LIVRET STAGIAIRES

NOM :

_____

ENTREPRISE :

_____

Formation Continue

Accueillir et prendre commande

Fabrice ANDRIEU

PRATIQUE

Contenu

LES DIFFERENTES PHASES DE LA VENTE	1
LES QUALITES D'UN BON RESTAURANT	4
LE PERSONNEL DE RESTAURANT	5
COMMUNICATION PROFESSIONNELLE ET COMMERCIALE	13
LES OBJECTIFS DU SERVEUR	19

LES DIFFERENTES PHASES DE LA VENTE

1 L'A

2 La R

3 La D

4 La R

5 La V

6 La R

7 La P

Notes

LES QUALITES D'UN BON RESTAURANT

POURQUOI UN CLIENT VIENT'IL PLUS DANS UN RESTAURANT QUE DANS UN AUTRE ?

Actuellement dans tous les types de restaurations, un client recherche 7 points dont l'importance est indissociable :

Le p – le t d – le c – la c – l'a – le s – l'a crée par cet ensemble.

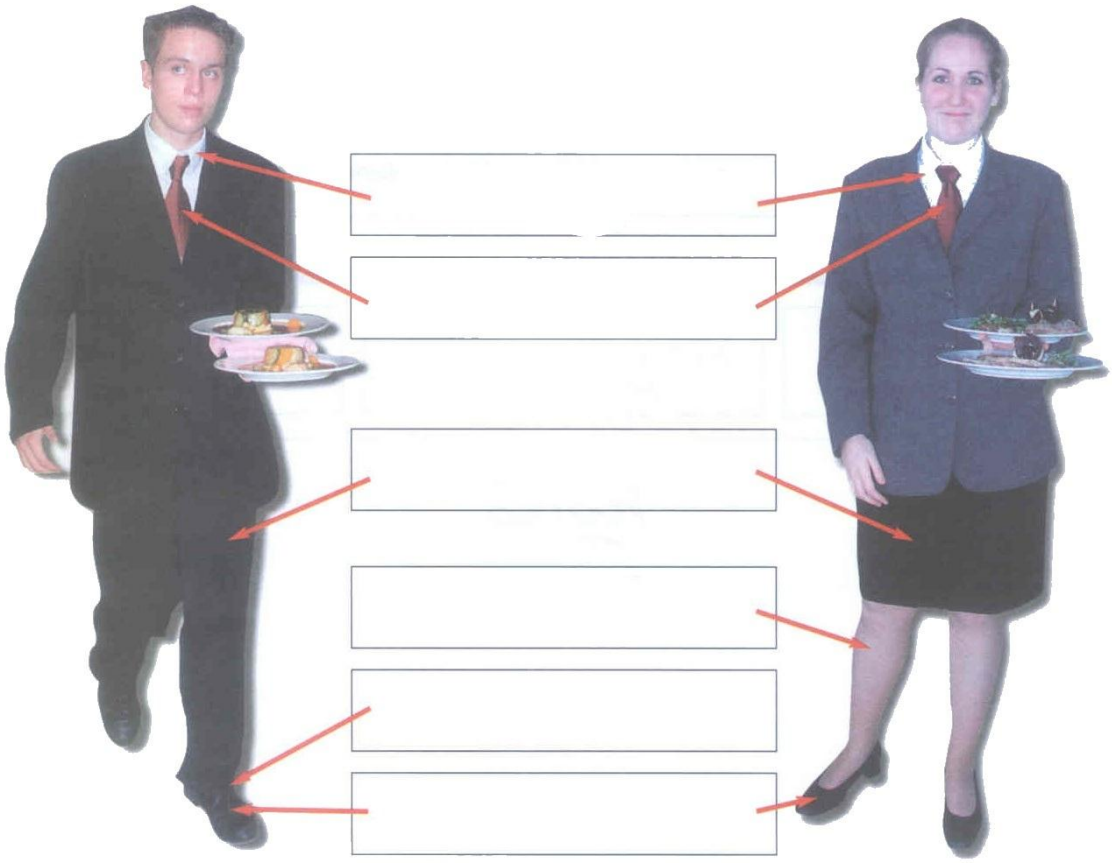
LE P :	correspond à un style de repas, à un style de clients et à un TEMPS PASSE dans l'établissement.
LE C	: fait partie intégrante du restaurant suivant le thème choisi et toujours le ciblage de la clientèle.
LA C :	elle est la signature d'une région, d'une formule, d'un ART CULINAIRE etc….. personnalisé par les TECHNICIENS que sont les CUISINIERS.
LE S :	étant la partie commerciale et technique qui doit être assurée avec psychologie et professionnalisme suscitant les DESIRS et les INTENTIONS DES CLIENTS.
	C'est sur cet ENSEMBLE et sur L'ACCUEIL que va s'appuyer L'EQUIPE COMMERCIALE pour CREER :
L'A	=**L'AT DU RE**

LE PERSONNEL DE RESTAURANT

■ PAS BESOIN D'ÊTRE UN "TOP MODEL" POUR TRAVAILLER DANS LA RESTAURATION : LES QUALITÉS MORALES ET PHYSIQUES DEMANDÉES SONT À LA PORTÉE DE TOUT CANDIDAT À CE MÉTIER DE CONTACT.

LA TENUE VESTIMENTAIRE

LA RÈGLE GÉNÉRALE



DANS TOUS LES CAS

CHEVEUX
ONGLES
BIJOUX
VÊTEMENTS
CHAUSSURES

LA TENUE VESTIMENTAIRE (SUITE)

■ EN FONCTION DES TYPES DE RESTAURANTS, LES TENUES PEUVENT ÊTRE DIFFÉRENTES.

DEUX EXEMPLES

LA TENUE EST EN RAPPORT AVEC LE TYPE DE CUISINE DU RESTAURANT.

LA VESTE EST REMPLACÉE PAR UN SPENCER, UN LONG TABLIER BLANC OU NOIR RECOUVRE LA JUPE OU LE PANTALON.

LE PETIT MATÉRIEL DE SERVICE À NE PAS OUBLIER !

