

ОДНОСИ СА КОРИСНИЦИМА



АКАДЕМИЈА СТРУКОВНИХ
СТУДИЈА БЕОГРАД
**ACADEMY FOR APPLIED
STUDIES BELGRADE**



ГЛАВНИ АСПЕКТИ КОНТАКАТА КЕТЕРАСА СА КОРИСНИЦИМА УСЛУГА СУ:

1. ПРЕГОВОРИ СА КОРИСНИКОМ
2. КОМУНИКАЦИЈА СА КОРИСНИКОМ
3. РЕШЕЊЕ ПРОБЛЕМА

1. ПРЕГОВОРИ СА КОРИСНИКОМ

1.1. ЗА СВАКУ ФУНКЦИЈУ КЕТЕРАЕР БИ ТРЕБАЛО ДА ОДРЕДИ:

- ▣ ПРОРАЧУНАВАЊЕ СЛУЖЕЊА,
- ▣ ЗВУЧНЕ И ВИЗУЕЛНЕ ПОТРЕБЕ,
- ▣ ПОТРЕБЕ СЛУЖЕЊА ОБРОКА,
- ▣ ОДРЖАВАЊЕ ЦЕРЕМОНИЈА У ТОКУ СЛУЖЕЊА,
- ▣ ПОТРЕБЕ ОСВЕТЉЕЊА,

- ▣ ПОТРЕБЕ ОЗВУЧЕЊА,
- ▣ ЗАСТАВЕ И ДРУГЕ УКЉУЧЕНЕ ПРИКАЗЕ,
- ▣ ПОТРЕБЕ ЗАБАВЕ,
- ▣ ЗАХТЕВАНЕ ПЛАТФОРМЕ И НАМЕШТАЊЕ СТОЛОВА,
- ▣ ПОТРЕБНУ ДЕКОРАЦИЈУ,

- ▣ ВРЕМЕ ДОГАЂАЈА,
- ▣ ПОТРЕБНО ВРЕМЕ ЗА ПРОБУ,
- ▣ СПЕЦИЈАЛНЕ ЗАХТЕВЕ -
ДИЈЕТЕ И СЛ.
- ▣ ПОТРЕБЕ ЗА ГЛАВНИМ
СТОЛОМ,
- ▣ ФИНАНСИЈСКА ОГРАНИЧЕЊА.

1.2. НАЈЧЕШЋЕ ГРЕШКЕ КОЈЕ СЕ ПРАВЕ, А НА КОЈЕ ТРЕБА ОБРАТИТИ ПАЖЊУ:

- ▣ ИЗБОР ТЕШКЕ ХРАНЕ ЗА ОБРОК КОЈИ СЕ СЛУЖИ,
- ▣ ЗАНЕМАРИВАЊЕ ГОСТИЈУ СА ПОСЕБНИМ НАВИКАМА (нпр. у исхрани или дијети)
- ▣ НЕДОВОЉАН ИЗБОР БЕЗАЛКОХОЛНИХ ПИЋА,
- ▣ ПРЕКОМЕРНО ДУГАЧАК ПРИЈЕМ ПРЕ ВЕЧЕРЕ,

- ▣ НЕДОВОЉНО ОБРАЋАЊЕ ПАЖЊЕ НА АМБИЈЕНТ САЛЕ, КОМФОР, ПОДОБНОСТ ЗА ПЛАНИРАНИ ПРИЈЕМ.
- ▣ НЕИЗВРШАВАЊЕ ПРОБЕ ДОГАЂАЈА,
- ▣ УШТЕДА НОВЦА НА ОЗВУЧЕЊУ, РАСВЕТИ И ДРУГИМ ЕФЕКТИМА,
- ▣ НЕДОВОЉНО ПОЗНАВАЊЕ ГОСТИЈУ ШТО МОЖЕ РЕЗУЛТИРАТИ ИЗБОРОМ НЕОДГОВАРАЈУЋЕ ХРАНЕ, ПИЋА, МУЗИКЕ И СЛ.

- ▣ РЕЗЕРВИСАЊЕ НЕАДЕКВАТНОГ ПРОСТОРА ЗА ПРИЈЕМ,
- ▣ ПРОПУСТИ ДА СЕ ГОСТИ ЗА ГЛАВНИМ СТОЛОМ, КАО И ГОСТИ ГОВОРНИЦИ И ВИП ГОСТИ УКЉУЧЕ У УКУПАН БРОЈ ГОСТИЈУ.

