

1 - réponses

1 La Diététique : c'est l'ensemble des règles à respecter pour se nourrir équilibré. Les dérives d'une alimentation trop grasse, trop sucrée, a mis en évidence la malbouffe et a poussé les Pouvoirs Publics à lancer des campagnes sur le thème « manger-bouger ». Le Plan National Nutrition Santé (PNNS) recommande de manger : 5 fruits et légumes par jour, 3 produits laitiers par jour, du poisson deux fois par semaine, pas trop de graisses, ni de sucre, pas trop de sel.

2 Viande bovine. Le terme « bœuf » est exclusivement réservé à la viande d'un taureau ou à celle d'un taureau castré.

3 Le magret. En occitan, c'est un diminutif de « maigre ». Durée de cuisson : Saignant = 5 mns, à point 7 mns, bien cuit : 9 mns, le tout dépendant bien sûr de l'épaisseur de magret.

4 Mélange d'ail et de persil hachés. On y ajoute quelquefois de la mie de pain tamisée. Utilisations les plus courantes : sur des tranches de bœuf froid., ajout en fin de cuisson de grillades (bœuf, agneau) de poisson frit, de poulet rôti, de légumes (haricots verts, tomates à la provençale).

5 La Mayonnaise. Mahon, capitale de l'île de Minorque (Baléares) vaut le détour si vous aimez la randonnée, les criques retirées et si vous fuyez le tohu-bohu des stations balnéaires.

6 Les desserts. Leur consommation remonte à l'antiquité. Le site www.cakeandsweets.fr est intéressant pour l'histoire, et le Blog des Experts, www.lhotellerie-restauration.fr, « Recettes de Chef à Chef » animé par Marcel Matiussi, est une foison d'idées et de recettes adaptées aux temps de fabrication et aux goûts des clients.

7 Le zest. Plongés dans de l'eau froide portée à ébullition, les zests perdront leur amertume.

8 On compte 7000 variétés répertoriées, dont 1 millier de pommes à cidre. Pour contrôler vos réponses, consultez wikipedia.org

9 La ronce et non pas le mûrier. Cet arbre fourni un fruit appelé également « mûre », excellente en confiture. Dans les années 60, La production de soie était répandue dans les familles. Il suffisait d'élever, dans des boîtes à chaussures, des vers à soie, dont la nourriture principale était la feuille du murier.

10 Glace à la crème, glace aux œufs, glace à base de sirop, sorbet aux fruits, sorbet au vin, sorbet à la liqueur ou à l'eau de vie.



2 - réponses

- 1 L'apéritif anisé est servi dans le verre, la glace et l'eau sont servies à part. Lorsqu'on met les glaçons dans le verre, avec l'apéritif anisé, l'anéthol (obtenu par distillation d'essences d'anis) se cristallise et modifie le goût.
- 2 Les AOC/AOP sont nombreuses : Beaufort, Comté, Cantal, Appellation d'origine contrôlée, Cap Corse,
- 3 En Ecosse. Avec 97 distilleries, l'Ecosse produit 700 millions de litres par an.
- 4 Le houblon. On utilise la fleur de cette plante grimpante, appelée aussi « vigne du Nord ». Cultivé dans le Nord et l'Est de la France, en Belgique, sa production mondiale est dominée par les Etats Unis, l'Allemagne et l'Ethiopie, qui, à eux 3, fournissent 70 % des besoins (base 2007).
- 5 Appellation d'Origine Protégée. Les AOC s'appuient sur un décret de 1935, la démarche reste le passage obligé avant d'obtenir son équivalent européen, l'AOP.
- 6 Fermentée. Toute fermentation est activée par la présence de : glucides, levure, eau, température activant le travail des levures.
- 7 Variété de vigne. Chaque production en AOP/AOC respecte un cahier des charges qui prévoit notamment les noms de cépages à cultiver. L'INAO est l'organisme gouvernemental qui gère les réglementations.
- 8 Par fermentation. La fermentation alcoolique produit l'alcool du vin, la fermentation malolactique transforme l'acide malique en acide lactique et apporte de la souplesse au vin. Cette dernière est systématiquement utilisée dans la production de vin rouge.
- 9 Toutes les boissons doivent être ouvertes devant le client, de manière à lui permettre d'authentifier la conformité du produit, sauf pour les boissons vendues au verre.
- 10 Lait, café, sucre en poudre, glaçons.



3 - réponses

- 1 Sur vos lèvres et dans vos yeux. Selon [Fabrice Renault*](#), il existe 19 messages dans un sourire, dont : le sourire de bienvenue pour accueillir, le sourire complice pour noter une relation étroite, le sourire séducteur (vous voulez un dessin ?), le sourire amoureux, incontrôlable, le sourire défensif, le sourire audacieux pour se donner de l'assurance, le sourire gêné pour se faire pardonner, Et aussi, Le sourire sadique, le sourire d'épuisement, le sourire excédé, le sourire d'extase.
- 2 Le ton et l'attitude. Lorsqu'un de vos collègues vous dit « bonjour » en arrivant au travail, qu'est-ce qui compte le plus pour vous : le mot ? L'attitude ? Le ton ? C'est bien le ton et l'attitude qu'il adoptera qui vous donneront de véritables signes de convivialité ou de distance.
- 3 L'accueil n'est pas le monopole de certains, mais l'affaire de tous. Nous sommes tous en relation avec le client. Suivant notre emplacement dans le restaurant, nous donnerons des signes de « prise de contact », à tout moment, ne serait-ce qu'un regard agréable en croisant le client.
- 4 Les zygomatiques. Rions, certes, mais soyons prudents aux messages de la circonstance du rire. Selon Alain [Vandeboncoeur**](#), il y a les rires bruyants, communicatifs, contagieux, de contenance, défensifs, de démente, rires déplacés, rires éclatants ou étouffés, rires francs ou forcés, rires idiots, ironiques, joyeux, méprisants, moqueurs, pincés, nerveux,
- 5 Lors de l'encaissement et du départ, conserver une qualité de sourire et de convivialité aussi performante qu'à l'arrivée du client.
- 6 Qui tire son nez. L'expression « saquer sin nez », d'origine nordiste, se dit de quelqu'un qui n'est pas content, mais qui ne le dit pas.
- 7 Indiscutable. La communication virtuelle, comme les sms, à leur origine, n'indiquait pas le ton et les malentendus furent fréquents. Ainsi, se sont développés les smileys et autre émojis. D'autres diront que nous revenons parfois, avec autant d'émojis dans la communication écrite, à l'expression des hiéroglyphes des égyptiens.
- 8 S'éclaire. Ne le répétez pas, mais il m'est arrivé de signaler à un stagiaire, qui se déclarait « heureux » d'exercer son métier en contact avec le client, qu'il avait un « sourire franchement intérieur, tellement son expression était sombre ».
- 9 Reviens vers toi, comme un boomerang.
- 10 Sourire. Le tournesol en est un excellent exemple.

