



LAS 7

ESTRATEGIAS CLAVES

en la administración

de restaurantes

JULIETH RIVERA CF

Introducción

No existe un manual con fórmulas estandarizadas con el que siguiendo pasos vayas a lograr de un momento a otro que tu negocio crezca, que tus ventas aumenten. La administración de restaurantes es una labor que requiere constancia, disciplina, determinación, constante aprendizaje, y mantenerse siempre atento a las novedades que se presenten. Los restaurantes son negocios muy dinámicos, quien crea que encontró la fórmula secreta del éxito y se duerma en los laureles, muy seguramente estaría destinando su restaurante a un tiempo de vida demasiado corto. La permanencia en el mercado de tu restaurante, o de cualquier negocio, consiste en gran parte en la proyección y correcta interpretación de las necesidades a satisfacer de las personas que conforman tu público.

De igual manera, la esencia que dio inicio a tu deseo de crear un restaurante, esa energía y vivacidad debe ser constantemente reforzada. No se puede permitir que la rutina operativa convierta tu restaurante en una máquina que sólo funcione bajo programación.

Ahora bien, el hecho de que no exista el manual con la fórmula mágica, no quiere decir que no existen herramientas de análisis que te ayuden a tomar mejores decisiones y a estar siempre preparado a los cambios de mercado o la producción de ideas que oxigenen tu negocio y que siempre brinden al comensal experiencias especiales y distintas al visitarte.

Por eso te invito a continúes leyendo este Ebook para que te familiarices con las 7 Estrategias Claves en la administración de restaurantes. Estas estrategias te generarán ventajas competitivas, pues te permiten conocer el detalle de tu negocio y entender cuál es la mejor opción, cada vez que te enfrentes a situaciones en las que debas tomar decisiones.

Estrategia 1: Pensamiento Ganar/Ganar



Siempre que tomes una decisión, piensa en esta premisa que garantiza que tu y todas las personas con las que generes vínculos, tengan resultados positivos como resultado de relacionarse. La premisa ganar/ganar aplica para la negociación con tus proveedores, la contratación de tus empleados y muy importante, las condiciones que establezcas para la atención a tus clientes.

Piénsalo de esta manera, si vas a establecer un precio de venta para un producto, solo basándote en tus necesidades económicas, pero sin pensar en garantizar a tu cliente una experiencia, calidad de producto y atención, que le brinden un momento con el que se sienta totalmente satisfecho y a gusto...entonces ese cliente no se sentirá ganador. Si haces esto, estarás bajo la premisa equivocada de ganar/perder. Donde tú logras tu objetivo de venta, pero lo haces a expensas de perder un cliente.

Estrategia 2: Audita tus productos / Audita tus procesos



Muchos restauranteros hacen un trabajo exhaustivo previo a la apertura del restaurante. Hacen las recetas, costean los productos y prueban la calidad de los platos. Se aseguran de que cumpla con las expectativas que se tienen y echan a rodar la máquina. Sin embargo, en el tiempo van dejando que todo se haga por inercia y pierden determinación en continuar revisando constantemente sus procesos o auditando la calidad de sus productos. Es clave para la administración de restaurantes mantener la calidad del producto y para tal fin, es súper importante los seguimientos a todos los implicados en el que producto siempre sea calificación 100

La forma más rápida de lograr esto es estandarizando sus procesos.

Estrategia 3: Innovación constante

Ya lo hemos dicho antes, no te puedes dormir en los laureles. Siempre debes innovar y permitir a tu cliente disfrutar de novedades en cada ocasión que te visite. La innovación puede ser desde la creación de platos nuevos (por ejemplo productos de temporadas o variaciones a los que ya tengas establecidos en el menú). En ocasiones tienes un plato en tu carta al que siempre los clientes le piden una variación. Si esa variación que te solicitan es una constante, entonces atrévete a hacerlo posible para los clientes. De esta manera tus clientes notarán que tienes en cuenta sus comentarios.