**ТАДА ЗАПОЧЕТИ СА ПРЕГОВОРИМА
О ОСНОВНИМ АСПЕКТИМА СВИХ
КЕТЕРИНГ ДЕЛОВА, А ТО СУ:**

А) ЦЕНЕ,

Б) СПЕЦИЈАЛНЕ ПОТРЕБЕ,

В) ГАРАНЦИЈА.

A) ЦЕНЕ

- ▣ ПОТЕНЦИЈАЛНОГ КОРИСНИКА ТРЕБА УПОЗНАТИ СА СВИМ БИТНИМ ТРОШКОВИМА,
- ▣ ТРЕБА МУ ПРИКАЗАТИ ЛИСТУ СА СВИМ ПОЈЕДИНАЧНИМ ЦЕНАМА, КАО И ЊИХОВ ЗБИР.
- ▣ ПРЕДОЧИТИ КОРИСНИКУ НАЈДУЖИ ПЕРИОД ЗА КОЈИ СЕ МОГУ ГАРАНТОВАТИ ПОНУЂЕНЕ ЦЕНЕ,

- ▣ УПОЗОРИТИ КОРИСНИКА ДА ЈЕ У ОБАВЕЗИ ДА ПЛАТИ НАКНАДУ ЗА ОТКАЗИВАЊЕ УГОВОРЕНОГ ПРИЈЕМА, КАО И ДА ПРИХВАТА РИЗИК ИЗБОРА НОВОГ КЕТЕРА.
- ▣ НАЈЛАКШЕ ЈЕ РАДИТИ СА КОРИСНИЦИМА КОЈИ ИМАЈУ НЕОГРАНИЧЕН БУЏЕТ,
- ▣ ПРЕГОВАРАЊЕ ОКО ЦЕНА ЈЕ ИГРА, ЈЕР КОРИСНИЦИ ОЧЕКУЈУ ДА СЕ ОКО ЦЕНА ЗА УСЛУГЕ КЕТЕРА МОГУ ДОГОВАРАТИ – ЦЕНКАТИ.

- ▣ ТРЕБА ПРЕДОЧИТИ КОРИСНИКУ
НАЧИНЕ ДА СЕ ОСТВАРИ УШТЕДА,
- АКО ЈЕ У ХОТЕЛУ ПРОМОЦИЈА НЕКОГ ПРОИЗВОДА КОЈИ ЈЕ У МЕНИЈУ,
- АКО ПРИХВАТИ ДА СЕ У ПОНУДУ УВРСТИ ИЗБОР СЕЗОНСКЕ ХРАНЕ,
- АКО ПРИХВАТИ НЕКОЛИКО МАЊИХ ПРОМЕНА У МЕНИЈУ,
- АКО ПРИХВАТИ ПРОМЕНУ САЛЕ ИЛИ ТЕРМИНА ДОГАЂАЈА ДА БИ СЕ ОСЛОБОДИО ПРОСТОР ЗА НЕКИ ПРОФИТАБИЛНИЈИ ДОГАЂАЈ.

- ПРИХВАТАЊЕ ИСТОГ МЕНИЈА СА ДОГАЂАЈЕМ КОЈИ СЕ ПАРАЛЕЛНО ОДВИЈА У ИСТОМ ОБЈЕКТУ.
- ИЗБОРОМ МЕНИЈА КОЈИ СЕ ЛАКШЕ ПОСЛУЖУЈЕ,
- ИЗБОРОМ ВАРИЈАНТЕ САМОПОСЛУЖИВАЊА ГОСТИЈУ,
- АКО КОРИСНИК ДОЗВОЛИ ДА СЕ НЕКА ХРАНА УНАПРЕД ПРИПРЕМИ...