* <http://www.mieux-vivre-autrement.com/les-19-messages-du-sourire.html%23sthash.nbfNzBTG.tTEnnvqu.dpbs>

** <http://clicnet.swarthmore.edu/rire/textes/vadboncoeur.html>



4 - réponses

- 1 Elles seront de la même couleur que le pantalon ou la jupe, ou que les chaussettes. De plus, pour des raisons d'ergonomie et de fatigue, préférer celles qui ont une bonne fermeture au « coup de pied » (talus, devant l'astragale), une semelle suffisamment épaisse pour amortir les pas (1 cm), un talon autour de de 2 cm. Pas de talon haut ni de ballerines.
- 2 Endurance. Un serveur qui réalise 2 services par jour marche sur 12 à 14 kms, soit l'équivalent d'un randonneur qui sort dans la nature, à vitesse moyenne, durant une grosse 1/2 journée. La pression du service et la température augmentent la fatigue du serveur.
- 3 La propreté, les ongles propres, les dents bien entretenues, les cheveux brossés, les vêtements sans tâche, les boutons bien en place, les chaussures cirées., ...
- 4 Laxisme. Il est des restaurants où le personnel m'expliquait qu'il valait mieux caler la performance sur la moindre attention, puisque « nous ne sommes que des porteurs d'assiettes » et que les clients « ne voient pas ce que l'on fait pour eux ». Et pendant ce temps-là, l'entreprise se démène pour remplacer les clients perdus, en achetant des publicités accompagnés de coupons d'avantages.
- 5 Par discrétion. De plus, les arômes des plats qui circulent dans le restaurants ont un effet sur les ventes.
- 6 Réponse laissée à l'appréciation de chaque entreprise.



5 - réponses

1. Saluer. Alain Pons, - auteur du Traité du savoir-vivre en Italie - relève que : « La civilité, ..., représente un principe tout à la fois politique, moral, et, on peut le dire, esthétique, de discrimination entre les conduites des individus et des peuples. Elle permet de reconnaître ce qui est civil et ce qui ne l'est pas, à savoir le sauvage, le barbare, l'inculte, le grossier ».
2. Agir avec délicatesse avec quelqu'un. Selon Louise d'Alq, femme de lettres, 19e siècle : « S'il y a des cas où il faut suivre strictement l'étiquette, dans bien d'autres, le cœur et le bon sens sont les meilleurs conseillers ».
- 3 La femme, c'est une évidence.
- 4 18 h ou 19 h, suivant le coucher du soleil.
- 5 Salamalec. En effet, il ne faut pas trop en faire, car la bienséance est bien l'ennemi de l'excès.
- 6 On ne propose pas de les resservir. Il s'agit bien d'un usage bien installé, tout comme on ne trinque pas avec un café.
- 7 L'étouffe. Parmi d'autres expressions du même type, on trouvera : « ce n'est pas la modestie qui l'étouffe ».
- 8 Il y a 2 hypothèses :
 - Soit elle trouve son origine en Prusse, où le 31 du mois n'existe que 7 fois dans leur calendrier, et les soldats recevaient une solde supplémentaire, tous revêtus de leurs meilleures tenues
 - Soit, cela vient d'une expression "se mettre sur son trentain", lequel est un drap très luxueux
- 9 La femme, encore une évidence.
- 10 Avant, afin d'anticiper une éventuelle chute.



6 - réponses

- 1 Radio Convivialité Client, fruit de l'imagination de l'auteur. Ne cherchez pas la fréquence, elle est en vous et dans votre restaurant.
- 2 Bougon. Son contraire sera le mot « affable » ou « aimable ». Je me délecte aussi de lire les mots voisins de « bougon », tels que : brusque, hargneux, grincheux, grognon, grossier.
- 3 Discret. Voici quelques interdictions datant du 17^e siècle, et qui sont toujours d'actualité : « Il ne faut pas hurler en baillant, ne pas regarder dans son mouchoir, ne pas arroser de sa salive le visage de l'interlocuteur, ne pas se préparer en présence d'autrui à satisfaire des besoins intimes ». Nicolas Constant – 17^e siècle – Bienséances de la conversation entre les hommes.
- 4 Perspicace. Le dictionnaire du Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales écrit cette définition : « Qui est doué d'une intelligence pénétrante et subtile, qui saisit ce qui échappe à la plupart et peut établir des prévisions ». Ouah ! Si vous l'êtes, vous vous sentez grandir ! Bravo !
- 5 Jovial. Et si quelqu'un a besoin de stimuler la joie, les naturopathes conseillent la consommation de jus de bourrache.
- 6 Mythomane. Le « mytho » est facile à déceler lorsque l'on observe bien son comportement : il se touche le visage en s'exprimant - il cligne des yeux - il détourne le regard - il s'enfonce dans les détails du sujet ou il reste évasif - il lui est tout arrivé, il a tout vécu.
- 7 Il ne fait rien d'utile. L'origine viendrait d'une anecdote vécue par un gardien du Jardin des Plantes (Paris), lorsque la 1^{ère} girafe arriva en 1827. Alors qu'il était accusé d'inactivité chronique, il aurait répondu : "Je peignais la girafe". Mais, ce ne serait pas la seule explication.
- 8 Marcher silencieusement. Puisque l'on évoque le loup, savez-vous que cet animal a une vie sociale très proche de la nôtre, par exemple : appartenance à un groupe, vie en société avec des codes hiérarchiques, envie d'accéder au statut le plus élevé.
- 9 Blanc Bec. J'aime cette citation de Pierre Dac, humoriste, 20^e siècle : « Le crétin prétentieux est celui qui se croit plus intelligent que ceux qui sont aussi bêtes que lui ».
- 10 Une porte de prison. En anglais, l'expression pourrait être « "She is like a bear with a sore head.", c'est-à-dire « elle est comme un ours avec une tête douloureuse ».