POUR PRENDRE LA COMMANDE, POUR PRÊTER AU CLIENT

POUR OUVRIR OU DÉCAPSULER LES BOUTEILLES

POUR AVOIR UNE TABLE NETTE (AVANT LE DESSERT PAR EXEMPLE)

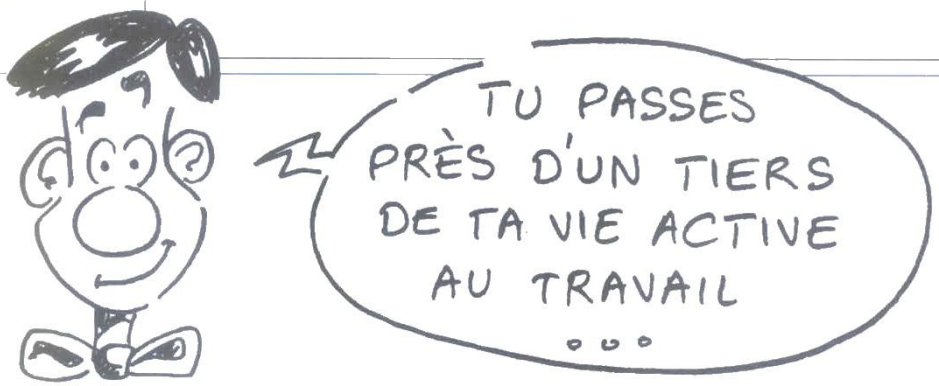
POUR ALLUMER RÉCHAUDS, BOUGIES, CIGARETTES DES CLIENTS

POUR "COMMUNIQUER" AVEC LES DIFFÉRENTS SERVICES

POUR PROTÉGER SES MAINS DE LA CHALEUR, ESSUYER LE GOULOT D'UNE BOUTEILLE...

LES QUALITÉS REQUISES

QUALITÉS REQUISES	JUSTIFICATION
QUALITÉS PHYSIQUES	
■ ÊTRE EN BONNE SANTÉ ET AVOIR UNE BONNE RÉSISTANCE PHYSIQUE	
■ ÊTRE ÉLÉGANT, MAIS AUSSI AVOIR UNE BONNE HYGIÈNE CORPORELLE	
■ ÊTRE ADROIT ET HABILE	
QUALITÉS MORALES	
■ ÊTRE POLI, COURTOIS, AIMABLE, RESPECTUEUX, DISPONIBLE, DISCRET	
■ ÊTRE FRANC ET HONNÊTE	
■ ÊTRE ORGANISÉ, AVOIR DE L'ORDRE, DE L'ESPRIT D'INITIATIVE	
■ AVOIR DU SAVOIR-VIVRE	
■ ÊTRE PATIENT ET CALME	
■ AVOIR L'ESPRIT D'ÉQUIPE	



LES QUALITÉS REQUISES (SUITE)

QUALITÉS REQUISES	JUSTIFICATION
QUALITÉS INTELLECTUELLES	

LES DIFFÉRENTS POSTES D'UNE BRIGADE ET LEURS FONCTIONS

■ IL DIRIGE L'ENSEMBLE DU PERSONNEL DU RESTAURANT ■ IL EST RESPONSABLE DE LA GESTION ET DE LA RENTABILITÉ DE L'ÉTABLISSEMENT ■ IL RECRUTE LE PERSONNEL ■ IL ÉLABORE LES CARTES ET LES MENUS AVEC LE CHEF DE CUISINE ■ IL GÈRE L'ENSEMBLE DES RELATIONS EXTÉRIEURES (FOURNISSEURS, CLIENTS...)

■ IL ORGANISE LE TRAVAIL DE LA BRIGADE. ■ IL PEUT RECRUTER LE PERSONNEL. ■ IL ÉTABLIT LES PANNEAUX DE SERVICE. ■ IL GÈRE LES RÉSERVATIONS ET LES RELATIONS CLIENTÈLE. ■ IL ACCUEILLE LES CLIENTS ET PREND LES COMMANDES.	■ IL A EN CHARGE L'ACHAT DES VINS ET DE LA GESTION DE LA CAVE. ■ IL ÉLABORE LA CARTE DES VINS. ■ IL CONSEILLE, PREND LES COMMANDES DES BOISSONS ET LES SERT.	■ IL EST RESPONSABLE DE LA MISE EN PLACE DU BUFFET. ■ IL EFFECTUE LES DÉCOUPES, SOIT AU BUFFET SOIT À LA VOITURE DE COUPE.	■ IL EST RESPONSABLE DE LA MISE EN PLACE DU BAR ET DE L'ACHAT DES BOISSONS. ■ IL A EN CHARGE L'ORGANISATION DU TRAVAIL DE SON ÉQUIPE. ■ IL PRÉPARE LES BOISSONS ET LES COCKTAILS.	■ IL RÉDIGE LES NOTES. ■ IL ENREGISTRE DANS LA MAIN COURANTE. ■ IL EFFECTUE LES ENCAISSEMENTS. ■ IL EST RESPONSABLE DE LA CAISSE.
■ IL EST RESPONSABLE DE SON RANG (UN RANG EST UN ENSEMBLE DE TABLES). ■ IL PARTICIPE À LA MISE EN PLACE, AU SERVICE ET À L'ENTRETIEN. ■ IL PREND LES COMMANDES QUAND IL N'Y A PAS DE MAÎTRE D'HÔTEL. ■ IL DIRIGE LES 1/2 CHEFS DE RANG ET LES COMMIS.	■ IL PARTICIPE AU SERVICE ET À L'ENTRETIEN DU MATÉRIEL (CARAFES, SEAUX, STANDS...).	■ IL PARTICIPE À LA MISE EN PLACE DU BUFFET. ■ IL REDRESSE LES PLATS, DÉBARRASSE.	■ IL PARTICIPE À LA PRÉPARATION DES BOISSONS ET À L'ENTRETIEN.	
■ COMME SON NOM L'INDIQUE, IL EST CHARGÉ DE DÉBARRASSER. ■ IL PARTICIPE À L'ENTRETIEN, À LA MISE EN PLACE.				

ATTENTION ! LES POSTES CI-CONTRE N'EXISTENT PAS DANS TOUS LES ÉTABLISSEMENTS DE RESTAURATION : PLUS L'ÉTABLISSEMENT EST GRAND (EN TAILLE OU EN STANDING) PLUS CES POSTES SONT PRÉSENTS - PLUS L'ÉTABLISSEMENT EST PETIT MOINS ILS SONT.

