un œil en salle

magazine en ligne

www.unoeilensalle.fr

SAVOIR-ÊTRE

Signatures de service

TENDANCES MÉTIERS

Barmen tatoués, un effet de mode ?

Dossier spécial Sirha 2017

SAVOIR-FAIRE

L'ouverture du porto au feu

Hors-série • Janvier 2017

Attitudes en salle : comment bien s'adapter aux desiderata du client

La psychologie humaine est complexe. C'est pourtant un axe à ne pas négliger pour bien comprendre les attentes et les besoins des hôtes. Trois professionnels, garants d'un service d'excellence, expliquent la manière dont ils se comportent au quotidien.

« *Chaque individu qui franchit la porte d'un restaurant est unique.* » Telle une conviction, **Yoann Gregory**, directeur du restaurant yam'Tcha à Paris (Ier), attache beaucoup d'importance à l'arrivée du client. Celle-ci doit être « *personnalisée* ». Un avis que partage **Claire Sonnet**, maître d'hôtel dans le restaurant Alain Ducasse au Plaza Athénée (VIIIe). « *Tout se joue à l'accueil. L'attitude et les postures des mains et/ou du corps permettent de savoir si le convive a envie que nous rentrions dans son cercle intime.* » Joyeux ou triste, bavard ou silencieux, extravagant ou réservé, ces traits de personnalité permettent de le cerner. « *Une vraie gymnastique* », poursuit la diplômée de psychologie Claire Sonnet, très au fait du comportement humain. « *Ces indicateurs sont importants et permettront d'adapter un rythme de service. La reconnaissance client est une chose importante, mais grâce au cardex, la connaissance de celui-ci permet d'aller plus loin dans sa satisfaction. Par exemple, un couple d'habitués a une mise en place spécifique : pas de verres à eau, dressage en face à face et non côte à côte. Sans qu'il n'ait à le dire systématiquement, nous ferons le nécessaire en amont de son arrivée* », complète Yoann Gregory.

Claire Sonnet, maître d'hôtel dans le restaurant Alain Ducasse au Plaza Athénée à Paris (VIIIe) : « *Notre travail est de faire vivre un moment d'exception.* »

Bijoux, tenues vestimentaires...

À table, même philosophie. Pour bien conseiller l'hôte dans la vente, il faut aussi définir ses goûts. « *J'essaye de trouver des passerelles de communication qui ne passent pas par des termes techniques*, indique **Pierre Vila Palleja**, restaurateur au Petit Sommelier à Paris (XIVe). *Je questionne les clients sur leurs métiers, et j'adapte en fonction un vocabulaire qui sera le plus parlant pour eux. Je peux aussi demander, par exemple, quels sont leurs goûts musicaux. En fonction des réponses, j'arrive à mieux cerner la personne que j'ai en face de moi, ce qui me permet de l'aiguiller dans ses choix.* » Les objets de valeur (bijoux, tenues vestimentaires...) sont également des signaux. Mais « *il ne faut pas non plus scruter les clients*, prévient Claire Sonnet. *L'aspect financier n'est pas prioritaire. De plus, les apparences sont parfois trompeuses. Quelqu'un qui porte des vêtements ou une montre de luxe ne souhaite pas forcément prendre le menu le plus cher ! Notre travail est de faire vivre un moment d'exception.* »