7 - réponses

1 Lorsque l'on veut transmettre une information, à l'oral, sous la forme d'un monologue, les interlocuteurs ne retiennent que 20 % du message auquel on pense. Les sources de déperdition sont liées à la différence entre ce que l'on veut dire et ce que l'on dit réellement, à ce que l'interlocuteur entend, comprend, retient, sans oublier ce qu'il accepte d'entendre et ce qu'il refuse. Et ce qu'il répercutera ensuite ne représente que 10 % de mon idée initiale. Donc, choisissez l'échange réel, le dialogue plutôt que le monologue.

2 C'est la capacité d'un vendeur à se mettre à la place de l'autre : comprendre ses besoins, ses attentes. Ainsi, le serveur-vendeur orientera ses propositions d'une manière plus adaptée au client.

3 Il marmonne. Son élocution est à voix basse, le son peu audible. Son client ne le comprendra pas.

4 Volubile. En parlant trop rapidement, le client n'aura pas le temps nécessaire pour tout comprendre.

5 S'exprimer d'une manière hésitante et monotone. Ainsi, le client n'apportera aucune crédibilité à ce que vous voulez dire.

6 Bara = pain, et gouine = bouche. Le pain dans la bouche empêche de parler correctement. D'où le mot « baragouiner ».

7 Superbe Parole Audible que de Moi, fruit de la pure imagination de l'auteur. A quoi bon s'exprimer si vous êtes le seul à comprendre ce que vous voulez dire !



8 - réponses

1 Ironie, ricanement, moquerie, raillerie.... Nous sommes bien d'accord que les clients attendent de la décontraction de la part de l'équipe de service, mais cela n'empêche pas de respecter des codes de comportement relevant du contexte commercial.

2 Plusieurs astuces pour suivre discrètement une table : traverser votre espace en regarder « largement » comme vous le feriez avec votre appareil photo réglé sur « grand angle » - regarder discrètement lorsque vous passez à proximité - entre vous tous, membres de l'équipe, vous transmettre des informations en dehors de la présence de client - choisir des noms de codes et des gestes discrets pour communiquer entre vous.

3 Tapoter les doigts sur son pad - se râcler la gorge - des « Hum ! » qui veulent « dépêchez-vous » - trembler - jouer avec un objet - regarder régulièrement ailleurs.

4 Fixer un point précis sur la table, sur le visage du client, reluquer, épier.

5 La vanité. « L'orgueil et la vanité sont les échasses du sot, mais elles ne le grandissent que pour le faire tomber de plus haut ». John Petit-Senn ; Bluettes et boutades (1846)

6 63 %. Nous sommes dans la mutation de la relation avec le client. Pour preuve, l'étude « Le service en salle », publiée par Gira Conseil, en juillet 2017, où Bernard Boutboul, Directeur Général, précise : « ...l'humain ne doit pas s'absenter du moment passé au restaurant par des consommateurs de plus en plus en recherche du couple « assiette-personnel » qui leur procurera l'expérience et le plaisir tant recherché ».

7 Guignol. A l'origine, le personnage de Guignol a été créé pour être le porte-parole des « petites gens », et il a dérivé au fil du temps vers un personnage ridicule. Plus récemment, Canal+ a construit son succès avec son émission « les Guignols de l'Info », parodies de personnalités politiques.

8 Le métier. C'est, à la fois, le fruit de connaissances acquises, d'expériences faites, d'automatismes professionnels installés, comportements relationnels maîtrisés. Mais, ce n'est pas la clef pour décrocher le 1er emploi, car « Pour tenir sur le long terme, il faut avoir envie de réussir, pas la peur de ne pas réussir ». Stéphane Diagana, champion du monde (400 m haies 1997) et conférencier - Mensuel L'Entreprise. Et les entreprises recherchent ceux qui veulent apprendre.

9 Fumiste. En argot, le fumiste est un personnage peu sérieux, ni fiable. Et il m'arrive de préciser, lorsque des débutants n'ont pas encore compris que le comportement professionnel est plus important que la connaissance, que « nous travaillons dans le tourisme, mais nous ne faisons pas du tourisme ».

10 S'habiller élégamment. La tenue professionnelle donne des signes de confiance ou de méfiance, selon qu'elle nette ou brouillon.



9 - réponses

1 Ne pas se comprendre, dans la même langue. En effet, autant un informaticien peut parler dans un jargon technique avec un autre confrère, autant il lui faudra trouver des mots courants pour être compris par un néophyte.

2 Avez-vous pensé à enregistrer votre exercice, pour corriger ensuite votre articulation ? En effet, puisque l'on ne voit pas le correspondant, l'articulation sera plus fluide, plus appuyée que dans un échange en vis-à-vis.

3 Vous devenez rouge écarlate par timidité, par pudeur. Vous n'éviterez vos réactions de timidité, par contre, vous pouvez la vaincre. Les longues inspirations/expirations vous y aideront, et aussi en affrontant les difficultés et en trouvant vous-même les bonnes solutions. Même les compliments peuvent vous faire devenir écarlate, et pourtant, ils vous sont utiles. Autre piste : apprenez à jouer la comédie parce que vous jouez un rôle comme un acteur.

4 Le langage technique de la cuisine ou de l'œnologie. La réponse 1 vous a éclairé sur ce point.

3 Fastidieux. Contrairement à ceux qui sont soumis à des gestes répétitifs, devant des machines, vous avez la chance de travailler avec les autres, les clients, tous sont source d'enrichissements, d'expériences. Ne passer pas à côté de ce privilège.