LES DIFFÉRENTS TYPES D'ÉTABLISSEMENTS ET LEUR BRIGADE

BRASSERIE

DIRECTEUR
+ 1er MAÎTRE D'HÔTEL
+ MAÎTRE D'HÔTEL
+ CHEF DE RANG
+ COMMIS DE SUITE
+ COMMIS DÉBARRASSEUR
+ CAISSIER
+ VESTIAIRE

HAUT DE GAMME

DIRECTEUR DE RESTAURANT

TRANCHEUR	1- MAÎTRE D'HÔTEL	CHEF SOMMELIER	CHEF BARMAN	CAISSIER
	MAÎTRE D'HÔTEL			
	CHEF DE RANG	SOMMELIER	BARMAN	VESTIAIRE
	1/2 CHEF DE RANG			
	COMMIS DE RANG			
COMMIS TRANCHEUR	COMMIS DÉBARRASSEUR	COMMIS SOMMELIER	COMMIS BARMAN	PORTIER

LES DIFFÉRENTS PLANNINGS ET TABLEAUX DE SERVICE

■ POUR QU'UNE ENTREPRISE ASSURE UNE RENTABILITÉ MAXIMUM, EN PRIVILÉGIANT LA QUALITÉ DE TRAVAIL DE SON PERSONNEL, CHAQUE FONCTION DOIT ÊTRE DÉFINIE, CHACUN DOIT SAVOIR CE QU'IL DOIT FAIRE ET À QUEL MOMENT LE FAIRE.

DURÉE JOURNALIÈRE MAXIMALE DE TRAVAIL

■ ENSEMBLE DU PERSONNEL (SERVEURS...)	
■ CUISINIERS	
■ VEILLEURS DE NUIT	
■ PERSONNEL DE RÉCEPTION	

■ LA DURÉE DU TRAVAIL DANS LE SECTEUR DES HÔTELS-CAFETIERS-RESTAURANTS EST, SAUF EXCEPTION, DE 39 HEURES HEBDOMADAIRE.
■ ATTENTION : 39 HEURES EST LA DURÉE ÉQUIVALENTE À LA DURÉE LÉGALE DE 35 HEURES (AU-DELÀ DE LA 39E HEURE, LE PAIEMENT DES HEURES SUPPLÉMENTAIRES EST MAJORÉ). MAIS LA LOI INTERDIT LE DÉPASSEMENT DE 52 HEURES HEBDOMADAIRE.
■ IL N'EST PAS POSSIBLE DANS UN MÉTIER DE SERVICE COMME L'HÔTELLERIE ET LA RESTAURATION DE QUITTER SON SERVICE AVANT LE DESSERT, IL FAUT DONC QUE L'EMPLOYEUR PRÉVOIT UNE BONNE ORGANISATION DES HORAIRES ET ROULEMENTS.

FERMETURE DU RESTAURANT

FERMETURE

EXEMPLE : LE RESTAURANT SITUÉ AU CŒUR D'UNE ZONE DE BUREAUX : FERMETURE SAMEDI ET DIMANCHE ; OU LE RESTAURANT GASTRONOMIQUE, TRÈS FRÉQUENTÉ LE SAMEDI ET LE DIMANCHE : FERMETURE MARDI ET MERCREDI.

AVANTAGES

- PAS BESOIN D'ÉTABLIR DES ROULEMENTS COMPLIQUÉS DES JOURS DE CONGÉS. LE PERSONNEL EST EN CONGÉ LES DEUX MÊMES JOURS.
- EVITER L'EMBAUCHE PONCTUELLE DE PERSONNEL EN EXTRA POUR REMPLACER LE PERSONNEL EN CONGÉ.

INCONVÉNIENT

PERTE DE CHIFFRE D'AFFAIRES (DE PLUS EN PLUS DE RESTAURANT CHOISISSENT LA FERMETURE HEBDOMADAIRE POUR RESPECTER LES 39 HEURES PAR SEMAINE).

OU

FERMETURE

■ OBLIGATION D'INSTAURER DES ROULEMENTS EN TENANT COMPTE :
- DE L'AMPLITUDE HORAIRE DU RESTAURANT,
- DU NOMBRE DE PERSONNEL, SA QUALIFICATION,
- DE LA QUANTITÉ DE REPAS SERVIS,
- DES JOURS LES PLUS FRÉQUENTÉS,
- DES JOURS LES MOINS FRÉQUENTÉS,
- DU NOMBRE D'HEURES HEBDOMADAIRES,
- DU RESPECT DES DEUX JOURS DE CONGÉ HEBDOMADAIRE.

LE PLANNING

■ LE PLANNING EST UN DOCUMENT PERMETTANT D'ORGANISER LE TRAVAIL D'UNE ÉQUIPE SUR UNE ÉCHELLE TEMPS (JOUR, SEMAINE, MOIS).

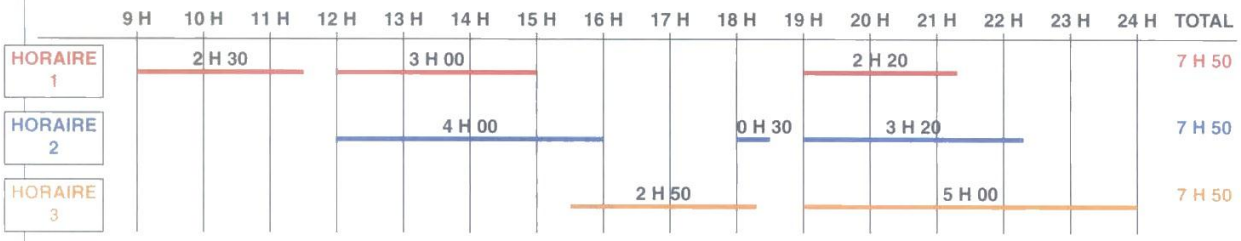
ATTENTION : NE PAS OUBLIER DE TENIR COMPTE DES SOUHAITS DU PERSONNEL (RENDEZ-VOUS, VIE DE FAMILLE...) ET QUELQUES SAMEDI-DIMANCHE (FAVORISER LES PÉRIODES CREUSES).

EXEMPLE

AMPLITUDE HORAIRE DU RESTAURANT :	12 H 00 À 15 H 00 ET 19 H 00 À 23 H 30
QUANTITÉ DE REPAS SERVIS :	40 À 50 COUVERTS LA SEMAINE ET 60 À 70 COUVERTS LE WEEK-END
NOMBRE DE PERSONNES AU SERVICE :	1 MAÎTRE D'HÔTEL + 2 CHEFS DE RANG + 2 COMMIS DE SALLE
LES JOURS LES PLUS FRÉQUENTÉS :	SAMEDI ET DIMANCHE
LES JOURS LES MOINS FRÉQUENTÉS :	MARDI ET MERCREDI
NOMBRE D'HEURES/JOUR :	POUR ARRIVER À 39 HEURES HEBDOMADAIRE, IL FAUT 7 H 50 (LES PAUSES REPAS NE SONT PAS COMPRISES)
JOURS DE CONGÉ HEBDOMADAIRE :	2

LES DIFFÉRENTS PLANNINGS ET TABLEAUX DE SERVICE (SUITE)

ORGANISATION JOURNALIÈRE



DANS CET EXEMPLE, UNE PERMANENCE EST ASSURÉE L'APRÈS-MIDI (ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE, NETTOYAGE, REDRESSAGE...).