**- АКО ЈЕ ПИЋЕ ГЛАВНИ ДЕО КЕТЕРИНГ
ДОГАЂАЈА УШТЕДА СЕ МОЖЕ**

ПОСТИЋИ:

- ▣ **ЗАТВАРАЊЕМ БАРОВА ПОЛА САТА ПРЕ ЗАВРШЕТКА ДОГАЂАЈА,**
- ▣ **ИЗБЕГАВАЊЕМ ДА СЕ ГОСТИ САМИ СЛУЖЕ ПИЋЕМ,**
- ▣ **КОРИШЋЕЊЕМ ЈЕФТИНИЈИХ ПИЋА,**
- ▣ **СЛУЖЕЊЕМ ВЕЋЕ КОЛИЧИНЕ ХРАНЕ, АКО ВИШЕ ЈЕДУ МАЊЕ ПИЈУ,**
- ▣ **СКРАЋИВАЊЕМ ДОГАЂАЈА ЗА 15 – 20 МИН.**

- ▣ **ИЗБЕГАВАЊЕМ ДА СЕ ПРИЈЕМ ОРГАНИЗУЈЕ УВЕЧЕ ТОКОМ И НАРОЧИТО ВИКЕНДА,**
- ▣ **ОРГАНИЗОВАЊЕМ КЕШ ИЛИ КОМЕРЦИЈАЛНОГ БАРА (СВАКИ ГОСТ ПЛАЋА СВОЈЕ ПИЋЕ – НИЈЕ ПРИКЛАДНО ЗА СВАДБЕНИ ПРИЈЕМ).**
- ▣ **КАДА ЦЕНА ДОГАЂАЈА УКЉУЧУЈЕ ДВА ПИЋА ПО ОСОБИ, ОСТАЛО ГОСТИ ПЛАЋАЈУ.**

Б) СПЕЦИЈАЛНЕ ПОТРЕБЕ

- ▣ **НАЈЧЕШЋИ ТИП СПЕЦИЈАЛНИХ ПОТРЕБА СУ ПОТРЕБЕ ДА СЕ УДОВОЉИ РАЗЛИЧИТИМ ДИЈЕТЕТСКИМ ЗАХТЕВИМА ГОСТИЈУ, РЕЛИГИЈСКЕ ДИЈЕТЕ...**
- ▣ **ЗАХТЕВИ ЗА ЗАСЕБНИМ ПРОСТОРИЈАМА ЗА НЕПУШАЧЕ,**
- ▣ **СПЕЦИЈАЛНЕ ПОТРЕБЕ У ПОГЛЕДУ ЗАБАВЕ, АУТОМОБИЛЕ ЗА ВИП ГОСТЕ...**

В) ГАРАНЦИЈЕ

- ВЕОМА ЈЕ БИТНО ИМАТИ ПРЕЦИЗНУ ПРОЦЕНУ ОЧЕКИВАНОГ БРОЈА ГОСТИЈУ, ПОМОЋ КЕТЕРЕРА НА ОСНОВУ ИСКУСТВА ЈЕ ЗА КОРИСНИКА ЗНАЧАЈНА ГЛАВНИ ФАКТОРИ КОЈИ УТИЧУ НА БРОЈ ГОСТИЈУ:
 - ВРСТЕ ДОГАЂАЈА,
 - БРОЈ ЗВАНИЦА ВОДЕЋИ РАЧУНА О ВИП ОСОБАМА (да се на броје дупло)

- БРОЈ И ВРСТА КОНКУРЕНТСКИХ ДОГАЂАЈА,
- ДОГАЂАЈИ КОЈИ СУ ПОВЕЗАНИ СА ОСТАТКОМ ДНЕВНОГ ПРОГРАМА,
- СВРХА ДОГАЂАЈА,
- КО СНОСИ ТРОШКОВЕ ДОГАЂАЈА,
- ВРСТА ОБРОКА,
- ТРАЈАЊЕ ДОГАЂАЈА,
- ТРАЈАЊЕ СКУПА,

- **ПОЛИТИКА КОРИСНИКА ПОСЕТИЛАЦА – КОМПАНИЈЕ ОБИЧНО ОЧЕКУЈУ ОД СВИХ ПОСЕТИЛАЦА ПРИСУСТВО СВИМ ДОГАЂАЈИМА,**

- **ПОЛИТИКА ПОТРОШЊЕ ПОСЕТИЛАЦА – ГОСТИ САМИ ПЛАЋАЈУ УСЛУГЕ И ВРШЕ ИЗБОР ШТА ПОСЕЋУЈУ ОД ОДГАЂАЈА, НОВАЦ ИМ СЕ РЕФУНДИРА, А КАДА СЕ СВЕ ПЛАЋА У ПАКЕТУ, ОЧЕКУЈЕ СЕ И ПОСЕТА СВИМ ДОГАЂАЈИМА.**

