

¿Cómo pueden vender lo que no saben?

Reflexiones y observaciones como cliente...

Cuando uno se sienta en la mesa de un restaurante pueden suceder extrañas situaciones, que inesperadamente dejan atónito a más de un cliente, que pueden ir desde la deformación de los ingredientes de las recetas más clásicas del mundo –eso sí denominando en la carta al plato con el mismo nombre que en París, Roma o New York pero, lógicamente, además realizado de otra manera... te desconcierta como ni el mozo ni el cocinero están al tanto del pequeño error...y uno a veces se entera de los cambios del “chef” cuando ya el plato esta frente a tus ojos.

Y eso es exclusivamente un tema nacional.

Venimos como sociedad manteniendo el equilibrio dentro de una montaña de desconocimiento general que nos va llevando sin falta a un final confuso y cierto que Disépolo pronostico hace ya mucho tiempo...

Todo es igual; nada es mejor; lo mismo un burro que un gran profesor....

¿Cómo **un manager** puede transmitir, enseñar y recomendar a los jóvenes camareros sobre vinos si no conoce de cepas?

¿Cómo venderemos un banquete si no sabemos reconocer las emociones y expectativas de alguien que contrata un casamiento?

¿Cómo podremos improvisar si no tenemos el conocimiento?

No improvisa el que quiere sino el que sabe.

Los camareros de hoy (unos por la edad y otros por el dinero) no tuvieron tiempo de ser” clientes”, mucho menos han consumido en “el tipo” de lugares donde trabajan, entonces...

¿Cómo pueden vender lo que no saben? ¿Cómo pueden saber lo que necesita un cliente?

Este estilo de servicio, ese personal del "no conocimiento" lo podemos encontrar en la mayoría de los restaurantes que hoy ofertan gastronomía.

Este defecto opaca a más de un cocinero.

Existen algunos muy buenos restaurantes en amabilidad y servicio, en el conocimiento de lo que venden, en la calidad de la comida, se nota que existe la profesionalidad y la idoneidad tras esos lugares...gracias a Dios.

La pregunta del millón es:

¿Cómo era en otras épocas?

¿Cómo hacían antes los camareros para vender?

¿Porque los camareros de antes sabían recomendar que comer a los clientes?

¿Qué los motivaba?

¿El saber?

¿El ser curioso?

¿La propina?

¿La comisión?

¿Es probable y posible que los clientes de esa época no fueran tan exigentes como lo pueden ser ahora?

Los nuevos clientes de los restaurantes - los que se han subido al tren y están acompañando al crecimiento de la gastronomía de las dos últimas décadas...

¿Serán más exigentes?

Noto que los clientes van aprendiendo poco a poco, a comer... hoy están más atentos

Esta última camada de clientes ha salido, ha viajado, ha comparado y tiene muchos más elementos de juicio que los clientes de los años 50, 60 y 70 que aun no viajaban en manada...

Hoy nuestro cliente ya ha salido de la ensalada rusa y la mixta como única variedad de ensalada.

Ahora conocen la Cesar salad... gracias a los americanos.

Nos preguntamos...

¿Porque los camareros y muchos dueños hoy no saben lo mismo? _

(*) Partagas, Montecristo, habanos cubanos siempre había en los buenos restaurantes.

La langosta, el caviar, los diferentes salmones ahumados, arenque, angula, anguilas... el Scotch whisky, armagnac, excelentes coñac's, buenos champagnes franceses, etc.

Estos productos **siempre** estaban en la oferta era lo que se consumía...

Esta estirpe gastronómica estaba muy lejos de la gastronomía que le seguía en la misma época -me refiero a los bodegones, los cafés bares etc.- lejos en suntuosidad pero no en sabores.

Los bodegones hoy siguen siendo buenos en sabores.

Los camareros de antes no eran tampoco clientes de los lugares que atendían.

¿O sí?

¿Entonces?

¿Cómo sabían?

¿Porque eran mejores profesionales?

¿Eran más curiosos?

¿Los patrones transmitían con más precisión lo que un cliente necesitaba?