ORGANISATION HEBDOMADAIRE

AFFICHÉS DANS L'ÉTABLISSEMENT

PERSONNES AU SERVICE	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
MAÎTRE D'HÔTEL	HORAIRE 2	REPOS	REPOS	HORAIRE 2	HORAIRE 2	HORAIRE 2	HORAIRE 2
CHEF DE RANG 1	HORAIRE 3	HORAIRE 2	HORAIRE 3	REPOS	REPOS	HORAIRE 2	HORAIRE 3
CHEF DE RANG 2	REPOS	REPOS	HORAIRE 2	HORAIRE 3	HORAIRE 1	HORAIRE 3	HORAIRE 2
COMMIS SALLE 1	REPOS	HORAIRE 1	HORAIRE 1	HORAIRE 1	REPOS	REPOS	HORAIRE 2
COMMIS SALLE 2	HORAIRE 1	HORAIRE 3	REPOS	REPOS	HORAIRE 3	HORAIRE 1	HORAIRE 1

LE ROULEMENT CHANGERA CHAQUE SEMAINE.

RÉDACTION DES FICHES DE POSTE

■ MAINTENANT QUE CHACUN CONNAÎT LA PLACE ET L'HORAIRE QU'IL OCCUPE, CHAQUE MEMBRE DU PERSONNEL DOIT CONNAÎTRE LES FONCTIONS ATTRIBUÉES À SON POSTE. DANS LES GRANDES LIGNES, TOUTES LES ENTREPRISES ONT LE MÊME FONCTIONNEMENT, MAIS POUR ÊTRE SÛR QUE CHACUN EFFECTUE BIEN SES TÂCHES, LES RESPONSABLES (DIRECTEURS ET MAÎTRE D'HÔTEL) LISTENT LES ATTRIBUTIONS DE CHACUN.

EXEMP'LE

LES BONNES TABLES - RESTAURANT GASTRONOMIQUE - BRASSERIE

FICHE DE POSTE

VOTRE POSTE : CHEF DE RANG - VOTRE SECTEUR : RESTAURANT GASTRONOMIQUE - VOS RESPONSABLES : MAÎTRE D'HÔTEL - DIRECTEUR DE RESTAURANT
VOS HORAIRES : VOIR PLANNINGS HEBDOMADAIRES

VOS TÂCHES ET RESPONSABILITÉS SONT LES SUIVANTES :

AVANT LE SERVICE

ENTRETIEN DES LOCAUX ET MATÉRIEL
- Nettoyage sols (aspirateur) et hall
- Nettoyage du mobilier (poussière)
- Entretien des plaques à accumulation
- Entretien hebdomadaire (argenterie, vitres, ...)

APPROVISIONNEMENT EN LINGE
-

DÉCORATION FLORALE
- Préparation des centres de table
- Bouquet du hall d'entrée
- Commandes de fleurs

MISE EN PLACE
-

TRAVAUX D'OFFICE
- Cave du jour
- Fromages

...

PENDANT LE SERVICE

ACCUEIL DES CLIENTS
- Prendre les clients en charge
- Assurer le vestiaire

PRISE DE COMMANDE
-

ASSURER LE SUIVI DE SON RANG
-

ENCAISSEMENTS
-

...

APRÈS LE SERVICE

LINGE
- Dénapper les tables
- Compter et trier le linge
- Rédiger le bon de lingerie

RANGEMENT DE LA SALLE
- Vider les consoles

...

DANS CERTAINES ENTREPRISES, ON PEUT TROUVER SUR LA FICHE DE POSTE : LA FAÇON DONT SERA ASSURÉ LE CONTRÔLE DU TRAVAIL FAIT, LES EXIGENCES DU POSTE (FORMATION, LANGUES ÉTRANGÈRES, EXPÉRIENCE SOUHAITÉE, DIVERS), L'ÉVOLUTION POSSIBLE (POSTE SUPÉRIEUR).

LE PERSONNEL D'UNE CUISINE ROYALE AU XVII^{e} SIÈCLE

Pendant le règne de Louis XIV, les officiers dits "*de la bouche du roi*" sont divisés en sept offices :

1° Le gobelet
2° La cuisine-bouche
3° La paneterie-commun
4° L'échansonnerie-commun
5° La cuisine-commun
6° La fruiterie
7° La fourrière

Les grands officiers placés à la tête de ces sept offices étaient :

Le premier maître d'hôtel
Le maître d'hôtel ordinaire
Les douze maîtres d'hôtel servant par quartier
Le grand panetier
Le grand échanson
Le grand écuyer tranchant
Les trente-six gentilshommes servants
Le maître de la chambre aux deniers
Les deux contrôleurs généraux
Les seize contrôleurs d'office
Le contrôleur ordinaire de la bouche

Le personnel placé sous leurs ordres comprenait dans chacun des sept offices :

LE GOBELET
Il se partageait entre la *paneterie-bouche* et l'*échansonnerie-bouche*

PANETERIE-BOUCHE
1 chef ordinaire
12 chefs ou sommeliers
4 aides
1 garde-vaisselle
3 sommiers
1 lavandier

ÉCHANSONNERIE-BOUCHE
1 chef ordinaire
12 chefs
1 aide ordinaire
4 sommiers
4 coureurs de vin
2 conducteurs de la haquenée
Garçons divers en nombre variable

CUISINE-BOUCHE
10 écuyers
4 maître queux
4 hâteurs
4 potagiers
4 pâtissiers
3 galopins
4 porteurs
4 garde-vaisselle
2 huissiers
2 sommiers du garde-manger
1 sommier de chasse
2 sommiers de broches
2 avertisseurs
4 porte-fauteuils et porte-tables
6 serdeaux
4 lavandiers

PANETERIE-COMMUN
13 chefs
6 sommiers
2 lavandiers
2 garçons
1 délivreur

ÉCHANSONNERIE-COMMUN
20 chefs
12 aides
1 maître des caves
4 sommiers de bouteilles
2 sommiers de vaisselle
1 garçon délivreur
...garçons