2. КОМУНИКАЦИЈА СА КОРИСНИКОМ

2.1. ПРЕД-ДОГАЂАЈНИ СУСРЕТИ

2.2. СУСРЕТИ НАКОН ДОГАЂАЈА

2.3. ПИСМА ЗАХВАЛНОСТИ

2.1. ПРЕД-ДОГАЂАЈНИ СУСРЕТИ ПИТАЊА КОЈА СЕ РАЗМАТРАЈУ ЗА ВРЕМЕ САСТАНКА КОЈИ ГОВОРИ О “ДЕТАЉИМА” УКЉУЧУЈУ:

- ▣ РАСПОРЕД,
- ▣ ГАРАНЦИЈЕ,
- ▣ ДРУГЕ ПОТВРДЕ,
- ▣ УСЛОВЕ,
- ▣ ПРЕПОРУКЕ,
- ▣ НЕКОНТРОЛИСАНЕ ЧИЊЕНИЦЕ,
- ▣ ПОМЕРАЊЕ ДОГАЂАЈА СА УЗРОКОМ
- ▣ ИСПРОБАВАЊЕ И УЗОРЦИ ОБРОКА...

2.2. СУСРЕТИ НАКОН ДОГАЂАЈА

- ▣ ПОТРЕБНО ЈЕ САСТАВИТИ ФОРМУЛАР ПРОЦЕНЕ ДОГАЂАЈА КОЈИ ЋЕ ПОПУНИТИ СВАКИ КОРИСНИК ПО ОБАВЉЕНОМ ПОСЛУ. УОБИЧАЈЕНА ПИТАЊА:
 - УТИСАК О ХРАНИ И ПИЋУ,
 - ПОСЛУЖИВАЊЕ,
 - ДЕКОР, ПРОСТОР,
 - ДОДАТНЕ УСЛУГЕ,
 - ВРЕМЕНСКА ОГРАНИЧЕНОСТ ДОГАЂАЈА,
 - ОПШТИ УТИСАК – ЗАДОВОЉСТВО УОПШТЕ

2.3. ПИСМА ЗАХВАЛНОСТИ

- ▣ **ФОРМАЛНЕ ЗАХВАЛНИЦЕ БИ ТРЕБАЛО ДА СЕ ШАЉУ НАКОН ПОСТ ДОГАЂАЈНОГ САСТАНКА.**
- ▣ **БИЛО БИ ЗГОДНО УЗ ПИСМА УПУТИТИ И СИМБОЛИЧАН ПОКЛОН,**
- ▣ **ДОДАТНИ ОБРОК ХОТЕЛСКОГ РЕСТОРАНА ЈЕ ЈОШ ЈЕДАН ПОПУЛАРАН ПОКЛОН.**

3. РЕШАВАЊЕ ПРОБЛЕМА

А) ПРЕКОМЕРНА БРИГА

Б) ТИПИЧНИ ПРОБЛЕМИ,

В) РЕШАВАЊЕ ЖАЛБИ КОРИСНИКА,

Г) ПРОТОКОЛИ,

Д) ТЕЛЕФОНСКА УЧТИВОСТ,

Ђ) ЛИЧНИ КОНТАКТИ

A) ПРЕКОМЕРНА БРИГА

- ▣ КОРИСНИЦИ НАЈЧЕШЋЕ БРИНУ ДА ЛИ ЋЕ ДОГАЂАЈ ПОЧЕТИ И ЗАВРШИТИ СЕ НА ВРЕМЕ**
- ▣ НЕКИ КОРИСНИЦИ СУ ЈЕДНОСТАВНО “РОЂЕНИ ЗА БРИГУ”, А ОНИ СУ НАЈВЕЋИ ИЗАЗОВ,**
- ▣ АКО ОНИ БУДУ ЗАДОВОЉНИ ПОСТАЋЕ НАЈЛОЈАЛНИЈИ ГОСТИ ХОТЕЛА.**

Б) ТИПИЧНИ ПРОБЛЕМИ,

▣ НАЈУОЧЉИВИЈИ СУ СЛЕДЕЋИ:

- **НЕМА ПРЕДСТАВЕ,**
- **НЕПРЕДВИЂЕНИ ПОРАСТ БРОЈА ПОСЕТИЛАЦА,**
- **ИЗГУБЉЕНО-НАЂЕНО,**
- **ПРИВРЕМЕНИ ГОСТИ,**
- **ИЗВРШЕЊЕ ДУЖНОСТИ БЕЗ ПОСРЕДНИКА,**
- **ОСПОРЕНЕ ФАКТУРЕ,**
- **ПОМЕРАЊЕ ДОГАЂАЈА СА УЗРОКОМ,**
- **ИСПРОБАВАЊЕ И УЗОРЦИ ОБРОКА...**

**В) РЕШАВАЊЕ ЖАЛБИ КОРИСНИКА,
ДЕСЕТ НАЈЧЕШЋИХ ЖАЛБИ КОРИСНИКА:**

- **ЦЕНА СОБЕ, ОБРОКА И УСЛУГА,**
- **БРЗИНА УСЛУГЕ,**
- **КВАЛИТЕТ УСЛУГЕ,**
- **МОГУЋНОСТ ПАРКИРАЊА,**
- **ЗНАЊЕ ЗАПОСЛЕНИХ,**
- **МИРНОЋА ОКРУЖЕЊА,**
- **ДОСТУПНОСТ ЗАХТЕВАНОГ СМЕШТАЈА,**
- **ВРЕМЕ ОДЈАВЉИВАЊА,**
- **ЧИСТОЋА УСТАНОВЕ,**
- **ПОДЕСНОСТ КРЕДИТИРАЊА**

ОВА СТУДИЈА ЈЕ ОТКРИЛА ДЕСЕТ УОБИЧАЈЕНИХ ЖАЛБИ У РЕСТОРАНУ:

- ▣ доступност паркинга,
- ▣ нагомилавање промета у установи,
- ▣ квалитет услуге,
- ▣ цена пића, obroka и других услуга,
- ▣ ниво буке,
- ▣ гостопримљиво понашање запослених,
- ▣ квалитет хране и методе припремања,
- ▣ просторност установе,
- ▣ сати операције,
- ▣ квантитет услуге.

- ▣ ПРАВИЛА КОЈИХ СЕ ТРЕБА ПРИДРЖАВАТИ У КОНТАКТУ СА НЕЗАДОВОЉНИМ ГОСТОМ:
- ГОСТА САСЛУШАТИ КОЛИКО ТО ТРЕБА, А ЗАВИСИ ДА ЛИ ЈЕ ЉУТ ИЛИ НЕПРИЈАТЕЉСКИ НАСТРОЈЕН
- НЕМОЈТЕ СМИРИВАТИ ГОСТА,
- ИЗБЕГАВАТИ ПРЕОПШИРАН ДИЈАЛОГ И ПРЕДУГО ИЗВИЊЕЊЕ,
- КАДА ЗАДОБИЈЕТЕ ПАЖЊУ ГОСТА ПОКУШАЈТЕ ПОРАЗГОВАРАТИ И НАЋИ НАЧИН ДА СЕ ПРОБЛЕМ РЕШИ,
- НЕ ОБЕЋАВАТИ НЕШТО ШТО НЕ МОЖЕ ДА СЕ ОСТВАРИ,
- ЗАХВАЛИТИ МУ ШТО ЈЕ СКРЕНУО ПАЖЊУ НА ПРОБЛЕМ.
- ТРЕБА БИТИ СВЕ ВРЕМЕ ЉУБАЗАН СА КОРИСНИКОМ.

Г) ПРОТОКОЛИ,

Д) ТЕЛЕФОНСКА УЧТИВОСТ,

Ђ) ЛИЧНИ КОНТАКТИ

▣ Правила са којима се треба упознати када послујете са страним корисницима:

-РУКОВАЊЕ, РАСТОЈАЊЕ, БАРИЈЕРА
ЈЕЗИКА, ДОДИРИВАЊЕ, КОНТАКТ ОЧИМА,

▣ Неки типични проблематични гестови су:

- УПИРАЊЕ ПРСТОМ, ПОДИГНУТ ПАЛАЦ,
УКРШТЕНЕ НОГЕ, ЗНАК ОК, СЛЕНГ,
ГРЉЕЊЕ...

**Е) ПРАВЉЕЊЕ ТРАНСАКЦИЈЕ ОД ПРОДАЈЕ
ДО УСЛУГЕ**

Ф) ПРИМЕРИ ДОПИСА И ОБРАЗАЦА

- ▣ **РЕЗЕРВАЦИЈЕ,**
- ▣ **УГОВОРИ.**