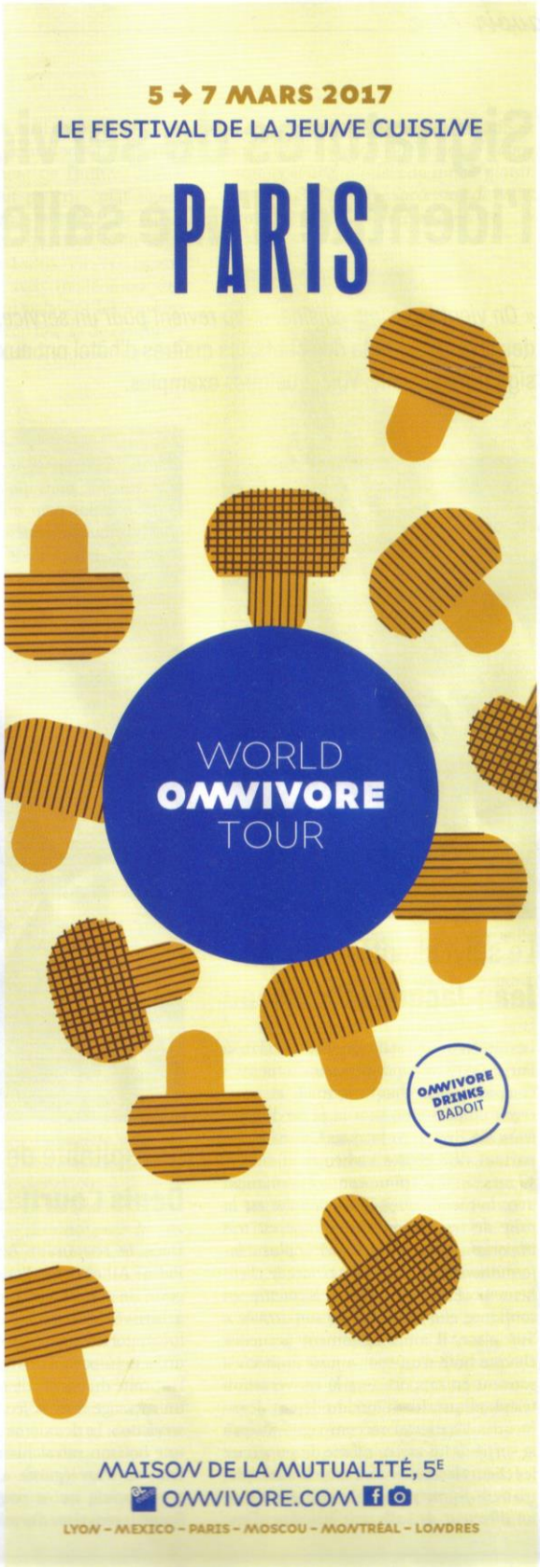
Pour Pierre Vila Palleja, « *la question de l'argent, soit du budget de la prestation, est difficile à aborder avec la clientèle française.* » Il présente ainsi plusieurs choix dans des gammes de prix différentes afin de « *ne pas faire d'erreurs* ». L'objectif : orienter le client le plus justement possible. Dans cette capacité à écouter l'autre, le personnel de salle peut même arriver à vendre le plat, le produit ou le vin qu'il aura décidé. « *Nous pouvons toujours faire changer un client d'avis. Cela passe par une argumentation commerciale avec les bons mots, la bonne tonalité de voix, les bons gestes. Mais la priorité n'est pas d'aller contre sa volonté. S'il veut manger deux fois le même élément, un foie gras en entrée puis un pigeon André Malraux en plat principal, notre devoir est de l'informer de la répétition*

© Valerie Semesseliis

Yoann Gregory, directeur du restaurant yam'Tcha à Paris (Ier) : « *L'adaptabilité est l'une des qualités indispensables à tout personnel de salle ; mais elle n'est pas innée et demande de l'entraînement.* »

Pierre Vila Palleja, restaurateur au Petit Sommelier à Paris (XVIe) : *« Pour un objet de luxe, il y a toujours un bel emballage qui met en valeur le produit. En restauration, c'est la même chose ; le service valorise les mets. »*

de cet ingrédient, et non de le dissuader. L'adaptabilité est l'une des qualités indispensables à tout personnel de salle ; mais elle n'est pas innée et demande de l'entrainement », conclut Yoann Gregory. »

ZOÉ PLAYOUST

« Une des clés du succès est la confiance en soi. Une des clés de la confiance en soi est la préparation. » La citation du célèbre sportif **Arthur Ashe** fait office de résumé. L'attitude en salle est certes un élément marquant de l'atmosphère d'un restaurant, mais il ne faut pas oublier que pour y parvenir, plusieurs points doivent être maîtrisés en amont, dont les connaissances (produits, culture générale et suivi des actualités, l'établissement et son environnement). Sans compter l'observation des comportements et l'adaptation à ceux-ci, qui s'acquièrent avec l'expérience.