CUISINE-COMMUN
12 écuyers
8 maîtres queux
12 hâleurs
8 potagiers
4 pâtissiers
12 enfants de cuisine
12 porteurs
2 verduriers
2 garde-vaisselle
8 huissiers
3 sommiers du garde-manger
4 sommiers des broches
2 falotiers
4 lavandiers
1 poêlier
9 garçons
4 tournebroches

FRUITERIE
1 chef ordinaire
12 chefs
12 aides
1 aide pour les fruits de Provence
1 palmier
4 sommiers

FOURRIÈRE
20 chefs
15 aides
1 délivreur de bois
1 porteur de bois
3 garçons d'office
2 porte-tables
1 menuisier
2 porte-chaises d'affaire

SOIT EN TOUT PRÈS DE 500 OFFICIERS QUI SERVAIENT L'ÉPÉE AU CÔTÉ !

Source : "DICTIONNAIRE DES ARTS, MÉTIERS ET PROFESSIONS EXERCÉS DANS PARIS DEPUIS LE XIII^{e} SIÈCLE" (AVEC L'AIMABLE AUTORISATION DES ÉDITIONS JEANNE LAFFITTE).

le MAÎTRE D'HÔTEL perle rare de l'hôtelleie/restauration

Professionnel indispensable à la qualité du service

Tout juste âgée de quatre siècles, la profession de maître d'hôtel est relativement récente puisque ce n'est qu'à partir du XVII[e] siècle qu'elle apparaît en France. Sous Louis XIV, cette fonction est primordiale. En effet, le maître d'hôtel a la lourde responsabilité de veiller à ce que l'agencement des différents mets s'opère de manière harmonieuse. Tâche délicate car le service à la française en comprend six à huit successifs à cette époque, chacun étant composé d'une dizaine de plats différents qui doivent être disposés symétriquement, en losange, en carré, en chevron ou en rond. De nos jours, le métier de maître d'hôtel a quelque peu évolué. Toutefois, ce métier reste tout aussi fastidieux qu'autrefois. Perle rare et précieuse de l'hôtellerie/restauration, un bon maître d'hôtel est très recherché. Il doit être doté d'un savoir-faire et d'un savoir-être irréprochables ! Principalement présent dans les restaurants hauts de gamme, traditionnels ou gastronomiques, dans les hôtels de standing ou sur les navires de croisière, il est un maillon indispensable de la restauration, au sein de laquelle il doit faire preuve, pour se distinguer, d'un grand professionnalisme. Sous la responsabilité du directeur de restaurant, le maître d'hôtel est au même niveau que le chef de cuisine. Pourvu d'une aptitude à l'encadrement, il dirige les chefs de rangs, les serveurs et les commis. Le maître d'hôtel est l'intermédiaire entre la direction, la cuisine et la salle. Majoritairement masculins, il faut savoir que ces professionnels sont essentiellement présents dans les établissements moyens-hauts de gamme accordant une grande importance à la qualité du service. Pour ceux qui n'en possèdent pas, c'est le chef de rang qui a la responsabilité du service en salle. Dans les grands établissements, on trouve souvent plusieurs maîtres d'hôtel, avec un premier et un second maître d'hôtel. Le premier maître d'hôtel supervise l'équipe des serveurs, des commis et le second maître d'hôtel. Il est ainsi le véritable chef d'orchestre du service en salle.

Il repère d'un simple coup d'œil les éventuelles maladresses

Généralement, à l'entrée du restaurant, le maître d'hôtel accueille les clients. Courtois et diplomate, il est doté d'un excellent contact relationnel. Une bonne présentation dans la tenue vestimentaire est également de rigueur car il reflète l'image de l'établissement. Il porte des chaussures noires, une chemise à col cassé, un pantalon de smoking et une veste noire croisée. Une fois guidés vers le vestiaire, le maître d'hôtel conduit ses hôtes à leur table avant de laisser place au chef de rang, communément responsable d'un carré d'environ trente clients. Néanmoins, le rôle de maître d'hôtel ne consiste pas uniquement en cette fonction d'accueil. Il intervient lors de la prise de commande et conseille les clients. Il chaperonne ainsi le chef de rang en apportant ses connaissances en art culinaire, voire même des vins si le restaurant ne dispose pas de sommelier. Une des principales qualités requises pour être un bon maître d'hôtel est la capacité de suggestion. C'est pourquoi celui-ci doit parfaitement connaître la carte, la composition des mets et la provenance des produits. Il est capable de donner des précisions sur les ingrédients en citant par exemple le nom du producteur ou en racontant une anecdote sur l'origine d'un plat. De plus, ses connaissances en cuisine lui servent lors du service car le maître d'hôtel réalise couramment des préparations devant le client, telles que la découpe d'une viande ou d'un poisson et le flambage d'un dessert. Le maître d'hôtel veille à ce que le chef de rang assure la bonne exécution de la commande. Doté d'un sens des responsabilités, il coordonne et supervise le travail de toute son équipe. En effet, en tant que chef du service, il dispose de compétences en management et en gestion du personnel. Dans certains restaurants, il participe également au recrutement et à la formation. Possédant un sens du service acquis souvent au cours de longues années d'expérience, il s'assure que le déroulement du service soit efficace et harmonieux. En effet, le maître d'hôtel connaît parfaitement l'organisation du restaurant et repère d'un seul coup d'œil les éventuelles maladresses dans le service. De plus, il juge l'ambiance de la salle et instaure si nécessaire davantage de convivialité ou de tenue. Le maître d'hôtel fait le tour des tables pour vérifier si les clients sont entièrement satisfaits et note les critiques émises. A l'écoute des exigences de la clientèle, il travaille aussi en collaboration avec le sommelier et le chef cuisinier pour mettre au point la carte et les menus. A la fin du service, il remet en ordre la salle et la prépare pour le service suivant.