Otra manera de innovar es la presentación de los platos, reposiciones de vajillas o en el caso de domicilios empaques diferenciadores de tu marca. Aprovecha el recurso de tus empaques para hacer que tus clientes conecten contigo, compárteles tu historia y permite que se generen vínculos entre tus colaboradores y quienes te visitan o compran tu producto.

Estrategia 4: Interactúa con tus clientes



En promedio una persona visita tu restaurante con un tiempo de entre 30 a 60 minutos, dependiendo el concepto de tu restaurante, para ser atendido. Debes lograr en ese tiempo brindar la mejor atención y cumplir con los tiempos de servicio que permitan que la persona se sienta tranquila, que no se angustie por ningún retraso en el servicio y que adicional, le de tiempo de conocerte (sin que esto quiera decir que debas ser invasivo). En otras palabras, bríndale todos esos minutos de una experiencia que le haga sentirse especial. Nunca permitas y nunca trates a un cliente como un generador de dinero, siempre como una persona importante que te visita. Tu misión es que el cliente disfrute tanto visitarte, que siempre quiera regresar e invitar a otras personas.

Estrategia 5: Ser jefe ya no suma, ser LÍDER si



Ya quedó rezagada esa posición de jefe inobjetable, que siempre tiene la razón y quién siempre responsabiliza de los errores a sus trabajadores. En los restaurantes el éxito se logra cuando todos suman. Para que tu equipo de trabajo desarrolle sus habilidades de manera que sean eficientes y que te ayuden a alcanzar tus objetivos (posicionarse y tener más ingresos), debes hacerles saber, con la palabra y con las acciones, que en realidad los consideras un equipo y no unas máquinas que deben estar a tu disposición y de quienes no te interesa si están cansados, si están enfermos o si tienen ideas que comunicarte.

Gran parte de la experiencia de tus clientes inicia en la forma en la que tus trabajadores le reciben. Si no creas principios de calidad, basados en la disposición de servir y no en la obligación de atender, muy seguramente no fortalecerás la vocación en ellos y muy poco les interesará, más allá de recibir una propina, atender o no a los clientes.

Olvídate del: tengo tantos años de experiencia, nadie va a decirme cómo debo actuar. Aventúrate a continuar aprendiendo. Y cuando los recibas cumplidos, da los créditos también a tu equipo de trabajo.

Estrategia 6 : Conoce tus ventas más allá del valor de la venta



Una pregunta típica diaria que hacen los restauranteros es : ¿Cómo va la venta?. Reciben una cifra de parte del cajero y con eso programan cosas para solucionar al día siguiente, se alegran si la cifra es alta o se preocupan si la cifra es baja. Más allá de eso, lo importante no es sólo saber cómo va la venta. La estrategia acá es conocer qué producto estás vendiendo, cuales son las preferencias de tus clientes, cómo aportan valor tus productos a quienes te visitan, qué puedes hacer para vender aquellos productos que tienen poca rotación, cuales son las causales de que tengan poca rotación, revisar que los procesos de servicio (tanto en cocina como en mesas) se estén realizando de manera adecuada para promover la venta. También es importante revisar cantidad de platos vendidos, cantidad de clientes atendidos, capacidad de atención de tus meseros.

¿Llevas un control de cómo es el recaudo de tus ventas? ¿Cuanto es el efectivo del total facturado? ¿Qué franquicia recibes más? ¿Sabías que puedes negociar con tu banco las tarifas de comisión si logras llevar evidencias de cuánto ingreso recibes a través de este medio?

Las ventas también se revisan para contrarrestar si la cantidad de platos vendidos están ayudando a cubrir las necesidades tanto de flujo de caja como de rentabilidad que tu negocio necesita.

No estoy castigando que preguntes cómo va la venta, te estoy indicando que no te debes quedar con la respuesta de la cifra, siempre puedes ir más allá... en eso consiste crecer.

Estrategia 7 : Rodéate de los mejores



Rodearte de los mejores es conformar tu grupo de trabajo con buenas personas. Personas que cumplan con sus propósitos en la organización, en todas las áreas, tanto administración como operación.

