

¿Porque decide ir a un restaurante y no a otro? ¿Qué es lo que motiva a la gente para elegir dónde ir?

Es evidente que existen muchísimas razones...trataremos de enumerar algunas.

Alguien del grupo consultará... ¿qué quieren comer? o ¿a dónde quieren ir a comer hoy? y seguramente acotara: que quieren... comer bien o un lugar guapo?

Ambas condiciones pocos lugares la reúnen.

Entonces... ¿por que irían mi restaurante? ¿que debo hacer para que me elijan?

¿Cómo elige una persona un Restaurante?

Venimos comprobando -sin desvirtuar la comida ni los vinos -que un restaurante para que su éxito perdure en el tiempo debe tener un valor agregado.

Esta será la razón principal, que no es la comida.

Motivo por el cual la mayoría de las personas van y eligen un determinado restaurante.

Se conocen restaurantes que no necesariamente su comida es excelente -a veces hasta lo contrario para quien entienden- sin embargo suele estar llenos.

Los valores agregados son muchísimos, pero siempre existe uno que no falla a la gente le gusta ver gente, conocidos, famosos, de su misma clase social etc., entonces comienzan a dividirse:

¿A quienes llamamos famosos?

A la a farándula, a los actores de la tele, los escritores, directores de cine, los deportistas, los empresarios, las modelos, etc., como verán son distintos todos los famosos y cada uno de esta división convoca diferentes clase de personas.

Moraleja y atención!!!!

Lo importante no es comer muy bien sino es no comer mal.

No mencionaremos en este escrito aquellos **restaurantes** que son los **clásicos** comederos.

Aquellos de calidad pareja, esos que perduran a través de los años.

Esos que él público asiste como una habitualidad y en silencio porque estos no varían su comida, casi el concepto de un bodegón, con excepciones estos son familiares. .

Entonces ¿qué incita a elegir?

¿Por moda? ... seguro pero!!Ojo!! Si la comida no es mala.

Por fashion? tiene su público

Porque está bien ambientado? a la mayoría esto le gusta

Porque está bien iluminado? muchos lo aprecian otros lo sienten, y otros no se dan cuenta.

Porque se puede hablar? pocas veces se toma conciencia de que eso pase.

Porque hay buena pizza? es un buen motivo

Porque se come bien? eso falla poco ...pero falla

Porque es barato y se pasa bien? tiene su público

Porque **le aparcen** el coche? eso necesitan y quiere la mayoría, por no decir todos.

Porque hay aparcamiento? seguro... imprescindible

Porque le gusta ver, mirar... y ser visto ¿repetimos es el valor agregado más cotizado.

Porque quieren exclusividad y discreción... bajo perfil son los menos

Porque tiene seguridad? todos

(Esta última elección- hoy -es favorita entre las condiciones la hora de elegir un restaurante)

Todo un cocktail de estas preguntas son los motivos por el cual se elige un restaurante.

El secreto está en la dosis de cada ingrediente.-.

¿En qué se fijan los clientes cuando ya eligieron?

Existe un público que busca que las mesas estén juntas y existe otro público con todo lo contrario son los que aprecian cuando hay mucha distancia entre mesas.....

Existen personas que desean escuchar la música de fondo, video o tele, como hay otros no quieren saber nada con el hilo musical y menos aun con videos o tele.

Lo ruidoso...debe ser lo justo

El silencio absoluto juega en contra al igual que el bullicio en un restaurante

Existe un ruido estimulante que es una medida justa de las conversaciones en un restaurante y es cuando los comensales pueden hablar y escucharse en sus propias mesas.

Cuando la música es un factor entusiasta como fondo.

También cierta gente elige el bullicio y o la música fuerte.

Cuando existe un buen nivel de conversación que no desagrada no desentona ni impide que hablemos, entonces estamos frente a lo que nosotros llamamos un buen restaurante.

Pequeños detalles -**el servicio**- que son muy apreciados por los clientes, es entonces conveniente de prestar atención porque juega en la memoria a la hora de decidir la elección de un Restaurante. Es interesante que a un cliente se lo reconozca y si es posible que los llame por su nombre y/o apellido cuando entra.

La amabilidad y la sonrisa genuina son muy apreciadas.