Des qualités intellectuelles indéniables

Véritable professionnel de la salle, le maître d'hôtel dispose de qualités intellectuelles indéniables. La diplomatie, la psychologie, le dynamisme, la dextérité, le sens commercial et l'aisance relationnelle sont des atouts inhérents à la profession. D'autre part, il doit faire preuve d'amabilité, de courtoisie et de disponibilité afin d'assurer l'entière satisfaction de ses clients lors du service. Outre son rôle, dans certains restaurants, de technicien du service, il peut œuvrer dans des tâches plus administratives comme la gestion des commandes, de la caisse et des inventaires. C'est pourquoi des comptences en gestion et en organisation sont requises. Par ailleurs, l'écoute et la pédagogie font également partie des facultés du maître d'hôtel qui doit être capable de manager une équipe et de la former. Poste très prenant et physique, il est nécessaire d'être passionné pour exercer ce métier qui impose des conditions de travail difficiles. Le maître d'hôtel reste debout durant tout le service et effectue de nombreux déplacements entre la salle et la cuisine. Par ailleurs, ses horaires de travail sont lourds et parfois irréguliers. Des notions de cuisine et d'œnologie associées à la maîtrise d'une langue au minimum sont exigées. Toutes ses compétences s'acquièrent au fil des années.

COMMUNICATION PROFESSIONNELLE ET COMMERCIALE

■ LA PREMIÈRE DES RÈGLES À RETENIR DANS TOUS LES MÉTIERS DE LA VENTE ET TOUT AUTANT EN RESTAURATION, EST QU'IL N'Y A PAS DE «PETITS» CLIENTS. PLUS UN CLIENT AURA ÉTÉ BIEN REÇU, BIEN CONSEILLÉ, BIEN SERVI, PLUS IL REVIENDRA.

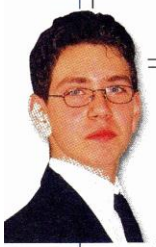
LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE LA VENTE

■ VOUS CONNAISSEZ L'IDÉE QUI DIT QU'UNE IMPRESSION, BONNE OU MAUVAISE, SE FAIT DANS LES 5 PREMIÈRES MINUTES... ALORS NE RATONS PAS CES 5 PREMIÈRES MINUTES !

1

UTILISONS 2 TYPES D'ÉLÉMENTS :

1 - ÉLÉMENTS NON VERBAUX	ÉLÉMENTS NÉGATIFS	ÉLÉMENTS POSITIFS
	■ IMAGINEZ DE LA BOUE AU SOL, UNE RÉCEPTION SOMBRE, DES MEUBLES POUSSIÉREUX, DU DÉSORDRE SUR LE COMPTOIR...	■ MAIS UN ENDROIT CLAIR, FACILE D'ACCÈS, BIEN RANGÉ, PROPRE, SENTANT BON.
	■ IMAGINEZ LE MAÎTRE D'HÔTEL EN BASKETS ET JEAN'S TROUÉ, LE CUISINIER PLEIN DE TACHES, LEURS CHEVEUX GRAS, ONGLES NOIRS... TOUS LES DEUX AFFALÉS DANS DES FAUTEUILS...	■ MAIS DU PERSONNEL PROPRE SUR LUI ET SES VÊTEMENTS, BIEN RASÉ, LES CHEVEUX BIEN COUPÉS. DEBOUT PRÈS DE LA RÉCEPTION.
	■ CE N'EST PAS DE LA FAUTE DU CLIENT SI VOTRE COPINE VOUS A LAISSÉ TOMBER OU SI VOTRE VOITURE EST EN PANNE !	■ ALORS SOURIEZ ! MÊME LORS DES ÉCHANGES TÉLÉPHONIQUES, ON DIT : «SOURIEZ ! ÇA S'ENTENDRA.» LE SOURIRE EST PRIMORDIAL DANS NOTRE MÉTIER, C'EST LE SIGNE DE BIENVENUE, DU PLAISIR.
	■ IL N'EST PAS NÉCESSAIRE DE «S'ENVOLER» OU DE FAIRE DE GRANDS MOULINETS AVEC LES BRAS. ■ LES BRAS CROISÉS SONT MAUVAIS SIGNE.	■ ACCOMPAGNEZ VOS PAROLES DE PETITS GESTES INDICATIFS OU DECRIPTIFS.
	■ «JE TE PARLE ! REGARDE MOI DANS LES YEUX !» ÇA VOUS RAPPELLE QUELQUE CHOSE ?	■ REGARDEZ LE CLIENT QUI ARRIVE, IL COMPREND QUE VOUS L'AVEZ VU. ■ LE REGARDER QUAND ON LUI PARLE, C'EST NORMAL, C'EST RESPECTUEUX.



LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE LA VENTE (SUITE)

2 - ÉLÉMENTS VERBAUX	ÉLÉMENTS NÉGATIFS	ÉLÉMENTS POSITIFS
	■ NI AGRESSIF, NI MIELLEUX. ADAPTEZ-LE AUX CIRCONSTANCES !	■ CHAUD, RASSURANT, CONFIANT...
	■ NE PARLEZ PAS TROP VITE ; «IL N'Y A PAS LE FEU !».	■ EN S'EXPRIMANT LENTEMENT, LE CLIENT COMPREND TOUT DE SUITE ET N'A PAS BESOIN DE FAIRE RÉPÉTER.
	■ PAS DE GROSSIÈRETÉ : N'UTILISEZ JAMAIS LES INJURES DU CAPITAINE HADDOCK OU DES COMPATRIOTES D'ASTÉRIX. ■ PAS DE TERMES TECHNIQUES : «LA SALAMANDRE» POUR UN CLIENT EST UN PETIT DRAGON ; LA «MARYSE» EST UNE DE SES COUSINES ET UN «CHINOIS», UN HABITANT DE LA CHINE ! ■ PAS DE MOTS NÉGATIFS : NON, C'EST IMPOSSIBLE ! ■ NE PAS MINIMISER LES CHOSES : PAS DE «PETIT» CAFÉ. ■ NE PAS LES EXAGÉRER : UNE «ÉNORME GLACE». ■ PAS D'AGRESSIVITÉ DANS VOTRE VOCABULAIRE.	■ IL Y A DES SITUATIONS OÙ IL EST EN EFFET IMPOSSIBLE DE SATISFAIRE UN CLIENT, MAIS ON PEUT LUI DIRE AVEC D'AUTRES MOTS, ET SURTOUT, ON PEUT LUI PROPOSER AUTRE CHOSE, UNE AUTRE SOLUTION. ■ EXPLICATIONS CLAIRES.

