

ВСТУП

Вперше я замислилась про те, як впевненість у собі впливає на якість сервісу, в маленькій кав'ярні міста мого дитинства. За стійкою працювали дві дівчини-бариста. До першої з них стояла черга, до другої – нікого. Я пила свій капучино і раптом зрозуміла, що теж купувала каву у першої дівчини. Ймовірно, й інші відвідувачі підсвідомо тягнулися саме до неї, готові постояти в черзі. Чому? Кількох хвилин спостереження вистачило, щоб зрозуміти: вона трансливала впевненість і позитив. А інша дівчина всім своїм виглядом промовляла: «Я почуваюся некомфортно, я боюся вас і вважаю за краще, щоб ви мене не помічали». І її не помічали, в той час як колега посміхалася, мило спілкувалася, готувала каву і отримувала чайові. Можливо, друга дівчина теж любить свою роботу і людей, але вона настільки не любить себе, що це, якщо не відштовхує, то точно не приваблює гостей.

Моя книга – помічник для таких людей. Пройшовши разом зі мною всі розділи, піднявшись по них, як по сходинках успіху, ви сформуєте не тільки впевнену поведінку, але і відповідний внутрішній стан. Це глибинна і часом важка робота, але, виконавши її, ви зможете обслуговувати гостей легко і з задоволенням. Ваше життя зміниться і поза роботою. До вас стануть тягнутися гідні люди і гарні події, а самі ви почнете отримувати задоволення від роботи, спілкування і від життя в цілому.

РОЗДІЛ 1.

Чому ми говоримо про сервіс з точки зору впевненості

Сервіс: стандарти, процедури, правила, етикет. Все це ви, напевно, знаєте, але чогось в цій схемі не вистачає. Коли я починала роботу в готельному бізнесі (а було це на початку «нульових»), сама тільки наявність книги корпоративних стандартів підносила підприємство на п'єдестал. Ці книги писали всім готелем і вчили по ній новачків. Треба сказати, на той час це був прорив. Цього було більш ніж достатньо, адже в ті часи гість ще не був таким досвідченим, і в його розумінні «п'ять зірок» було чимось на кшталт вищої ліги. Що приховувати: для спів-

робітників ця ліга теж була вищою, і, якщо ти вмів привітно вітатися, посміхатися, знав професійні рухи, вмів швидко вирішити будь-яке питання гостя і був стійкий в конфліктах – все, ти – чемпіон.

Далі, поступово і нешвидко, але щось почало змінюватися в свідомості гостей. Вони здобували різноманітний досвід подорожей, мали можливість порівнювати, та й загалом цінності людей змінилися. Від «прислужувати» до «обслуговувати» пролягло майже двадцять років. «Ми – пані та панове, що обслуговують пані та панів», – сказав Цезар Рітц ще на початку двадцятого сторіччя, зробивши це філософією сервісу своїх готелів на роки вперед. Не «зверху, не «знизу», а рівна позиція в комунікації під час обслуговування – ось що важливо для споживача послуг сьогодні. Тому надати якісний сервіс може тільки впевнена в собі людина.

Давайте розберемо сервіс на «запчастини», порівняємо його з автомобілем. В сервісі присутні твердий і м'який фактор. Твердий – це те, що фізично присутнє у вашому закладі: інтер'єр, кухня, дизайн номерів, кількість і якість додаткових послуг. Це те, на що працівники сервісу вплинути не можуть.

М'який фактор – це ви, співробітники, це атмосфера, яка не є чимось статичним, а фор-

мується вами ж. Річ у тому, що двадцять років тому гість був чутливіший до твердого фактору: більше, крутіше, дорожче, різноманітніше, а потім поступово став переходити на наступний рівень. Тепер він хоче, щоб йому було не круто, а комфортно. А за цим словом криється багато чого.

Ось як описав це відчуття на своїй сторінці в фейсбук Григорій Гурошев, власник і засновник «Black & White. Місце зустрічі», блогер (авторський текст підданий цензурі)

«Ось ви кажете, що я хейтер і ніколи нічого доброго не пишу. Це, звичайно, неправда, але я так подумав – а чому не зробити рубрику чогось реально гарного. Воно ж є. Треба і про це іноді говорити. Сьогодні ось про їжу розповім, тому що давно збираюся. Я люблю їсти. На правому березі я знаю майже кожен заклад, який варто знати. І взагалі, їжа – це одна з основних (відносно небагатьох) моїх статей витрат на себе особисто. Знайти заклад, куди було б по приколу піти більше трьох разів поспіль – це реально проблема. Але в останній рік я випадково знайшов місце, куди сходить поснідати вже напевно раз 50 поспіль, і мені не набридло. Мова про HONEY. Кафе-кондитерська.