Existe el cliente que le gusta que los acomoden donde a él le gusta, no donde los recepcionista los quiere llevar, ahí se debe consentir inmediatamente el pedido del cliente, en la medida de lo posible.

A la hora de la cuenta los clientes se fijan y están atentos si se cobra o no el cubierto: prefieren los lugares que **no** se cobra cubierto, aunque le cueste un poco más la cuenta, como se molestan cuando se lo cobran.

(Para tener en cuenta y pensarlo.)

Que los tiempos de espera para la comida sean los justos, un minuto de más puede ser fatal.

Comida & Cuenta **fuera de tiempo** logramos un cliente furioso.

A los clientes les agrada que los inviten con el segundo café o una copa pero que por favor que no suene a compromiso u orden de gerencia como suele ocurrir con muchas invitaciones... o que son a destiempo, estas se notan mucho más.

No les gusta que los inviten con licor cuando están acompañados de personas que no beben, es el automatismo lo que los delata que es de compromiso.

O cuando se está levantando para irse y aparece una especie de gerente que dice: ¿Cómo no va a tomar una copita?

Y otras pequeñas grandes recomendaciones.

A determinados clientes **les molesta** cuando le modifican un plato conocido, dado que lo pidió porque conocía sus componentes y le llegan con otro, comentando con la clásica respuesta a la española “**aquí el plato lo hacemos así**”.

Un buen ejemplo es la ensalada **caprese** que en cada cocinero daría la impresión que nunca comieron una ensalada original: **mozzarella** (de búfala si fuera posible) o mozzarella fresca, la que viene con suero y no la de “barra”, le sumamos **albahaca** y **tomate**, o los cocineros leen la receta de una revista equivocada: la hacen como les parece.

He visto capreses con rúcala en lugar de albahaca o usar otros quesos que no son mozzarella o le agregan jamón, aceto balsámico etc. aprovechando que poco se quejan.

Esto es pésimo para un restaurante habiendo tantos nombres para inventar.

¿Porque deforman un plato clásico?

La comodidad y la tecnológica también cuenta

Buenos asientos.

Mesas cómodas

Buen aire acondicionado

Buen tratamiento acústico.

Buena música

El buen ambiente

La gente

En un determinado público verán que cada vez se aprecia mas él poder hablar y escuchar con quien uno ha ido a comer.

Se los ve como una ventaja para almuerzos o comidas de negocios

La relación calidad /precio es uno de los favoritos.

Existe el cliente que elige el restaurante que le dará en principio alguna seguridad tanto del lugar como la comida, donde no dudan que les irá bien.

Generalmente son restaurantes con una lista de precios media-alta.

Se sabe en el mercado cuánto cuesta comer en ese lugar...

(convengamos que no debe ser abusivo.)

Pero no todos pueden o quieren ir a un lugar así.

En oportunidades esos Restaurantes son elegidos para impresionar, agasajar a alguien, llamarle la atención dependiendo de cada ocasión sea una pareja, un cliente, un aniversario, etc.

El mercado se entera cuando en un restaurante los vinos son demasiado caros con relación a su costo, esta desproporción se comenta de boca en boca y termina siendo muy perjudicial para el restaurante.

La Mujer

Las mujeres cuando son tratadas y valorizadas como **un hombre** son las más difusoras de un restaurante.

La mujer ejecutiva observa -si están acompañadas por un hombre - como se las trata, ciertas mujeres prefieren la igualdad.

La mujer es quien insinúa elige, sugiere y decide donde ir a comer.

Lo hace en silencio.

Lo hace sutilmente.

El hombre está convencido que fue él.

Los buenos “baños” suman puntos para la elección por parte de una mujer.

Rincones especiales

Los restaurantes con pequeños reservados previos a la comida para iniciar una charla o hablar de negocios en privado, los empresarios los prefieren, aunque después pasen al salón a comer.

Restaurantes con zonas para fumadores también son buscados.

Con valor agregado para los clientes es una opción más.

Un muy buen exterior ayuda...

La comida no es lo más importante, pocos van a un restaurante solo a comer.

Salvo que este sea el Restaurante de un conocido y excelente Chef que en este caso sería (como existen) la excepción.

Pero... así y todo debe tener y contar con un valor agregado además de su cocina, **estos lugares pueden pecar de aburridos.**

No todos los comensales saben comer bien o muy bien, no son todos los clientes elogian o critican una comida.