2

NE PAS DIRE ...	MAIS...
- B'JOUR M'SIEURS-DAMES ! (REGARDEZ BIEN, PARFOIS IL N'Y A QUE DES DAMES !) - C'EST POURQUOI ? - SUIVEZ-MOI ! - C'EST LÀ. ...	- BONJOUR OU BONJOUR

LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE LA VENTE (SUITE)

3

PHASES	EXPLICATIONS
	■ C'EST TRÈS IMPORTANT ! C'EST EN L'ECOUTANT AVEC ATTENTION, EN PRENANT DES NOTES QUE L'ON POURRA MIEUX LE CONSEILLER.
	■ POUR MIEUX LE SITUER (SON ÂGE, SA SITUATION PROFESSIONNELLE, SA PERSONNALITÉ...), POUR MIEUX RÉPONDRE À SES BESOINS.
	■ QUESTIONS OUVERTES : LAISSER AU CLIENT TOUTE LIBERTÉ DE RÉPONSE. A UTILISER AU DÉBUT DE LA PRISE DE CONTACT POUR ENGAGER LE DIALOGUE. ■ QUESTIONS FERMÉES : LE CLIENT A LE CHOIX ENTRE PLUSIEURS RÉPONSES. EXEMPLE : «QUE PRENDREZ-VOUS COMME APÉRITIF ?». ■ QUESTIONS ALTERNATIVES : LE CLIENT A LE CHOIX ENTRE DEUX RÉPONSES. EXEMPLE : «SOUHAITEZ-VOUS DE L'EAU PLATE OU DE L'EAU GAZEUSE ?».
	■ ON NE PEUT PROPOSER UN PRODUIT QU'EN L'ARGUMENTANT. C'EST-À-DIRE LE METTRE EN VALEUR, LE FAIRE CORRESPONDRE AUX ATTENTES DU CLIENT. ET ON NE CONSEILLE, ON N'ARGUMENTE BIEN QUE CE QUE L'ON CONNAÎT BIEN. ■ UTILISER UN VOCABULAIRE ADAPTÉ. ■ VALORISER LE PRODUIT PAR SES QUALITÉS ET NON PAS SON PRIX. ■ NE PAS PROPOSER TROP DE PRODUITS, SI LE CHOIX EST TROP LARGE, LE CLIENT SE SENTIRA PERDU.
	■ VOUS POUVEZ REFORMULER LES PROPOSITIONS RETENUES PAR LE CLIENT POUR VOUS ASSURER QUE TOUT EST BIEN COMPRIS (POUR LUI COMME POUR VOUS). ■ POSSIBILITÉ D'UTILISER LA «QUESTION EN ÉCHO» : EXEMPLE : «VOUS DISIEZ QUE VOUS PRÉFÉREZ NOTRE 2E FORMULE ?».

LES MOTS POUR «ARGUMENTER» UN PLAT :

TERMES RÉELS	TERMES SUBJECTIFS
- ... - ... - ... - ... - ... - ... - ... - ... - ... - ...	- DÉLICIEUX - BON - SUCCULENT ... NE PAS UTILISER C'EST VOTRE AVIS !

LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE LA VENTE (SUITE)

4

■ UNE RÉCLAMATION, UNE CRITIQUE EST TOUJOURS POSITIVE. ELLE TRADUIT UN SOUCI QUELCONQUE QUE L'ENTREPRISE DOIT RÉSOUDRE POUR AMÉLIORER LA QUALITÉ.

	■ LE CLIENT OPPOSE UN ARGUMENT À UNE AFFIRMATION. EX. : LE MAÎTRE D'HÔTEL : «JE VOUS PROPOSE CETTE TABLE». LE CLIENT OBJECTE : «NON PAS CELLE-CI, ELLE EST TROP PRÈS DE LA PORTE, PLUTÔT CELLE-CI».
	■ LE CLIENT REVENDIQUE, PROTESTE. EX. : LE CLIENT EST ASSIS EN PLEIN COURANT D'AIR. IL RÉCLAME : «J'AI FROID ET MES PLATS REFROIDISSENT».

CONDUITE À TENIR :

■ LES MOTS LES PLUS IMPORTANTS : ECOUTE + CALME, LA SUITE S'ENCHAÎNE.

C'EST LE MOYEN DE CALMER LE CLIENT.	■ A QUOI ÇA SERT DE CRIER PLUS FORT QUE LE CLIENT OU DE PARTIR EN CLAQUANT LA PORTE.
LAISSER LE S'EXPLIQUER, SANS LUI COUPER LA PAROLE.	■ EN LUI TOURNANT LE DOS, ON NE SAURA JAMAIS POURQUOI IL EST MÉCONTENT. ■ S'INTÉRESSER À SON SOUCI, LUI DIRE QUE VOUS LE COMPRENEZ, COMPATIR.
	■ POUR CONNAÎTRE TOUTES LES CAUSES DE L'INCIDENT. ■ POUR ÊTRE SÛR D'AVOIR BIEN COMPRIS.
«L'ERREUR EST HUMAINE».	■ NE JAMAIS ACCUSER OU FAIRE PORTER LA FAUTE PAR UN AUTRE.
ÊTRE CERTAIN DE LA SOLUTION AVANT DE LA PROPOSER.	■ EN AUCUN CAS, LE CLIENT NE DOIT RESTER AVEC SA RÉCLAMATION, IL FAUT TROUVER COMMENT ARRANGER LES CHOSES.
IL VOUS A APPORTÉ SON AIDE DANS VOTRE RECHERCHE DE LA QUALITÉ.	■ C'EST QUAND MÊME GRÂCE À LUI QUE CE GENRE D'INCIDENT NE SE REPRODUIRA PLUS.

L'ARGUMENTAIRE DE VENTE

■ C'EST L'OUTIL LE PLUS IMPORTANT DU MAÎTRE D'HÔTEL OU DE TOUT PERSONNEL DE SERVICE. RAPPELEZ-VOUS LA SITUATION :
LE CLIENT : «QU'EST-CE QUE VOUS APPELEZ UN TRIO DE POISSONS AUX HERBES ?».
LE SERVEUR : «JE N'EN SAIS RIEN !».
LE CLIENT : «ET LA SAUCE POIVRADE, PAS TROP RELEVÉE ?»
LE SERVEUR : «JAMAIS GOÛTÉ, J'AIME PAS ÇA !».

AVANT DE PASSER EN SALLE :

1. **PRENDRE** ET UN CARNET POUR PRENDRE DES NOTES.