4 C'est appliquer une règle élémentaire de la vente : le vendeur fait parler le prospect, le client, donc le temps de parole du vendeur est de 1/3 et celui du client 2/3.

7 Provence. Cette attitude est aussi un manque d'empathie. Pourtant, cette dernière qualité est une capacité à percevoir ce que l'autre ressent et à se mettre à la place d'autrui.



10 - réponses

1. Vous poserez une question ouverte, dans le style : « comment avez-vous trouvé? » Ainsi, le client vous apportera de nombreuses informations que vous pourrez utiliser ensuite.

2 C'est un processus qui permet à celui qui émet un message de savoir si son interlocuteur a bien compris ce qui lui a été expliqué. Au restaurant, même si vous avez l'impression de manquer de temps, n'oubliez pas, par exemple, la reformulation précise de la commande pour éviter de regrettable erreur d'envoi par la suite.

3 « Pour terminer, je vous propose (1 proposition), ou (1 proposition) ou (1 proposition) », soit 3 propositions différentes de boissons chaudes. Cf chapitre 13.

4 Les adjectifs et les adverbes qui valorisent les produits ou votre travail. C'est pourquoi, l'expression « petit café » vous tourne en ridicule quand le client vous répond « avec la petite addition ».

5 Par exemple : « pour terminer et profiter encore un peu, je vous propose (1 proposition), ou (1 proposition) ou (1 proposition) », soit 3 propositions différentes. Cf chapitre 13.

6 Par exemple : « Nous avons des desserts qui ne demandent pas d'attente comme (1 proposition), ou (1 proposition) ou (1 proposition) », soit 3 propositions différentes, dont le café ou le thé gourmand.

7 Qu'il souhaite probablement s'installer à un endroit plus calme. Il faut vous fier autant à votre flair qu'à ce que le client ne veut pas dire ouvertement.

8 Par exemple : « De combien de temps disposez-vous pour » ? Ou « à quelle heure souhaitez-vous être libéré ? » Vous pourrez ensuite lui faire des propositions qui respecteront sa contrainte.

9 Les atomes. Avec les autres, on parlera d'atomes crochus. Dans le commerce, quelles que soient la présence ou l'absence d'affinités, le serveur développe des attitudes qui lui permettent de ne pas faire de différence de comportement d'un client à un autre.

10 Je m'excuse et je m'en excuse.



11 - réponses APA

1. Aux grandes occasions, les ventes additionnelles (apéritifs spéciaux,) se font toutes seules. C'est le reste de l'année que vous avez besoin d'en faire, donc, identifier les raisons de la présence des clients vous permet d'ajuster vos propositions, avec les méthodes des fiches 12 et 13.
2. C'est l'art de créer un climat convivial avec le client pour vendre des prestations supplémentaires, tout en respectant ses besoins. Cette bonne technique de vente permet de fidéliser le client soit à votre restaurant, soit à votre enseigne, soit à un site touristique ou d'affaires.
3. Ce sont les ventes complémentaires que vous saurez vendre au produit principal. Par exemple, si un client choisit un menu, les apéritifs, le café, le 2e café sont des ventes additionnelles. Autre exemple : si le client prend un plat à la carte, lors de la proposition de fin de repas, il vaut mieux lui proposer un dessert, un café gourmand plutôt qu'un café tout simple.
4. Bien s'informer avant le début du service, et notamment lors du briefing ou du passage des consignes. Lorsqu'un serveur prend son service « les mains dans les poches », sans se préoccuper de ce qui pourrait se passer, lui garantit un très mauvais moment à passer avec ses clients.
5. Informer le client en lui remettant la carte. Dans ce cas, le client ne vous en voudra pas. Ce qui est important dans cette situation, c'est le ton, l'attitude et les mots choisis pour le dire.
6. Pendant le service, faire circuler l'information en temps réel : affichage immédiat en cuisine, informer les serveurs avant qu'ils ne prennent de nouvelles commandes, par exemple.
7. « Etre clair comme de l'eau de roche ». Cette expression trouve sa « source » dans le fait que l'eau de roche est de l'eau de source, limpide et transparente.
8. Que vous ayez un stylo ou un stylet, ces objets vous permettent d'enregistrer les commandes et aussi de les montrer sur les supports de vente, tout en valorisant les produits. Montrer les produits avec vos doigts focalisera l'attention du client sur votre doigt, et non pas sur le produit.
9. 1er exemple : faites parler vos expériences gustatives - 2e exemple : rapportez les propos des autres clients - 3e exemple : glissez au moins 1 adjectif du goût dans chaque phrase, Et vous quelles sont vos astuces ?
10. « Un bon serveur vendeur est celui qui prend plaisir à faire des ventes additionnelles au produit principal ». Ce n'est pas la seule source de plaisir au travail, mais ça compte pour développer de l'expérience que l'on exploitera tout au long de sa vie active.



12 - réponses

1 Cela indique qu'il y a un volume de sucre présent dans le vin, après fermentation. Après la vinification, le taux de sucre doit être compris entre 0,1 et 2 grammes par litre. Parmi les vins secs les plus connus en AOP, on peut citer le Chablis, le Sancerre, des vins d'Alsace comme le Riesling.

2 Acide, amer, sucré, salé, acidulé, épicé, fruité, relevé, âpre, citronné, poivré, pimenté, raffiné, persillé, houblonné,

3 Arôme. Pour un plat, on utilisera les mots « fumet » ou « odeur », pour une fleur, le mot « senteur », pour un parfum, le mot « fragrance ».

4 L'inciter à se déplacer pour les voir, l'accompagner pour présenter les produits, car le visuel marque plus les esprits que l'ouïe.

5 L'humour. Les calembours, les contrepèteries, les situations comiques, les parodies, bien ficelées iront à votre avantage. Par contre, vous fuirez l'humour noir, l'ironie, le grotesque et les méprises.

1 L'odorat. Et oui ! C'est le seul sens qui est relié directement au siège de nos émotions dans notre cerveau. Voilà pourquoi il provoque spontanément des réactions émotives et des comportements spontanés.

