

ETEN OF GEGETEN WORDEN

Tips voor een geslaagd zakendiner

Met werklunches en lunchbijeenkomsten, koude en warme buffetten, Nieuwsjaarsontbijten, afscheidsdiners en diners pensant hebben we de afgelopen jaren flink wat ervaring opgedaan, kennis en voedsel gedeeld, leerpunten verzameld. Maar hoe zit het eigenlijk met zakendiners? Daar hebben we nog niet zo'n traditie in. Hierover een interessant artikel in het Amerikaanse vakblad 'Business Eating', bewerkt voor het personeelsblad.

Krediet verspeeld

Samen met hun twee produktmanagers hadden ze een hele dag op de hei gezeten: Monica Buitenhoven en Fred Veldhuis. Monica is marketing-manager van het internationale transportbedrijf 'Road Service'; Fred is adjunct-directeur van 'Trading Company'. Monica is vooral geïnteresseerd in produktdiversificatie en denkt erover daarvoor met 'Trading Company' in zee te gaan. Ze hebben die dag goed gewerkt en aan het eind van de middag zijn er opmerkelijke resultaten geboekt. De definitieve besluitvorming valt morgen. Ter afronding van de dag besluiten de vier managers samen gezellig te gaan dineren. Monica Buitenhoven is gastvrouw.

Fred heeft het tijdens het aperitief met whisky helemaal naar zijn zin. "Dit zijn gezellige lui. Hier kun je tegelijk lachen en zaken doen!" hoor je hem denken.

Aan tafel zegt Fred best zin te hebben in het zeven gangen menu à f 115,00.

"Tenslotte hebben wij goed gepresteerd vanmiddag, hè Monica?" roept hij enthousiast. Als gastvrouw bestelt Monica uiteindelijk het menu van de chef met vijf gangen.

Bij het selecteren van de wijn door Monica, schreeuwt Fred bijna enthousiast een heerlijke Meursault uit de Bourgogne te kennen. Monica - die verstand heeft van wijn - weet wat die kost: f 90,00 per fles. Zij vindt dat deze wijn niet past bij het menu. Fred houdt vol, maar Monica bestelt een Sancerre van f 47,50 per fles.

Voordat de toast bij de visschotel is geserveerd, wenst Fred iedereen met een brede grijns smakelijk eten en valt daarna gretig aan. Hetzelfde gebeurt bij de soep.

Enigszins verbaasd volgen de anderen. Monica krijgt langzaam de kriebels van Fred. Tijdens het hoofdgerecht wenkt Fred de ober en vraagt om een nieuwe fles: de eerste is op. De glazen van de anderen zijn nog half gevuld, maar Fred zijn tweede glas is leeg.

Bij de koffie vraagt de ober of er iemand misschien wil roken en welke likeur ze prefereren. Iedereen past, op Fred na: hij neemt een Davidorff sigaar en een glas Calvados à f 52,50.

Aan het eind van de avond vraagt Monica de rekening, waarna ze afscheid van elkaar nemen. Schouderklopjes uitdelend, stapt Fred in de auto naar huis.

De volgende ochtend belt Fred naar Monica: "Zeg Monica, nog bedankt voor dat prettige diner van gisteravond. Wat was dat gezellig zeg! Klasse!" Monica: "Fred, nu ik je toch aan de lijn heb. Over de keuze van dat nieuwe assortiment moet ik toch nog eens nadenken. Ik heb daarvoor meer tijd nodig en kom er over een maand op terug."

Monica is er natuurlijk nooit meer op terug gekomen en Fred rapporteerde aan het directieteam dat de nieuwe produkten toch niet zo goed pasten in het assortiment. Aan tafel werd Fred's krediet als zakenman verspeeld.

Bedenken van scenario

'Uit eten gaan' heeft meestal iets emotioneels, iets vertrouwelijks. De gemoedelijke sfeer wekt de praatlust op. Daarom is 'uit eten gaan' een goed middel om iemand tot zaken over te halen, gunstig te stemmen of een probleem op te lossen.

Een diner met klanten of zakenrelaties is dikwijls niet lang van te voren gepland. Soms doe je onverwachte contacten op tijdens congressen, beurzen, recepties of andere officiële gelegenheden. Toch is het belangrijk zo'n diner goed voor te bereiden en zo veel mogelijk van je gasten of relaties te weten te komen. Wie zijn ze, wat willen ze? Hoeveel tijd hebben ze? Wat verwachten ze? Waar komen ze vandaan, welke functies hebben ze? Verder is het zakelijk doel van het diner van belang: gaat het om (een stapje dichterbij) een transactie of een feestelijke afsluiting ervan? Een oriënterend gesprek over je diensten en producten? Om een positief beeld van je organisatie? Uitwisseling van ervaringen en ideeën? Of om een klant tevreden te houden?

