

## “Las diez Claves del Éxito de un Restaurante”\*



*Erika S. Silva*, directora de la *Escuela Online de Marketing Gastronómico*, ha recientemente publicado en [hosteltur.com](http://hosteltur.com) los resultados de un estudio que ha elaborado sobre las **preferencias y prioridades de los clientes en un restaurante**. Las conclusiones pueden parecer simples, pero el servicio que se ofrece en muchos restaurantes deja claro que no lo son. El **márketing gastronómico** si importa y mucho.

Hace algunos meses, la experta comenzó con el estudio *Las peores tendencias gastronómicas*, que trataba de buscar, a través de las propias opiniones de todos nosotros, los clientes, qué es lo que **más gustaba en los restaurantes y que es lo que menos**. El **objetivo** de este estudio era **ayudar a los dueños de restaurantes a mejorar**, conociendo de primera mano lo que opinaban sus clientes. La muestra fue realizada a través del blog de *marketing gastronómico*, *twitter*, *facebook* y *linkedIn* y, desde, la *Comunidad Hosteltur*.

Éstas son **10 Claves del Éxito de un Restaurante**. Tomar nota y mejorar en los aspectos que dicen nuestros clientes.

1. **Buena atención al cliente.** Que se reciba al cliente y se despida, que no suceda el síndrome del camarero fugado, que se esconde, que ni mira a las mesas para que no se les pida algo. **Secuencia.** No gusta que pregunten por el postre cuando no han comido aún los segundos; el cliente quiere terminar el primer plato y que luego le traigan el segundo. Desea que todos hayan terminado, para que se siga con el siguiente plato. Que se note que existe un orden y una secuencia coherente en el servicio. La **amabilidad**, se valora ante todo.
2. **El personal debe saber recomendar vinos y platos** El cliente quiere un personal formado, atento y que sepa, al menos, los ingredientes de los platos.
3. **Ambiente acogedor.** Que no hayan malos olores ni ruidos excesivos. El cliente quiere distraerse, pasar un momento de relax y diversión. Le gusta la luz tenue, buena música y que se preocupen por él.
4. **Tiempos de espera.** Que no se tarde tanto entre plato y plato, ni en traer la cuenta.
5. **Transparencia.** Que no se autoproclamen los restaurantes – restaurantes de Autor, de moda, etc. – sólo para inflar los precios.
6. **Se valora la buena relación calidad/precio.** El cliente quiere pagar el precio justo, con relación a la calidad y materia prima que se le sirve.

\*Adaptado de internet por: Luis Ángel Meneses C.

7. **Los servicios.** Deben estar siempre limpios, ya que es el reflejo de la cocina y de la limpieza del restaurante.
8. **Café.** Un buen café, es esencial para el cliente, desea que este sea un café de calidad, que sienta el deseo de tomar otro.
9. **La carta del restaurante.** Debe ser variada, pero no muy larga y con identidad propia, que se diferencie del resto de restaurantes. El cliente no quiere cartas sucias o rotas. Y pide que si algo no hay en la carta que se comunique y no se diga, una vez que se han pedido los platos. Al cliente, le gusta que le sugieran platos y que el camarero haya probado los platos y no diga: “Está todo bueno”. Se espera una carta para niños o al menos platos que salgan de lo típico, como son los fritos.
10. **La carta de vinos.** Debe ser actual, con referencias de la zona y que el camarero sepa sugerir. No gusta, que se tripliquen los precios del vino. No gusta que sean los propios camareros, quienes sean los que desprestigian sus vinos locales, comentando que son muy caros o que son malos.

Podemos observar que se sigue valorando ante todo, un **buen servicio**, que nos traten con amabilidad, que nos sugieren platos y vinos, que nos informen si algo no hay y que se pague el precio justo, el acorde a lo que estamos comiendo, no por sus adornos o falta de ellos, sino por la **calidad del producto**. “**Sencilla receta**”, que comienza desde el **trabajo en equipo**: el dueño del restaurante y/o el gerente se reúne con su personal, le enseña todo lo que lleva su carta, le hace probar sus platos y hablar con el chef sobre la preparación de cada uno, sus ingredientes y que vino iría mejor con cada uno de ellos”.

“Pasaría por preguntar al personal, cual es el feedback de los clientes ante unos platos u otros, si es poca cantidad o por qué que no cumplen sus expectativas. Seguiría con una información diaria desde cocina a sala para que se pueda comunicar al cliente lo que falta etc.: **comunicación y trabajo en equipo**. Todo comienza con un equipo liderado, dirigido, formado, por ende motivado, y termina con la satisfacción del cliente”.

***“Cuando ves a un cliente salir de tu negocio con una sonrisa en su cara, ese es tu verdadero producto”***



\*Adaptado de internet por: Luis Ángel Meneses C.