

Thực hành then chốt của F&B Leader

Xin chào anh chị F&BM, RM, BM,

Trước khi đi vào từng đầu việc cụ thể chiều nay, chúng ta cùng nhìn lại những điều mà mọi F&B Leader, dù là Giám đốc Ẩm thực, Quản lý Nhà hàng hay Quản lý Bar, cần mang theo mỗi ngày, trước khi bước vào bất kỳ ca làm việc nào.

01 · NĂM ĐIỀU CẦN MANG THEO MỖI CA

Five Things to Carry Into Every Shift

- ◆ Cơ sở vật chất
- ◆ Con người
- ◆ Sản phẩm
- ◆ Phục vụ & chăm sóc khách hàng
- ◆ Truyền thông & bán hàng

Năm mảng này không tách rời nhau. Một leader giỏi là người đi qua trọn cả năm mảng mỗi tuần, chứ không chỉ giỏi một mảng và bỏ quên bốn mảng còn lại. Dưới đây là những điểm cụ thể chúng ta cần siết lại, bắt đầu từ một khoảng trống đang hiện diện rất rõ.

02 · CA SÁNG ĐANG THIẾU NGƯỜI DẪN DẮT

The Missing Morning Shift

Quan sát gần đây cho thấy phần lớn F&BM, RM, BM đang dồn thời gian và sự có mặt vào ca chiều, ca tối, trong khi ca sáng gần như vận hành một mình. Khách ăn sáng, khách check-out sớm, khách họp buổi sáng đều là những trải nghiệm đang thiếu người “đứng mũi chịu sào”.

Hãy tự hỏi: trong bốn tuần vừa qua, tôi có mặt tại ca sáng bao nhiêu lần? Nếu đổi sang trực ca sáng một tuần, điều gì sẽ khiến tôi bất ngờ?

Mỗi leader chủ động sắp xếp lịch để có mặt tại ca sáng ít nhất 1 đến 2 lần mỗi tuần, luân phiên đều giữa các ca.

03 · SPOT CHECK: DỪNG LẠI VÀ HỎI ĐÚNG CÂU

Spot Checks & Asking the Right Questions

Đi ngang qua khu vực làm việc không phải là kiểm tra. Một spot check thực sự là dừng lại vài phút, quan sát, và đặt câu hỏi để hiểu bản chất công việc của ca đó, chứ không chỉ hỏi “Ổn không” rồi đi tiếp.

Vài câu hỏi nên dùng: “Ca này hôm nay có gì khác thường so với hôm qua?”, “Bàn nào, khách nào em đang chú ý nhất lúc này, vì sao?”, “Món nào đang ra chậm nhất hôm nay?”, “Nếu có một việc em muốn anh/chị biết ngay bây giờ, đó là việc gì?”

04 · HÃY ĐI TRỌN VẸN 1 VÒNG*Walking the Full Floor*

Rà soát cơ sở vật chất không dừng ở khu vực khách nhìn thấy. Một vòng đi tuần đầy đủ phải bao gồm cả hậu trường: bếp, kho, khu vực nhân viên, nhà vệ sinh nhân viên, lối đi nội bộ, những nơi khách không thấy nhưng ảnh hưởng trực tiếp đến an toàn, vệ sinh và tinh thần làm việc.

Nếu khách hàng đi cùng ngay bây giờ, có góc nào mình ngại cho họ nhìn thấy không? Thiết bị nào đang xuống cấp mà mình biết nhưng chưa báo cáo sửa chữa?

05 · GROOMING VÀ NHỮNG CUỘC TRÒ CHUYỆN RIÊNG*Grooming & Monthly Conversations*

Tác phong, grooming là điều đầu tiên khách nhìn thấy trước khi món ăn được mang ra. Nhưng quan tâm đến con người không dừng ở đó, mỗi leader cần dành thời gian trò chuyện riêng với từng nhân sự ít nhất một lần mỗi tháng, để lắng nghe tâm tư, nguyện vọng và mong muốn về lộ trình phát triển của họ: điều gì làm em vui nhất, điều gì làm em mệt mỏi nhất, sáu tháng tới em muốn phát triển theo hướng nào.