Personas que respondan ante los procesos implementados y que te brinden información para continuar mejorando en todo lo que sea posible.

En la estrategia 5 referenciamos la importancia de ser humildes con el conocimiento adquirido por la experiencia o los años trabajados o teniendo un restaurante. En este punto 7 extendemos esa idea al sugerir lo importante que es contratar personas capacitadas, con la habilidad para hacer funciones que quizás hayas considerado en algún tiempo que sólo tú podías hacerlo. Contrata personas que refuercen tus ideales de calidad y que a la vez tengan la habilidad y capacidad de conversar contigo cuando no compartan tu criterio. De hecho, hay quienes consideran que las destrezas de los empleados deben ser mejores que las de quien los contrata. Y esto tiene una razón de ser... Debes confiar en que esas personas sortearán y solucionarán situaciones que se presenten en el servicio, de la mejor manera posible, incluso mejor que como lo harías tú...y eso será para ti la tranquilidad de poder mantener tu estándar de calidad incluso en los momentos en los que no puedas estar.

Si contratas a muchas personas solo para que hagan lo que tu dices, entonces te mantendrás inconforme de no encontrar “trabajadores buenos”. No mates las expectativas de tus colaboradores al rechazar cada una de sus ideas o comentarios. Si haces una selección de personal de manera consciente, entonces debes asumir un rol donde, en ocasiones, simplemente ellos puedan tener ideas que te aporten valor.

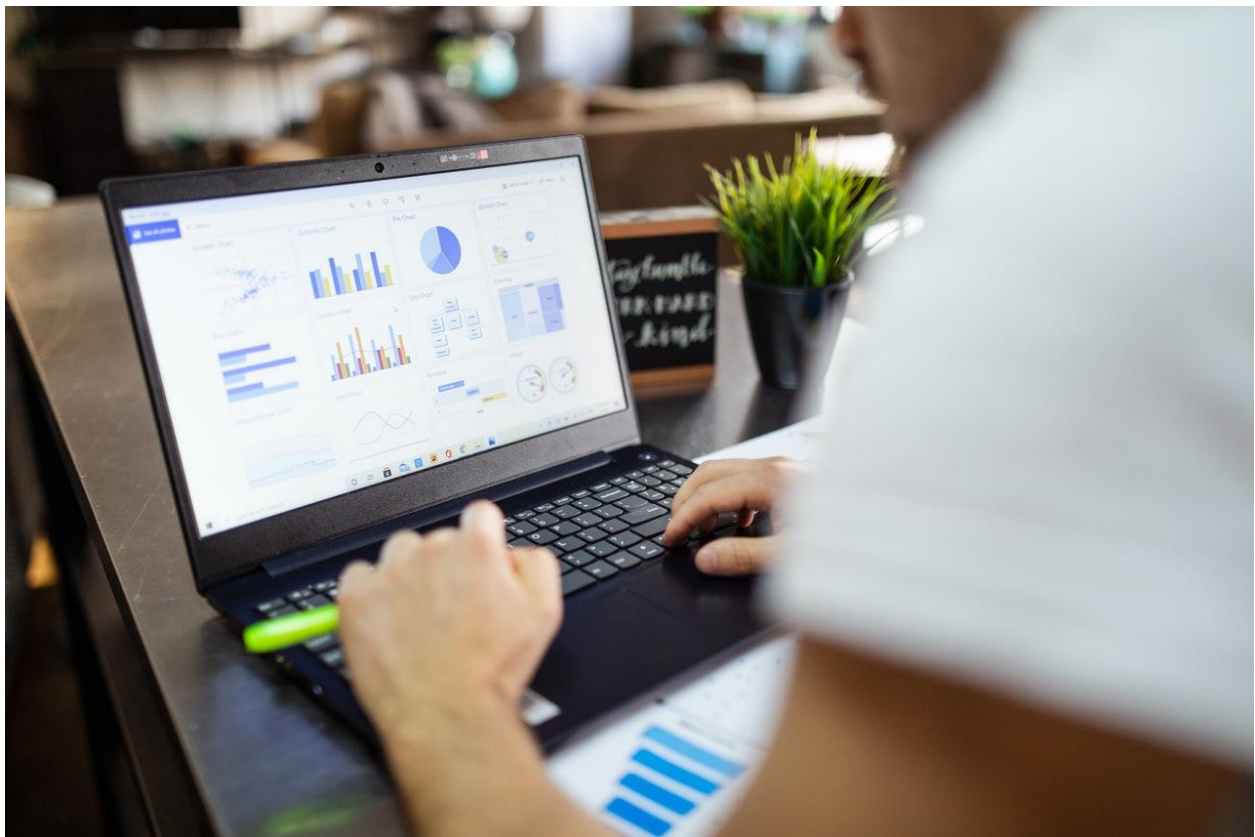
El truco es justamente ese, hacer una buena selección de personal. Basado en aptitudes y actitudes.