7 Moelleux, sensible, soyeux, doux, souple, saisir, chaud, tiède, froid, frais, fragile, fondant, pétillant, juteux,

8 Parfum, arôme, essences, bouquet, grisant, fumé, caramélisé,

9 Splendide, aspect, cliché, sublime, net, clair, coloré, harmonieux, brillant, éblouissant, grand, superbe, imposant, généreux, floral,

10 Il n'a pas eu de succès. L'expression vient du Berry et signifie « coup nul » au jeu de quilles par exemple. La concertation avec l'équipe de service est la base d'une collaboration efficace. A quoi bon se démener en cuisine pour produire des plats qui ne se vendront pas.



13 - réponses

- 1 Léger. Pour donner des conseils qui peuvent être suivis, le choix des mots vous aidera à avoir du succès auprès des clients.
- 2 Stylo et stylet servent à enregistrer les commandes, et aussi à montrer les produits sur la carte ou les plv. En fait, montrer du doigt aurait pour conséquence de centrer l'attention du client sur la morphologie du doigt et non pas sur le produit.
- 3 il s'agit de suggérer des produits, des prestations qui correspondent aux besoins du client. Cette technique se distingue nettement de la solution à la question 4.
- 4 Méthode consistant à employer des arguments agressifs pour gagner en chiffre d'affaires ou en part de marché. En restauration, le client n'aime pas ces méthodes, le restaurateur fidélise peu ses clients.
- 5 Perplexe. Tous ceux qui exercent un métier en contact avec le public vous le diront : « il vaut mieux dépenser de l'énergie pour se faire comprendre aisément, plutôt que dépenser de la salive inutilement ».
- 6 Suggérer. Le client attend de vous des conseils, des propositions, des éclairages. Il suffit, pour cela, d'être à l'écoute de ses envies et de bien connaître vos produits.
- 7 Cette qualité s'apprécie en bouche. Le vin est bien constitué, charpenté, et a une bonne présence alcoolique.
- 8 Un camelot. Si l'une des meilleures écoles de vente de terrain se trouve bien sur les marchés, la salle de restaurant demandera un langage plus rangé. Au Canada, un camelot est un distributeur de journaux.
- 9 Emotions. Parmi tous les métiers de la vente, ceux de l'alimentaire sont ceux qui procurent aussi beaucoup de plaisir à ceux qui vendent les prestations.
- 10 C'est un terme que l'on applique à des vins effervescents issus d'une élaboration en méthode champenoise ou en méthode traditionnelle. Il indique un taux de sucrosité supérieur à la qualification « brut ». Par exemple, un Champagne Demi-sec contiendra entre 32 et 50 gr/litre de sucres résiduels.



14 - réponses

1 Die - plot - Ma - Scie - Diplomatie. Autrement dit, le tact. Il s'agit de respecter les points de vue du client, à garder son calme en toutes circonstances, et à mesurer ses paroles.

2 Par exemple : « Je me suis mal exprimé », car il vaut mieux « assumer » soi-même que d'accuser le client de ne pas comprendre.

3 Par exemple : « Je vais me renseigner et je reviens vous apporter la réponse ». En fait, vous allez vous engager à apporter une réponse, même « en différé ».

4 Par exemple : « Voilà ce que nous pouvons faire pour vous : ... ». Il y a de nombreuses situations où le client attend qu'on lui dise clairement ce qui va se passer, car il n'aime pas le flou.

5 C'était le langage des gueux. Par contre, vous connaissez des entreprises qui choisissent un thème, un environnement, où le client apprécie le langage qui convienne au lieu. Par exemple, les restaurants où l'on parle le « louchébem », langage des bouchers parisiens ou lyonnais. Sauf que les clients devraient comprendre le contexte. Ce qui a fait dire à un client qu'il n'y retournerait pas dans ce type de restaurant car « il n'avait jamais connu autant de désinvolture ».

3 Girouette. Si vous êtes en manque d'exemples concrets, observez un peu plus le personnel politique. Parmi les plus marquants, vous pourrez vous intéresser à Edgar Faure (1908-1988), et à l'une de ses maximes comme « Avoir toujours raison, c'est un grand tort ».

7 La mine. Allez, avouez ! Combien de fois vous êtes-vous fié à la présentation et à l'allure avant de découvrir ensuite un personnage contraire ! Si vous insistez, je vous ferai part de quelques-unes de mes bévues.

8 Enrichit. Saint Ex, vous connaissez Le Petit Prince ? C'est aussi une personnalité qui a donné son nom à de nombreux lieux comme l'aéroport de Lyon-Satolas, des structures éducatives ou culturelles.

9 Ah ! - Tôt - Meuh - Atomes (crochus). L'expression vient des philosophes grecs qui pensaient que les atomes avaient des crocs pour s'assembler.

10 Les choses qui changent. Ou peut-être préférerez-vous la citation de Francis Blanche, humoriste, 20e siècle : « il vaut mieux penser le changement que changer le pansement ».



15 - réponses

Conviv'Action®

1 30 %. On entend souvent que « l'on n'a pas le temps de s'attarder sur des détails comme ça, parce que on a beaucoup de travail ». Seulement voilà, si vous veillez à ce type de détails pendant que vous êtes « en activité moyenne » ou « activité faible » durant le service, de bons nouveaux automatismes de travail s'installeront en vous, et bien que vous ayez une excellente mémoire, nous n'aurez plus à constater d'erreurs de compréhension.

2 Pendant les séances de formation, pendant les périodes de service à faible ou moyenne fréquentation.

3 A se transmettre des informations d'un jour à l'autre, à informer ses collègues qui étaient de repos la veille.

4 Pierre Dac, humoriste, 20e siècle. Vous aimerez aussi celle de Coluche (humoriste, 20e siècle : « les portes de l'avenir sont ouvertes à ceux qui les poussent »).

5 En fait, connaissez-vous vos produits ? - Avez-vous demandé des compléments d'informations, au briefing, par ex ? - Avez-vous suffisamment articulé, insisté sur ce qui est important pour le client ? - Avez-vous entendu, écouté ce qui est important pour lui ?