06 · MỖI QUÝ MỘT SẢN PHẨM MỚI*A New Product, Every Quarter*

Mỗi quý, bộ phận cần chủ động cho ra ít nhất một sản phẩm mới: món ăn, thức uống, set menu, trải nghiệm. Đây không chỉ là làm mới thực đơn, mà là nguyên liệu sống để đội Marcom có nội dung quảng cáo, dựng video ngắn. Leader không chờ Marcom đề xuất, mà chủ động mang sản phẩm và câu chuyện đến trước.

07 · TRUYỀN THÔNG KHÔNG PHẢI VIỆC RIÊNG CỦA MARCOM*Communications Belong to Everyone*

Leader cần thường xuyên đọc review, đọc bài đăng và kiểm tra chất lượng nội dung trên Facebook, Instagram: xem hình ảnh, câu chữ có đúng chất lượng và tinh thần thương hiệu không, đồng thời khuyến khích nhân viên chủ động tương tác, chia sẻ các bài viết của nhà hàng, của bar lên trang cá nhân.

08 · DỊCH VỤ: HỎI THĂM 100%, KHÔNG BỎ SÓT MỘT BÀN*Service: The 100% Check-in*

File báo cáo tuần / ngày mới của bộ phận Nhà hàng đã bổ sung một yêu cầu quan trọng: leader và supervisor phải hỏi thăm 100% bàn, 100% khách đang sử dụng dịch vụ trong ca. Đây không phải thủ tục hình thức, mà là cách chúng ta chủ động phát hiện và xử lý vấn đề trước khi khách phải tự lên tiếng, đồng thời là cơ hội khéo léo khai thác những phản hồi tích cực thành review thật.

09 · REVIEW ĐỦ NỀN TẢNG: NHIỆM VỤ MỖI NGÀY

Reviews Across Every Platform: A Daily Duty

Khai thác review không phải việc “khi nào rảnh thì làm”, và không chỉ dừng lại ở Google. Google Maps là nền tảng chung cho phần lớn khách, Tripadvisor là nơi khách quốc tế thường tham khảo trước khi đặt phòng, còn DianPing (大众点评) gần như là nền tảng bắt buộc với khách Trung Quốc. Leader cần nhận diện đúng khách, đúng nền tảng phù hợp với họ, chứ không mời chung chung.

Đây là một nhiệm vụ hằng ngày với chỉ tiêu rõ ràng: leader chủ động nhận diện những khách có trải nghiệm tốt qua vòng hỏi thăm ở Phần 08, và mời khách để lại đánh giá ngay tại thời điểm đó, trên đúng nền tảng khách quen dùng.

Một review có hình ảnh luôn có sức nặng hơn nhiều lần một review chỉ có chữ. Vì vậy, việc quan trọng không kém là chủ động tạo ra những khoảnh khắc, những góc trình bày món ăn, không gian, chi tiết trang trí, đủ đẹp và đủ bất ngờ để khách muốn rút điện thoại ra chụp. Khi khách đã muốn chụp, khách cũng sẽ muốn chia sẻ, và đó là lúc một lời mời để lại đánh giá trở nên tự nhiên nhất.



10 · BÀN GIAO CA TRỌN VẸN

A Complete Handover

Không phải leader nào cũng có mặt ở mọi ca, nhưng thông tin thì phải có mặt ở mọi ca. Cuối mỗi ca, người phụ trách cần bàn giao rõ ràng cho ca sau: bàn nào đang có vấn đề chưa xử lý xong, khách nào cần được chăm sóc tiếp, việc gì còn dang dở. Một câu chuyện tốt về khách hàng chỉ trọn vẹn khi nó được kể lại đầy đủ cho người tiếp theo, chứ không dừng lại khi ca làm việc kết thúc.



LỜI KẾT

Closing Note

Mười điều ở trên đều xoay quanh một điều duy nhất: sự có mặt thật sự của người leader, ở đúng nơi, đúng lúc, với đúng sự quan tâm. Không camera, không thanh tra, không ai đứng canh: điều đội ngũ làm khi không có ai nhìn mới là văn hoá thật của chúng ta.

Cảm ơn anh chị đã luôn đồng hành và nỗ lực cùng đội ngũ mỗi ngày. Mỗi thay đổi nhỏ anh chị tạo ra hôm nay sẽ là nền tảng cho một dịch vụ tốt hơn ngày mai.

1 người · 1 ngày · 1% ♥