По-перше, це вкрай смачно. Не «нормально», не просто навіть «смачно», а реально – саме вкрай смачно. Я справді можу повірити, що ці продукти беруть з якихось ферм, тому що різниця є.

По-друге, це красиво. Від подачі страв до форми працівників та інтер'єру. Це – круто. Ти можеш хоч десять років писати в фейсбуці, яке у тебе витончене місце, але якщо воно насправді – будка, оздоблена деревом, то будкою, оздобленою деревом, воно і залишиться. Тут інша справа. Тут над кожною тарілкою реально працюють, і це не те питання, в якому публіку легко обдурити. Це або є, або цього немає зовсім (зовсім, як мед).

And last but not least (а насправді головне для мене) – сервіс. Він не просто є, він реально кращий, з яким я тільки стикався у всій київській HoReCa¹. Тобі ніколи не набридають. Все робиться миттєво. Ні про що не потрібно просити двічі. Привітання-прощання. Small talks, завжди при цьому доречні. Ніякої фамільярності. Якщо розбив серветницю – ти не незграбний дурень, а гість, у якого це включено в сервіс (реальний досвід). Якщо забронював стіл – він гарантовано вільний хвилина

¹ (HoReCa аббр) – Hotel, Restaurant, Cafe.

в хвилину. Якщо не бронював – станцюють з тобою так, що йти не захочеш. Нічого ніколи не парять. Завжди тебе пам'ятають, навіть якщо довго не заходив. Повторюся, це найкраще з того, що я коли-небудь бачив в Україні по сервісній складовій. Як власнику кількох кав'ярень мені хочеться на це рівнятися. І ось це відчуття – не замінити нічим. Хоч ти кожен день пиши, як ти покращуєшся для гостей і думаєш, куди поставити новий диван, – якщо у тебе насправді конвеєр з видачі їжі (або кави) це буде видно. А тут – відчувається індивідуальний підхід. Це складно переоцінити».

«Під час кризи ви можете втратити все, але тільки якщо ви втратите своїх людей, то це буде дійсно – втратити все, – пише на своїй сторінці в Facebook Ярослав Пригара (Yaroslav Prudara). – І не важливо, у вас маленька кав'ярня або багатомільярдний бізнес.

Кав'ярні працюють в Києві, ви ж знаєте? На винос. З дезінфекторами і масками². Коли заходиш в знайомі приміщення по одному, отримуєш жаданий напій, і хоч на мить повертаєшся в старі-добрі часи.

– Мені доппію, як завжди.

² Пост написано під час карантину 2020 р.

– Спочатку оплатить, потім я зроблю, – парировала дівчина за завісою, не відриваючись від екрану телефону.

– Ну добре))) – «нові часи, нові звичаї», – прямує до знайомої дівчини-касира оплачувати своє мільйонне доппію.

– Лена.... Ну, що ж ти ..., – намагається вона виправити ситуацію і ніяково дивиться на мене, – вона нова, зараз все зробимо.

– А де Сергій? – цікавлюся я.

– Сергій... Ну, немає Сергія... Криза... Клієнтів мало... Квартиру винаймати потрібно...

І ти йдеш по вулиці, неупереджено ковтаючи каву крізь приспущену маску. І розумієш, що ходив ти всі ці роки не в кав'ярню. А ходив ти до дуже конкретного Сергія. Який посміється в такт. І запропонує спробувати нові зерна. Просто так: «Спробуйте, я тут сумніваюся, що скажете»? Сергій, який наповнював ці мільйони горняток еспресо любов'ю і душею. І щоб це відбувалося, недостатньо кавоварки за 10 000 доларів, і крафтових зерен недостатньо. Для цього потрібен Сергій, який закоханий в свою роботу».

Ось коротко про те, якого сервісу сьогодні бажає гість.

Хороший сервіс – це:

- якісно
- швидко
- ввічливо.

Під якістю ми розуміємо, перш за все, твердий фактор – наскільки смачні ваші страви і вина, чи чисто в ваших номерах, чи зручне ліжко і чи прорахована в цілому ергономіка номеру і додаткові послуги. Це основа.