6 Parallèles, parce que des clients superstitieux ne croiseront jamais leurs couverts.

7 La conversation. Et celui qui restait silencieux commettait la pire des incorrections.

8 Iconoclaste. Aujourd'hui, on se permet de jeter beaucoup de repères de savoir-vivre ou de conventions sociales, je ne suis pas contre en privé. Mais dans le commerce, c'est nous qui devons être attentifs à ceux de nos clients.



16 - réponses

- 1 Écouter le répondeur, lire les messages de réservation, y répondre. Les correspondants attendent une réponse rapide à leurs questions.
- 2 La mauvaise humeur et l'impatience s'installent, il ira jusqu'à raccrocher. On a quelquefois l'impression que le téléphone brûle les doigts des collaborateurs, mais c'est oublier que le restaurant est l'un des rares commerces, à activité irrégulière, où les correspondants appellent pour réserver, donc promettre de faire des dépenses.
- 3 « Si toutefois, vous prenez du retard, prévenez-nous aussitôt pour que nous gardions votre table ». Les hôteliers utilisent cette méthode notamment et, avec d'autres garanties, ils ont mis de l'ordre avec les clients indécis.
- 4 Supprimer le cliquetis du stylo, les bruits environnants qui perturbent le correspondant, ...
- 5 « Je ne suis pas en mesure de répondre à votre demande, la direction est absente, est-ce que je peux avoir votre n° de téléphone, votre nom et vous serez rappeler rapidement ».
- 6 Par exemple : « Restaurant Belaccueil, bonjour, (votre prénom) à votre service ». Le rythme de l'élocution sera plus lent qu'une conversation en vis-à-vis, et rappelez-vous que votre instit, à l'école primaire, vous a appris qu'une virgule marque un temps mort pour une légère inspiration.
- 7 Vous confirmerez exactement ce que vous avez convenu.
- 8 Lorsque vous êtes habilité à répondre au téléphone, et que votre établissement accueille plusieurs types de clientèles étrangères, vous apprenez 5 à 10 phrases courtes dans chaque langue. Des sites de traduction en ligne vous aideront à apprendre les réponses-type, y compris à l'oral.
- 9 Les formes de la bouche et de la cavité buccale ont une telle forme en souriant, que cela donne une certaine résonance.
- 10 Hélas, non, vous devez vous concentrer sur la conversation, même si certains s'enorgueillissent de savoir faire 2 choses en même temps.



17 - réponses

- 1 Vous les ramassez vous-même, en prenant la précaution de vous munir de protections (gants, ...). Les clients se font un avis sur la bonne tenue de votre établissement lorsqu'ils arrivent sur le parking.
- 2 Vous notez la nouvelle affectation sur le planning, sous un délai bref, de manière à informer les autres collègues intervenant à l'accueil.
- 3 Ne parlez pas trop fort, il y a peut être un client qui vient d'arriver et vous ne l'avez pas vu ; vos conversations personnelles ne le concerne pas.
- 3 Leur indiquer où ils peuvent les accrocher. Par contre, selon le code des assurances, ne jamais prendre les vêtements pour les accrocher vous-mêmes, sauf si vous avez un vestiaire et un système de tickets d'échange.
- 5 Vous lui expliquez ce que vous savez parce que vous avez lu la fiche ACTION du séminaire.
- 3 Ouvrir la porte, tirer la chaise, ajuster la table. De plus, ces réflexes vous éviteront de ressembler à une statue, avec des cartes ou une ardoise à la main.
- 7 Vous les enlevez aussitôt et les ranger convenablement dans la console. C'est du matériel impeccable qui pourra être réutiliser.
- 8 C'est efficace pour attirer l'attention du client sur la partie où vous souhaitez qu'il s'arrête, notamment lorsque les cartes contiennent les photos des produits.
- 9 C'est efficace pour attirer l'attention sur ce que vous allez dire sur les suggestions du jour.
- 10 Attendre longuement. Cette expression à donner naissance au verbe « poireauter ».



18 - réponses

Conviv'Action[©]

- 1 Avec le responsable, vous vérifiez ce qui est prévu et le déroulement. Aux participants, vous les informez de la composition du menu.
- 2 Bleu, saignant, à point, bien cuit. Quand la cuisine et vous respectent les degrés de cuisson, les clients cessent d'en inventer de nouveaux.
- 3 Saignant - rosé, à point - bien cuit. C'est applicable pour les tranches de gigot et les côtes et les carrés d'agneau.
- 4 L'enregistrement de la commande, au préalable, soit par un bon, soit sur l'e-pad.
- 5 Par exemple : « dites-moi à quelle heure vous souhaitez être parti et je vous conseillerai les plats les plus rapides ».
- 6 Par exemple : « je pense que vous en avez l'habitude. Vous savez, avec cette cuisson, les viandes perdent beaucoup de leur tendreté ».
- 7 Le n° de table - le nombre de couverts - la date - vos initiales - la formule menu ou carte.
- 8 Les cocktails et boissons sans alcool. Ainsi, avec des produits originaux, vous habituerez vos clients à se faire plaisir avec des boissons non alcoolisées, parce que, dans l'esprit de la clientèle, « apéritif = alcool ».
- 9 Par exemple : « Est-ce que je peux vous présenter tout d'abord le fonctionnement de notre établissement (ou des formules) »?
- 10 Les clients sont très attachés au respect du temps du repas. Par exemple, un actif consacre aujourd'hui 35 minutes au déjeuner, alors qu'il y a 20 ans, il passait 1 h 30 à table.



20 - réponses

Conviv'Action[©]

- 1 Solution A. Avec les conseils donnés lors de l'installation à table et lors de la prise de commande, le moment du débarrassage est aussi celui où vous êtes disponible pour vous « faire un brin de conversation ». Et ne soyez pas avare avec « le brin ».
- 2 Solution B. C'est de la « vente suggestive ». Qui fait partie de la « force de vente » du restaurant ? Vous !
- 3 Solution A. Les clients aimeront votre sens de l'anticipation.
- 4 Solution A ou solution B, tout est dans le comportement.
- 1 Solution C. En fait, il n'a pas tout oublié, il a surtout retenu votre capacité à résoudre le problème. Seuls les clients profiteurs vous en tiendront rigueur : rendez-vous au chapitre 21.