2. **DEMANDER EN CUISINE**

PRODUIT ET PARTICULARITÉS	■ VIANDE : PORC, BŒUF, VOLAILLE (...), GIBIER (...). ■ POISSON : DE MER (...), DE RIVIÈRE (...). ■ AOC - SAUVAGE - ÉLEVAGE...
PRÉSENTATION	■ ENTIER, EN FILET, EN TRONÇON, EN DARNE, EN FRICASSÉE, EN DÉS, EN TRANCHES...
CUISSON	■ RÔTI, BRAISÉ, SAUTÉ...
ASSAISONNEMENT	■ DOUX, RELEVÉ, AU GOÛT DE...
QUANTITÉ	■ ENVIRON 80 GRAMMES, 120 GRAMMES...
TEMPS DE PRÉPARATION	■ ENVIRON 20 MINUTES POUR LE SOUFFLÉ. ■ COMMANDE EN DÉBUT DE REPAS POUR CERTAINS DESSERTS.
DIVERS	■ PARTICULARITÉS DE SERVICE.

3. EST UN BON MOYEN POUR LES DÉCRIRE.

4. POUR QU'IL FASSE UN ACCORD METS ET VIN AVEC CHAQUE PLAT.

5. **ENFIN, RÉDIGEZ ET APPRENEZ**
NON PAS UNE LISTE ÉNUMÉRATIVE DE PRODUITS COMPOSANT UN PLAT, MAIS UNE EXPLICATION EN TERMES FLATTEURS (ET RÉELS) DES QUALITÉS DU PRODUIT.

EXEMPLE

"LA TARTE TATIN ET SA GLACE VANILLE BOURBON..."
C'EST UN DESSERT CHAUD COMPOSÉ DE FONDANTS QUARTIERS DE POMMES CARAMÉLISÉES RECOUVERTS D'UNE CROUSTILLANTE PÂTE FEUILLETÉE ET ACCOMPAGNÉ D'UNE ONCTUEUSE GLACE AUX ARÔMES DE VANILLE BOURBON.

L'ACCUEIL dans tous ses états

Un client mécontent, c'était dix clients de perdus, selon l'adage. C'est aujourd'hui bien plus avec l'explosion d'internet et la profusion des forums et des «blogs». Les clients ont pris le pouvoir et n'hésitent plus à dire ce qu'ils pensent. La sanction peut être redoutable. Et les enquêtes réalisées sur l'accueil ne placent pas la France parmi les modèles du genre. Selon une étude Ipsos de 2004 pour Maison de la France, l'accueil est le critère le moins bien perçu par les voyageurs étrangers qui ne sont que 18 % à être tout à fait satisfaits, contre 58 % qui s'accordent à dire qu'il est de bonne qualité.

Qu'est ce qui vaut de telles performances ? Est-on aussi mauvais qu'on veut bien nous le faire croire ? La restauration a fait un bond en avant en matière de conceptualisation, de marketing et de communication, elle y a parfois laissé son âme en négligeant l'accueil. Face à la concurrence, c'est pourtant l'un des facteurs fondamentaux de différenciation. C'est même prépondérant aux yeux du client.

LE TÉLÉPHONE

Il est l'une des vitrines du restaurant. Une réservation doit être balisée.
A NOTER : un sourire, une attitude, tout s'entend au téléphone. Ne pas hésiter à mettre en place de vraies procédures.
CONSEILS : définir un nombre de sonneries minimum, une présentation, un balisage précis pour la prise de réservation (faire épeler le nom, rendre le numéro de téléphone, fumeur ou non fumeur, heure d'arrivée, nombre de personnes...). Toujours reformuler pour confirmation.

L'INTERNET

Créer une page de présentation sur la toile ou sur un site animé, c'est déjà accueillir le client.
A NOTER : un site, c'est comme un pas-de-porte. On doit identifier rapidement l'entreprise et retrouver toutes les coordonnées, adresses postales et mail, téléphone, plan d'accès.
CONSEILS : placer toujours le logo en haut de page. Un choix de langue dès la première page est souhaitable.

LE PERSONNEL

Fondamental : les salariés se comporteront vis-à-vis du client, comme on se comporte vis-à-vis d'eux.
A NOTER : avant de travailler sur l'application de procédures, veiller à soigner l'accueil des nouveaux arrivants et l'intégration.
CONSEILS : la qualité du management est la clé d'un bon état d'esprit. Renforcer la formation et mettre en place des programmes de cohésion d'équipe.

LE SENSORIEL

L'accueil c'est aussi ce que le client ressent en entrant, l'impression générale qui se dégage de l'endroit.
A NOTER : en plaçant le client dans de bonnes conditions dès son arrivée, on crée un terrain propice à la vente suggestive.
CONSEILS : mettre en éveil tous ses sens : soigner l'éclairage, ne pas négliger l'ambiance musicale, travailler sur les odeurs. On parle de plus en plus de signature olfactive et sonore.

L'ACCUEIL PHYSIQUE

Depuis le premier contact jusqu'à la prise de congé, chaque attitude entre dans le jugement général que le client se fait du lieu.
A NOTER : l'accueil englobe les mots de bienvenue, mais aussi l'accompagnement à la table, puis le service, la remise de l'addition et le départ du client. La prise en charge des étrangers (carte), mais aussi des handicapés compte.
CONSEILS : définir un fil rouge, un minimum de procédures qui vont clairement organiser le service. Toute personne doit être prise en charge dans les quelques secondes qui suivent son entrée. Chacun doit être concerné, du barman au commis.

L'ENVIRONNEMENT ET ACCÈS

L'accessibilité et la propreté du restaurant et de ses alentours mais aussi du personnel constituent des valeurs indissociables de l'accueil.
A NOTER : ne négligez ni les extérieurs (les abords, le parking, le porte-menu), ni les toilettes. Ils participent à la perception globale de l'endroit.
CONSEILS : l'aspect du nappage, des menus, de la tenue du personnel doit être vérifié. Pour les toilettes, mettre en place des procédures strictes de contrôle pluriquotidien. L'accessibilité aux handicapés devraient entrer dans les critères de notation avec un bonus pour ceux ayant une démarche «tourisme et handicap» (lire Néo-restauration n° 415).

LES OBJECTIFS DU SERVEUR

1. REUSSIR L'ACCUEIL

Mise en _____

2. REUSSIR LA VENTE

SITUER : _____

DETERMINER : _____

_____

COMPRENDRE : _____

SAVOIR : _____

_____

3. REUSSIR LE SERCICE

SERVIR : _____

ANTICIPER : _____

REPONDRE : _____

COMPORTEMENT : _____

4. REUSSIR LE DEPART

RECONDUIRE : _____

S'ASSURER : _____

LE REMERCIER : _____

NOTES ET REMARQUES :