Esto sucede con lo diferente.

Nadie comenta que rica estaba hoy la hamburguesa de Mac Donald Si qué rica es la pizza de acá o allá pero solo hasta ahí...no distinguen si la diferencia está en el queso, en la masa o en donde.

Quienes de nosotros no conocemos restaurantes que están llenos de clientes y no se come bien y restaurante donde se come espléndido y están vacíos.

¿No es para observar y pensar?

Es importante que se aplique la comparativa entre las personas para interpretar recomendaciones de un restaurante y esa son conocer.

Esto es:

¿Dime cómo comes todos los días de tu vida y te diré en que restaurante debes comer?

Existen quienes le dan muchísima importancia a la calidad de lo que come, toma o bebe permanentemente:

Aunque sea la comida más sencilla como ser espaguetis, seguro serán alguna marca italiana con manteca u oliva, estos seguramente deben estar al dente.

La manteca será de buena marca o el oliva será un aceite elegido por su calidad y no por su costo.

Ese modo de comer es un hábito en la gente, a veces proviene de familia, a veces existen los iniciadores de este ritual de que todo sea bueno rico y bien hecho.

Créanme que son la minoría las personas que se preocupan y se comportan exigiendo permanentemente, comparado con los cubiertos que se hacen por día en España.

De lo que doy fe que este grupo –que parece que tiende a crecer por la cantidad de información y formación gastronómica que existe hoy en el mercado-

Es un grupo que sufre mucho la calidad y la atención en el mercado gastronómico.

La mayoría de las personas de esta generación, es la que domina en cantidad el mercado de la gastronomía.

Siempre es la generación entre 30 y 40 años la que marca las modas como mayoría.

Quizás no estén o tan entrenados a ser exigentes con la comida, no le dieron importancia en su juventud porque era irrelevante y quizás siga siendo irrelevante.

Este consumidor es menos exigente que el anterior por lo tanto es más fácil de complacer.

Por eso tantos restaurante que para un grupo son un horror, y para otros son tan buenísimos y en esto consiste hoy la diferencia de opiniones cuando se recomienda donde ir a comer.

Es evidente que la comparativa entre el primero y este último será distinto como evaluación y comentario de ¿cómo comí? no les parece?.

El mundo de la cocina -hoy con más aficionados que nunca en España- es más bien la teoría la que ronda, es mas lo que se habla que lo que se come.

Pero es un gran avance.

Al menos se habla y eso va mejorando la calidad de comer poco a poco.

Lo mismo sucede hoy y quizás más en la práctica con los vinos.

Los aficionados al vino, que cada vez son más, estos comenzaron a introducirse más en cada cepa, en cada uva en cada vino.

“Quien dijo que los españoles no saben comer?”

El mundo de los muy exigentes en gastronomía parece pero no es muy grande, repetimos comparado con la cantidad de cubiertos diarios en la ciudad, en el mercado de los restaurantes.

Por eso lo importante a tener en cuenta que en un Restaurante lo sano y comercial es “**no comer mal**”.

En nuestro mercado no es imprescindible comer muy bien.

Si ocurre que cuanto mejor, y más parejo coma, y un par de condiciones más el éxito estará asegurado.

Los clientes españoles comentan poco la comida.

Hay alguna expresión de aprobación cuando es muy bueno un plato.

No es el tema central de todos los clientes de un restaurante.

Cuando lo hacen se refiere y hablan de lo original de alguna comida.

Cuando comen mal el tema será opinión de toda la mesa.

Los clientes se ganan de a uno y se pierden de a cien.

Si tuviste paciencia de leer hasta aquí veras que todo esto es para meditar y elegir cual de todas estas variantes estas dispuesto a seguir.

Cuál es la propuesta que mas podrás mantener.

En cual serás más constante.

Y cuál es la más te conviene

Por último muchos clientes eligen un restaurante por lo cálido, por lo agradable, por como lo reciben, por sentirse absolutamente cómodos y comfortable, quizás no sean tan exigentes con la comida si les damos todo esto a nuestros clientes.

Es el ángel de lo que hablamos recuerdan?

Este nos ayuda a reunir todas esas condiciones en un lugar.

Debes crear tu propio valor agregado