21 - réponses

1 Malotru. Si j'en crois la consultation des sites consacrés au service de restaurant, il y est fait état de comportements surprenants. A mon avis, pour être plus respecté par certains clients, les clefs se trouvent dans « la connaissance des produits » et « l'organisation professionnelle », d'une part, parce que ce sont des domaines qui rassurent et créent la confiance, la distance, et d'autre part, dans la maîtrise de la relation-client sur un lieu de vente. Ces 3 domaines, vous les explorerez dans le tutoriel. Oui, vous exercez un METIER de technico-commercial dans un espace spécifique.

2 Il a une manie. La repérer c'est savoir faire avec, tout comme un fumeur fait avec jusqu'à ce qu'il décide de s'en séparer : ça prend du temps.

3 C'est une personne qui paie ce qu'il commande, ce qu'il a consommé. Sur le plan purement économique et juridique, tous les autres consommateurs ne peuvent être vos clients. Poser un regard commercial en « accordant des largesses » à un consommateur qui revendique un « offert » contribue à développer l'idée que le client est « roi ». Et dans son royaume, il y a des vassaux qui se soumettent. Je ne peux pas, dans ce thème 21, me faire à cette idée. Je vous invite à réfléchir sur la citation de l'une des collaboratrice-formatrice, Evelyne Kalamakas, qui dit : « Si le client est roi, c'est à l'hôtelier de déterminer l'étendue du royaume ».

4 Ces personnes-là demandent toujours un avantage. Réfléchissons ensemble : quelle est l'autre catégorie de commerce où l'on offre lorsque le client le demande ? La concession automobile ? Peut être, mais, vous ne vendez pas une voiture à 20 000 euros.

5 Disponible et courtois. La courtoisie et la maîtrise de soi sont les armes absolues contre les comportements abusifs.

6 Nouveau riche, personne qui s'est élevée dans la société, sans en adopter les manières.

7 Avare. Cette expression date du 19e siècle. Si le maître attache son chien avec des saucisses, le chien va s'empresser de les manger pour se libérer, et le maître va renouveler l'attache. Il va de soi que ce concept de chaîne ne s'adresse pas à un avare.

8 Education. Si vous avez suffisamment de références pour vous repérer « dans le commerce », tant mieux. Si vous l'on vous dit qu'elle n'est pas suffisante, écoutez les conseils et réjouissez-vous de travailler dans un secteur qui est un terrain extraordinaire d'apprentissage.

9 De la considération. Partons de l'idée que nous sommes liés à nos clients par un « contrat commercial », et que notre rôle est de fournir les prestations demandées, comportement et politesse inclus. Et que votre client vous respecte en qualité de « fournisseur ». Si vous vous sentez inférieur, sur le plan humain, par rapport à votre client, vous acceptez de vous faire dominer. « Il y en a qui aime... »

10 Etre ni cassant, ni catégorique, ne pas parler trop fort, ...



22 - réponses

Conviv'Action[©]

1 Les Titres Restaurants estampillés « 2017 » seront valables jusqu'au 31 janvier 2018. Attention ! La réglementation bouge régulièrement, de nouvelles dispositions sont prises avec la dématérialisation des Titres Restaurants. Consultez régulièrement le site de la Commission Nationale des Titres Restaurant :

<http://www.cntr.fr/>

2 Vérifier si toutes les consommations ont bien été enregistrées. La principale source de perte de ressources d'un restaurant est due aux consommations qui n'ont pas été enregistrées AVANT des les servir.

3 « Parti Sans Payer ». D'autres expressions font partie du langage courant : « resto-basket », « addition-basket ». Beaucoup de professionnels signalent que le profil-type serait une personne qui présente bien.

4 Vous vérifiez s'il est encore sur le parking. Sinon, vous remettez l'objet au responsable, quelle qu'en soit sa valeur, et vous portez cette information sur le cahier de consignes internes.

5 Réponse B. Votre réponse A montrerait votre manque de savoir-faire. Quant à la réponse B, bien que le pourboire soit appréciable, il se mérite. De plus, vous oubliez que tous les prix sont « service compris ».

6 Réponse C. Dans les faits, plusieurs méthodes sont pratiquées, avec plus ou moins de tact dont l'une qui consiste à poser l'addition sur la table après avoir servi le café montre au client qu'il doit partir. Ça fonctionne avec les clients habitués parce que l'on connaît leurs attentes. Mais pour les autres, , ils peuvent l'interpréter comme étant un message : « ne revenez plus ! ».

7 Réponse B. Le talent ! Le tact ! Le calme ! Chez vous, bien sûr !



23 - réponses

- 1 Fuir. Dans le film « Courage, fuyons » - film français d'Yves Robert - Jean Rochefort déclare « Suis-je en train de toucher le fond, ou atteins-je mon sommet ? »
- 2 Accroc. Ce peut être aussi une blessure, une vexation que l'on inflige à quelqu'un. Ecouter, observer, comprendre autrui font partie de l'empathie.
- 3 Qui - pro - Quo - Quiproquo. Parmi les bévues vécues sur le terrain, notons celle-ci : Après avoir longuement observé le couple installé à la table 28, le serveur se lance : « Vous, Monsieur, je me souviens vous avoir déjà vu chez nous. Mais vous Madame,..... ». Un gros malaise s'en est suivi.
- 4 8 à 10 visites à chaque service, suivant le volume de fréquentation du restaurant. Et il n'y a pas que les toilettes qui sont des indicateurs: veillez à la propreté des cartes et menus, des plv, des accessoires de table, des versos de table, ...
- 5 Calme. « Le calme et la mesure sont politesse en tout pays ». Emile Auguste Chartier, Elément de philosophie, 1916
- 6 Par exemple : « Je vais voir avec (le service concerné) et trouver les solutions rapidement », car « je m'excuse » n'a jamais résolu le problème. Ce que veut le client, c'est une solution.
- 7 Par exemple : «Voilà ce que nous allons faire (.....) », car ce que veut le client , c'est la solution (bis).
- 8 Par exemple : « Vos plats ont peut être pris du retard, et ils arrivent dans minutes », car, ce qui est important, c'est de donner un indicateur de temps.
- 9 Par exemple : « Que se passet-il ? ». Le mot « problème » renvoie à une situation dramatique, c'est ce que l'on appelle un mot « d'influence négative ». Par contre, la question que vous posez est neutre et amène un développement de la part du client. Ça tombe bien, vous êtes en recherche d'informations, avant d'apporter des solutions.
- 10 Pondérateur, désamorçage. Lorsqu'on rencontre un client mécontent, son état est peut être dans « le rouge », c'est-à-dire, sous pression, cela dépend de son tempérament. Pour qu'il entende les solutions, d'une part, vous êtes dans le « vert », calme et à l'écoute, et le client doit faire baisser la tension et être aussi dans le « vert ».



