar distração aos clientes durante sua espera pode ajudar para que a percepção não aumente ainda mais. Em alguns lugares, o cliente já re-

cebe o cardápio na espera a fim de ocupar seu tempo. Em outros, existem televisões dispostas ao entretenimento.

Outra atitude que costuma ajudar, dependendo do tipo de serviço da casa, é o serviço na espera, onde são servidas bebidas (cobradas) e aperitivos (gratuitos – como forma de compensação pela espera, ou não), dando a impressão de que o serviço começou.

A espera injusta é mais desconfortável do que a necessária, e nesse quesito devemos lembrar que a percepção é um fator determinante nesta avaliação. Por exemplo, chamar um cliente pelo nome faz com que todos na espera acreditem que ele foi beneficiado porque era uma pessoa conhecida ou porque pagou ao colaborador de comanda a espera para ser beneficiado.

Em alguns estabelecimentos, parece que o cliente já chega nervoso, mas consciente de que vai esperar, como almoço em churrascarias aos domingos, e já desce do carro perguntando a todos desde o manobrista até a recepção de quanto tempo é a espera. É muito importante que a pessoa que irá dar essa

informação seja honesta com o cliente. Há alguns gestores que instruem seus colaboradores a prestarem informações erradas, diminuindo o tempo de espera, então a administração desse cliente dentro de sua casa pode se tornar um verdadeiro inferno.

Em resumo, temos de trabalhar para procurar demonstrar aos consumidores que nossa espera é justa e tentar apresentá-la da forma mais organizada possível. E, se o nosso negócio permitir, procurar maneiras de distrair as pessoas enquanto esperam. Com isso, amenizamos o tempo, trabalhando para o crescimento do negócio e, assim, evitando perder clientes.

Administração do começo ao fim

Existe uma máxima no setor que diz: “Se um cliente chega e a coisa já começa errada, vai errada até o fim!”. Ou seja, se ele já se senta à mesa mal-humorado, então é quase impossível reverter a situação. Ele ficará procurando falhas e mais falhas, somente para criticar. O agravante disso tudo é que um cliente insatisfeito manifesta sua opinião para diversos amigos do seu grupo e, de acordo com a mesma pesquisa sobre hábitos do consumidor, 34% das pessoas acreditam que a opinião dos amigos é um dos principais fatores que pesam na escolha do estabelecimento.

Assim, precisamos entender e analisar esses momentos da chegada do cliente e nos prepararmos para evitar transtornos desnecessários nos dias de maior movimento. Aceita uma dica?

Calcule o giro das mesas do seu estabelecimento

Conhecer o tempo médio de giro das mesas é crítico no momento de reservas e administração das filas. Basta observar o tempo que cada grupo de clientes ocupa uma mesa. Esse número pode ser controlado automaticamente pelo seu sistema de reservas, no entanto, se você optar por um sistema manual, basta colocar esses números em uma planilha e calcular o tempo de giro médio de mesa durante um determinado período. Você ficará surpreso com o quão consistente esse número é a cada semana. Se, de fato, você percebe uma tendência, como tempo médio de giro de mesa aumentando ou diminuindo, então precisa investigar o que está causando esta alteração para acelerar ou desacelerar.

Sua agenda pode mostrar quantos assentos você pode acomodar durante um único turno. Exemplo: se você tem 40 mesas e um tempo de giro médio de duas horas por mesa, e reservar 50 por cento do salão, isto lhe dará 20 mesas para reserva a cada duas horas. Para evitar uma enxurrada de trabalho na cozinha e a equipe dando trombadas, efetue essas reservas a cada meia hora. Em outras palavras, aceite cinco reservas a cada meia hora. Como você sempre começa do zero, é possível ajustar essa programação para melhorar o serviço ou para aumentar os giros.

Nota da Redação

Uma das primeiras medidas é não realizar reservas nesses dias, pois elas nunca são entendidas pelas pessoas que estão na fila de espera.

Para buscarmos um melhor entendimento do risco que corremos na nossa operação, o ideal é iniciarmos com um rascunho em um quadro com as interações que o cliente tem antes de ser encaminhado à mesa, veja quadro abaixo. ●

Palavras-chave para busca no site:
Administração, atendimento, fila de espera

Momento	Processo / contato	Critérios de avaliação	Riscos
Chegada do cliente			• Tráfego na rua • Policiamento (comando)
Entrega do veículo	• Valet / Manobrista Entrega do veículo	• Prontidão • Cordialidade • Segurança	• Falta de pessoal • Pessoal mal preparado
Entrada no restaurante	• Recepcionista • Maître • Proprietário	• Prontidão • Cordialidade • Transparência	• Falta de transparência • Perda da credibilidade • Clientes se exaltando
Cliente indo à mesa		• Eficiência • Cordialidade • Prontidão • Eficiência	• Clientes insatisfeitos • Administração de reclamações



Fotolia.com / © Tomasz Trojanowski