¿Tenía más amor propio?

¿Eran orgullosos de su oficio?

Es evidente que la transición que está ocurriendo en el mercado el pase o reemplazo (poco a poco) de un estilo de camareros a otro hasta nuestros días no está siendo buena...

Los camareros antiguos –los que quedan- no sé porque razón están muy malhumorados (serán tantos años en lo mismo) y a los nuevos camareros ya se les acabo el tiempo de perdonarlos.

Ya hace unos años que los jóvenes están dando vueltas en la gastronomía, comenzaron siendo torpes pero simpáticos, antes era porque no sabían, eran nuevos en el oficio, todo se le perdonaba

Casualmente esos beneficios lo obtuvieron debido que los cliente no se bancaban mas el malhumor de los profesionales, ante esta situación se dispuso a aceptar el desconocimiento de los nuevos jóvenes que prefirieron a cambio una sonrisa que la eficiencia de los clásicos camareros.

Estos novedosos camareros eran jóvenes, eran simpáticos

Pero hoy dejaron de ser novedad... ahora en el 2009 el cliente no le esta perdonando la ineficiencia aunque se sonría...

Esta transformación del antiguo mozo al nuevo camarero de salones él ha creado la necesidad de incorporar como importante

“La Carta diseñada por profesionales”

Se han extinguido la raza de camareros que reemplazan al menú.

(Existen restaurantes donde los clientes nunca miraron la Carta)

En estos restaurantes te recomendaban que comer, que vino tomar... y uno le creía, se habían ganado la confianza por ser acertado lo que sugerían.

Uno los escuchaba, consumías sus recomendaciones... y volvía a esos restaurantes.

Esto se acabo.

Esto se extinguió.

En la actualidad existen muy pocas recomendaciones al cliente – de parte de los camareros- genuinas y las pocas se nota y es evidente que son mas por directivas de algún gerente, que por propia convicción.

Primero es muy probable que hoy quien este atendiendo una mesa no sepa mucho de comida, ni le guste mucho comer, este estilo de vida que tiene la mayoría de los jóvenes hace que no estén convencidos ni interesados –siquiera- en los platos del día.

¿Entonces?

¿Qué puede recomendarle a un cliente?

El nuevo diseño de la “Carta ”

Algunos pocos restaurante se han dado cuenta que deben reemplazar la función del antiguo mozo – con este ejemplo uno puede comprender un poco más los pintorescos menús de la gastronomía americana, llenos de colores, indicaciones destacadas y títulos llamativos... fotos etc.

Imagino que los Gastronómicos de EEUU, deben de haber pasado por este cambio de idiosincrasia de camareros, muchos años antes que nosotros –entonces... allí la carta diseñada por profesionales hace tiempo que ha nacido.

“el menú diseñado”... por profesionales.

Este menú - al que hacemos referencia- debe ser lo contrario a una lista de precios - como sucede en muchos restaurantes.

El nuevo estilo de menú debe reemplazar a ese mozo que te recomendaba que comer.

Este debe vender

Debe trasmitir los sabores.

El cliente debe “imaginar” lo que comerá.

Debe tentarlo.

El cliente debe tener muy poca necesidad de explicación de los platos.

Debe producir en un cliente la indecisión de que comer frente a tantas tentaciones

Debe sentir la necesidad de volver a probar todos los platos, dado que en una sola comida no podrá pedir todos los que sus ojos ven.

La idea es que no sepa que elegir primero... porque todo lo tiente.

Esa es una gran razón porque un menú no se comienza a diseñarlo desde afuera (desde las tapas) sino que comienza adentro.

Un menú nace...

De adentro hacia afuera...

De la propuesta gastronómica...

Con la oferta de platos... y con el sabor de la comida.

Toda esta vivencia que he tenido, esta manera de observar un pasaje de mi vida a través de la gastronomía, es lo que me fue nutriendo y enriqueciendo acumulando un capital de experiencia que vuelco hace muchos años en mi profesión, hay momentos que siento que he encontrado el camino del Ángel ...

Hasta otra