Швидко – не означає метушливо, швидко – означає вчасно. Якщо офіціанти носяться туди-сюди повз тебе, не приймаючи замовлення – це швидка фігня. Якщо офіціанти стоять і базікають, коли ти попросив винести рахунок, – це повільна фігня. Але так чи інакше – фігня. Гість не любить чекати в декількох випадках: коли потрібно принести меню, прийняти замовлення, винести їжу, прибрати посуд, надати рахунок. Тобто – ніколи.

Чемно – це не формальна вимучена посмішка. Чемно – це коли ти апріорі поважаєш людей, як мінімум. А в ідеалі – любиш їх. Тоді до кожного гостя – свій підхід, тоді немає «ідіотів» і «хамів», а є люди, в яких, можливо, кепський день.

Що таке впевнений сервіс. Чому саме він дає гостю бажані емоції?

WOW-сервіс – це вища ліга. Це завжди вихід на рівень емоційної пам'яті. Гість забуде, що ви йому казали і що робили, але буде довго пам'ятати, як він себе при цьому почував. А як гість хоче почувати себе?

Легко. Йому повинно бути легко, коли він входить в ресторан або готель. Легко знайти вас, зустрітися поглядом, отримати вашу посмішку і вітання. Легко звернутися до вас з питанням чи проханням. А ви самі знаєте, що не до кожної людини, навіть з тих, що зобов'язані виконувати наші забаганки за службовим обов'язком, ми легко звернемося. Чому? Тому що не кожен випромінює впевненість, стабільність, спокій в хорошому сенсі слова і надійність. А гість хоче легкості в парі з надійністю. Йому легко, тому що ви надійні, розумієте? А надійний той, хто знає, що робити і знає, хто він в цьому світі, його просто так не «вибити з сідла».

Ви помічали, що гості конфліктують з одними і тими самим співробітниками, в той час як з іншими працівниками конфлікти чомусь не трапляються? І це не везіння і не збіг. На темі конфліктів детально зупинимося в Розділі 5, а тут ще раз підкреслимо: легкість для гостя

забезпечується вашої стійкістю, яка, в свою чергу, з боку теж виглядає як легкість.

Зрозуміло. Гостю має бути зрозуміло, де, що і як знайти. Починаючи з того, де знаходиться туалет в ресторані (дратує, коли треба шукати його закутками і питати у кожного офіціанта), закінчуючи інформаційними табличками в готелі, особливо великому. Коли в меню незрозумілі страви пояснені, а в номері продумана, а не зроблена «на відвали» інформаційна папка. Тут все і правда просто: уяви, що ти гість, «одягни його капці» і пройди по готелю. Чи легко ти знайшов СПА і ресторан? Чи зрозуміла навігація? Чи достатньо інформації в інфопапці, щоб подорожуючий зрозумів, куди можна піти в місті сьогодні і що це взагалі за місто? Побудь в його шкірі. І, якщо гість в ресторані запитує, що за страва «чакапулі», треба вміти розповісти про нього так, щоб було не тільки зрозуміло, але й очікувано смачно. А краще розшифрувати в меню.

Якось ми з подругами були в одному прекрасному закладі під назвою Wine Garage в Батумі. Там подають натуральні квеври-вина, а до традиційних страв грузинської кухні підходять творчо. Наприклад, вищезгаданий чакапулі – це м'ясна страва, а нам запропонували чакапулі з лісовими грибами. Шеф-кухар вийшла, щоб

представити блюдо, а ми стали випитувати, які трави і спеції тут використовуються і в яких пропорціях. Одна подруга навіть почала строчити в телефон конспект. WOW-сервісом для нас в цей вечір стало те, що шеф-кухар винесла нам написаний від руки рецепт зі словами «Я бачу, вам сподобалося, і вирішила записати вам рецепт».

З турботою

Турбота – це коли ти думаєш про гостя. Коли в номері є розкладний диван як додаткове спальне місце, то за стандартом він стоїть нерозкладений, зазвичай до нього надається додатковий комплект білизни. Кладуть його в шафу або на диван. Але, якщо твої гості приїжджають вночі чи на світанку, цей диван повинен бути розкладений, а постіль застелена. Це так просто, але чомусь не всі розуміють.

З посмішкою

Завжди при зустрічі і при прощанні. Решта – по ситуації. Немає нічого дурнішого за недоречну посмішку під час конфлікту, наприклад. З цього впливає наступний пункт.

Доречність

Тонка грань, яку вже швидше відчуваєш, ніж знаєш. Був у мене такий випадок: зустрічаю