Michael E. Gerber, especialista en formación de habilidades corporativas, lo resume en una frase: “Si tu negocio depende de ti, no tienes un negocio. Tienes un empleo”.

En otras ocasiones, el dueño carece de tiempo y contrata a un gerente JEFE y no LÍDER. El asunto acá es que si contratas un jefe debes tener la certeza de que sea eficaz. Un jefe ineficaz seguramente te informará sólo de las debilidades o aspectos a mejorar de tu equipo. Si no cuidas el proceso de selección, ese jefe promoverá solo las inseguridades de tus trabajadores. Ten en cuenta que para muchos esa es la única manera en la que ellos pueden conservar su cargo. Haciéndote creer que los demás no están capacitados o no son aptos para asumir otro rol distinto a ser constantemente criticados o castigados.

Muchas veces he escuchado a restauranteros preocupados porque deben estar unos días sin poder ir a sus restaurantes y no confían en que sus trabajadores vayan a cumplir sus funciones. Sólo me limito a decirles, Si tú cuidas bien de tus colaboradores, ellos cuidarán de ti.

BONUS: Software



No puedo dejar pasar este recopilado de estrategias claves en la administración de restaurantes sin mencionar la importancia de contar con un software para tu restaurante. Más específicamente, un software que cubra las necesidades operativas y administrativas que tiene tu negocio. Muchos emprendedores cuando están iniciando restan importancia a tener un software y consideran que es algo en lo que podrán invertir en el futuro. He experimentado en muchas ocasiones, como al no tener un sistema con unos buenos parámetros establecidos se pierde mucha información que no podrá ser tabulada y analizada para calificar si el negocio es rentable o no y mucho menos cuentan con herramienta basada en información confiable, veraz y oportuna para la toma de decisiones.

Incluso si puedes iniciar con un Punto de venta, es decir, un módulo que te permita facturar, mi recomendación es que le asocies un sistema de control de inventarios, creación de tus productos y tus recetas. Así inicias de manera correcta la administración de restaurante y generar información para que puedas establecer una estructura contable y financiera, de la que obtendrás siempre beneficios.

Finalmente, nunca pierdas de vista que un restaurante está conformado de tres componentes claves, que nunca pueden ser descuidados, el servicio/calidad, la contratación de personal y un buen manejo de la contabilidad de tu negocio.



Pasos a seguir

Como última recomendación y teniendo en cuenta lo importante de la educación para la mejora continua en la administración de los restaurantes, te invito a seguir estos 3 sencillos pasos para acceder a nuestros contenidos de valor:

PASO #1 - Únete a nuestra comunidad de restauranteros en Telegram

 **Unirme ahora**

PASO #2 - Suscríbete a nuestro boletín informativo para mantenerte actualizado

 **Suscribirse**

PASO #3 - Conecta conmigo siguiendome en todas mis redes sociales



@JuliethRiveraCF

AVISO IMPORTANTE: Copyright© - Todos los derechos reservados Julieth Rivera CF. Se permite compartir y distribuir sin modificaciones ni alteraciones de ningún tipo, siempre y cuando se realice de forma gratuita y sin ánimo de lucro. Para más información comunicarse a hola@juliethrivera.com