Pas wanneer je zicht hebt gekregen op de antwoorden die deze vragen oproepen, komt de keuze van de locatie en het menu in zicht. Als je bijvoorbeeld weet dat je gasten zich in de stad het meest op hun gemak voelen, kun je besluiten eerst een haringkar te bezoeken, een aperitiefje te gebruiken in een bruin café en vervolgens in een gezellig bistrotje te gaan eten. En met koffie op een leuk terras in de binnenstad kan de maaltijd dan worden afgerond. Voor andere klanten schrijf je misschien een ander scenario. Kies -liever dan te gaan pionieren en experimenteren - voor een vertrouwde 'stek' waar ze je kennen. Bedienend personeel en eigenaar van het betreffende restaurant kunnen je veel zorg uit handen nemen en de maaltijd onmerkbaar regisseren. Het is zeker niet onverstandig hen tevoren een en ander in te fluisteren, zoals: wat het doel is van je zakelijke diner, wat voor soort gasten je meebrengt, wat voor sfeer je graag zou willen enz.

Waar het uiteindelijk om gaat, is dat locatie, sfeer, stijl en produkt meewerken aan een positief resultaat bij de klant. Onthoud: het kost vijf keer zoveel energie een nieuwe klant te werven dan een bestaande klant te houden. En: je gasten doen geen zaken met de organisatie, maar met jou.

P & R

Wanneer je relatiegericht wilt werken, houd dan rekening met de zes P's en de drie R's:

- *Invullen van de 6 P's*
 - Produkt (gezelligheid, entertainment)
 - Plaats (ambiance, tijd)
 - Promotie (be good and tell it)
 - Presentatie (stijl, sfeer)
 - Personele service (iets extra's voor de klant)
 - Prijs (afstemmen relatie - doel)

- *Denken vanuit de 3 R's*
 - Reputatie
 - Ruil
 - Relatie

Aan tafel!

Na het begroeten van je gasten, ga je met hen aan tafel. Natuurlijk weet je welke tafel de jouw is en waar jullie plaats kunnen nemen. Houd als gastheer/gastvrouw het

initiatief in handen: je gasten verwachten dat en het kan ertoe bijdragen om hun vertrouwen al vanaf het allereerste moment te winnen. Maak het het bedienend personeel gemakkelijk om een topprestatie te leveren: een glimlach doet soms wonderen.

Het is niet verstandig om meteen met de deur in huis te vallen en direct over allerlei zakelijke onderwerpen te beginnen. Het weer hoeft niet persé, maar koetjes en kalfjes zijn in deze fase vaak het best op hun plaats.

Na het aperitief kun je de volgende stap zetten: het bekijken van de menukaart. Je rol als gastheer/gastvrouw is in dezen afhankelijk van je gasten. Als zij veel ervaring hebben met zakendiners is jouw adviserende rol niet nodig. Geef wel altijd een indicatie in prijsrichting. Sommige mensen nemen uit bescheidenheid vaak iets wat niet te duur is. Als je dat wilt voorkomen, zeg je bijvoorbeeld van een van de duurste gerechten op de kaart: "Die gepocheerde zalm lijkt me niet onaardig..." Je gasten zullen je voorbeeld volgen en zeker niet vals bescheiden zijn. Een goede raad: probeer tijdens het gesprek over de wijnkeuze nooit je gasten te imponeren. Het risico dat je het vertrouwen van je gasten verliest, is vrij groot.

Sfeer opbouwen

Je kunt nog zo'n goede gastheer/gastvrouw zijn: als je in een restaurant zit war het tocht of lawaaierig is, zullen je gasten zich al snel niet meer herinneren hoe onderhoudend en prettig het gesprek met je was. Als de porties aan de magere kant zijn, de koffie koud en de service onvriendelijk, dan heb je het als gastheer/gastvrouw niet gemakkelijk. Want het compenseren van een verkeerde omgeving is heel moeilijk. Het zet je meteen op achterstand.

Aan tafel kun je door de ziel en zaligheid van je klanten heen prikken. Met andere woorden: je kunt veel van hen leren. Daarvoor is wel nodig je te verdiepen in je gesprekspartners, hun wensen en behoeften vast te stellen, naar hen gebaren en lichaamstaal te kijken. Probeer een goede sfeer op te bouwen. Sfeer is immers nodig voor het behalen van een zakelijk doel. Sfeer is er nooit zomaar. Sfeer moet gemaakt worden, stapsgewijze.

Bij het natafelen zit je - als het goed is - op de top. Het is een misverstand te geloven dat aan de bar of tijdens een diner de meeste orders worden afgesloten. Wel wordt op deze niet onplezierige plaats een stevige basis gelegd. De finale zaken blijven voorbehouden aan de kantoren van de (ver)kopers en het teken van een contract blijft een zakelijke aangelegenheid. Maar onthoud: tachtig procent van alle zakelijke beslissingen wordt op niet-zakelijke gronden gemaakt, dus wellicht bij jou aan tafel.

UITGENODIGD VOOR EEN ZAKENDINER?

- Bestel nooit iets duurders dan dat van uw gastheer/gastvrouw. En als niemand iets extra's neemt, doe dat dan zelf ook niet.
- Het wensen van "smakelijk eten" is niet nodig: dit dient vanzelfsprekend te zijn. Een knikje volstaat om te beginnen.
- Praat aan tafel niet over betere of goedkopere restaurants die je kent.
- Complimenteer je gastheer/gastvrouw met de keuze van de wijn, ook al kende je zelf een betere.
- Vergeet als gast nooit de gastheer/gastvrouw te bedanken voor heerlijke maaltijd.
- Wanneer je de volgende dag weer in contact komt met je zakenrelatie, blijf dan zakelijk, hoe amicaal het etentje ook was.