24 - réponses

- 1 Cigarette. Donc, vous apporterez une attention particulière aux effets personnels laissés sur la table, pourvu qu'ils ne soient pas de pacotilles.
- 2 Grivèlerie. C'est un délit qui relève du Droit Pénal. Les actes sont définis dans l'article 313.5. Les auteurs encourent jusqu'à 6 mois d'emprisonnement et 7500 euros d'amende. En conséquence, lorsque vous rencontrez une telle situation, comme un client qui ne veut pas payer, sous un quelconque prétexte, vous l'informez que vous demandez aux forces de l'ordre d'intervenir. Souvent, le client s'exécute. Pour les autres, les entreprises m'ont signalé que leurs « mauvais payeurs » avaient terminé au poste, plainte du restaurateur à l'appui.
- 3 Pie - Peau - Pipeau. On trouvera son origine chez les chasseurs qui attirent les oiseaux avec des appeaux.
- 4 A l'origine, par décret de police, en l'an 1500. Aujourd'hui, des clients se sentent investis de pouvoirs de nuisance tels qu'ils espèrent faire flancher le restaurateur en faisant du chantage au « mauvais avis sur internet ». De ces clients, vous n'en voudrez plus par la suite, donc, restez ancré sur votre droit commercial et le délit de grivèlerie en cours de constitution. De plus, tant que la réglementation n'aura pas progresser sur l'anonymat des internautes et les critiques anonymes, sachez que le restaurateur a un droit de réponses. De plus, les critiques formulées par ce type de client sont suffisamment incohérentes pour que le lecteur sache faire la part des choses.
- 5 Non. Dans l'affirmative, il s'agirait d'un acte discriminatoire régit par les articles 225-1 et 225-2 du code pénal .
- 6 Oui. Cette interdiction concerne les commerces alimentaires, et la loi est claire : l'accès est interdit.
- 7 Oui, s'il n'y est pas affilié. Tout comme les chèques ne sont pas un moyen de paiement officiel. C'est une facilité de paiement que les banques accordent à leurs clients, mais la tendance est à la généralisation des refus par les commerçants. J'invite les restaurants à ne plus utiliser l'expression « En raison de la recrudescence des chèques sans provision, », car les clients qui lisent ce texte ne sont pas potentiellement des escrocs. A la place, on peut utiliser l'expression : « Moyens de paiement acceptés : Espèces, Carte Bancaire », par exemple.
- 8 Non. La carafe d'eau ordinaire est fournie gratuitement au restaurant, selon les règles fixées par la DGCCRF, Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes. Par contre, la finesse du restaurateur consisterait à mettre sur la table, d'office à l'arrivée du client, une carafe d'eau. C'est un bon effet commercial et cela contribue à établir un bon climat de confiance.
- 9 Non. Curieusement, l'édition d'un ticket de caisse est obligatoire pour les transactions de 25 euros ttc et plus, sauf si le client le demande. Parlons plutôt du climat de confiance qui s'établit entre le client et le commerçant : imaginez ce que va se dire le client en sortant. Et reviendra-t-il ?
- 10 Oui, si l'établissement respecte la réglementation concernant l'affichage des prix.



25 - réponses

- 1 Couverts, et notamment les petites cuillères, qui disparaissent facilement, vu leur petite taille.
- 2 Manipuler avec précaution le matériel. C'est l'addition de mauvaises manipulations qui produit un coût élevé de la casse. Mon astuce avait été d'afficher à la plonge, visible du personnel et salle et d'entretien, le prix d'achat des principaux matériels et la casse avait chuter de 60 %.
- 3 Tout en respectant les desiderata des clients, ce sera celui qui saura vendre des produits à forte valeur ajoutée.
- 4 La chaise vide. C'est l'une des bases du marketing et de la bonne gestion développées dans la série d'ouvrages « Réussir en hôtellerie et restauration », dans les années 80, par Michel Kossossey et Daniel Majonchi. A quoi bon mettre en place un outil de travail, consommer de l'énergie (four, etc), une équipe de collaborateurs, de la matière première périssable,, si le client n'est pas là.
- 5 Fermer les robinets d'eau, couper la lumière au bon moment, ajuster le niveau de chauffage, ...
- 6 La balance. Entre faire des prévisions, notamment en rédigeant des fiches techniques, et lancer la fabrication, il y a des écarts de matières premières qui sont souvent à la hausse.
- 7 Le bon de livraison. Ce document permet de contrôler avec le livreur, le contenu exact de la livraison, sans perdre de temps. Par la suite, on rapproche son contenu du bon de commande. Les écarts peuvent être sur les quantités et la qualité demandées.
- 8 Contrôler la conformité : type de produit, poids, dlc, quantité, la fraîcheur apparente, ...
- 9 Mettre en circulation et vendre les produits arrivés les premiers. First In, First Out.
- 10 Stock minimum = quantité de marchandises nécessaires entre 2 livraisons + quantité de sécurité (au cas où le fournisseur prendrait du retard). Si cette méthode est bien appliquée, les ruptures de produits sur la carte deviennent plus rares.

