

'Brain agent' René Boender wil de spirit weer terug zien

# 'Omzet kun je maken als je het echt wilt'

18 "Ik kan aan de temperatuur van de appeltaart voelen hoe gastvrij mijn gastheer of gastvrouw is. Komt de taart net uit de vriezer, dan weet ik dat hij of zij een verloren dag verwacht. Maar wordt op de juiste temperatuur en met een glimlach geserveerd dan weet ik dat ik goed zit."

"Maar wat nou als je als ondernemer had verwacht er tien te verkopen en het worden er maar zes? De vier die overblijven, moet je versnijden tot kleine stukjes met een klein vorkje erin. Deel ze uit aan je gasten of doe eens gek: ga op straat passanten laten proeven en vertel hoe lekker 't is. De volgende keer bestellen je gasten een kopje koffie mét een appeltaart erbij. Geloof me... omzet kun je maken, mits je de routine uit jezelf haalt en de spirit en de fun in je vak weer terug laat komen."

Met dit prikkelende citaat van René Boender, één van de keynote sprekers op het Jaarcongres, zou dit artikel moeten voldoen aan de 3"-12"-eternity-formule van deze 'brain agent'. Volgens die regel moet de zender ervoor zorgen dat binnen drie seconden de belangstelling van de ontvanger is gewekt. Wie na twaalf seconden nog steeds geboeid is, haakt pas af als hij vindt dat zijn behoefte voldoende is bevredigd. Wat voor dit artikel geldt, geldt ook voor elke horecaonderneming, stelt Boender. "In drie seconden moet je de gast hebben geprikkeld om je te bezoeken. Haal het menu en de prijs eens van het bord voor je zaak en schrijf daarop: 'Vanavond kookt onze kok zijn favoriete

gerecht. Komt u ook proeven?' en u hebt de aandacht te pakken.' De routine is doorbroken! Of: 'We hebben een nieuwe kok in de keuken...mmmmm!.' Hij heeft nog een tip: "Verander omschrijving van de zalm op de menukaart door: 'Noorse zalm in het wild gevangen, gewoon lekker vers zoals het hoort met dillemosterd uit de Ardennen'. De omschrijving moet muziek in je mond maken...mmmm! Durf verhalen te vertellen; The story you tell, the product you sell. Pas in het restaurant besluiten mensen wat ze eten en waarover ze meer willen weten. Je hebt gegarandeerd succes als je voldoet aan de 3"-12"-eternity-formule. Buiten op het aanprijnsbord, maar ook binnen in de menukaart."

## Inspanning geeft energie...

Gasten verwachten volgens Boender een inspanning van de ondernemer en gunnen in ruil daarvoor hun bezoek. "Je kunt die kansen zelf creëren. Als je nog maar een paar reserveringen hebt, verstuur dan eens een sms'je met 'Gratis wijn als je vanavond bij ons komt eten' of 'Kom vanavond gezellig bij ons eten. We hebben kreeft op de kaart'. Laat de techniek voor je werken of ga sampelen. Mensen ervaren dat als dat je er echt voor wilt gaan. Dat werkt aanstekelijk. Als je dat goed doet, dan krijg gegarandeerd de omzet die erbij hoort." Hij vindt dat veel ondernemers de mogelijkheden van de nieuwe media onbenut laten, zoals de gratis sociale netwerken. "Lukt het niet, dan ben je geen geld kwijt. Want YouTube etc. is allemaal gratis. Of maak een filmpje over de herkomst van een nieuw

gerecht, waarmee je je gasten nieuwsgierig maakt. En doe dat elke week. Wedden dat 'ze' het zien en opmerken... Kijk ook eens hoe ondernemers in andere branches proberen te verleiden. Maak een feest van elke bijzondere kans die zich voordoet of die je zelf creëert."

"Het gaat erom dat je mensen inspireert om bij jou te komen. Dat is niet moeilijk, maar wel verdomd leuk om te doen. Je moet theater willen maken om ervoor te zorgen dat gasten ook in jouw stuk willen komen eten. Zie je gasten als de leukste mensen op aarde en geef ze het gevoel dat ze meer dan welkom zijn. Als je 'sterretjes' in je ogen hebt, vinden ze het leuk om bijvoorbeeld de wijnkaart met je door te nemen. Dat maakt het werk leuker, stimuleert de omzet en vult de foaienpot. Echt: de route is van het hoofd door naar het hart en dan pas de portefeuille. The head, the heart, the wallet, zou ik op de bühne in de USA zeggen."

## Ongezonder is uit de gratie

Boender raadt ondernemers ook aan om mee te gaan in de gezondheids-hype. "Horeca in de VS serveert steeds vaker kleinere porties, omdat 'meatnorous', grote porties met grote lappen vlees, uit de gratie raakt. Omdat de ondernemers minder inkopen, kunnen ze iets lagere prijzen hanteren. Of een betere kwaliteit serveren (da's nog beter!). De kooplust die daardoor op zijn beurt wordt aangewakkerd, legt horecaondernemers geen wind-eieren." Hij is ervan overtuigd dat ook Nederlanders steeds meer letten

op wat ze eten, omdat ze niet aan willen komen. "We willen zelfs afvallen om ons beter te voelen: de dames van gemiddeld maat 42 via 40 naar 38 en de heren stapsgewijs van 52 naar 50 of zelfs 48."

## Gezond eten is een must

Dat betekent dat het eet- en beweegpatroon in Nederland gaat veranderen. De (wat Boender noemt) 'share of stomach' wordt anders. "We luisteren met ons hart en voelen met onze hersenen. We willen weer op de juiste momenten goed en gezond eten, en minder tussendoortjes grazen. Door films als An Inconvenient Truth en The Age of Stupid beseffen we bovendien steeds meer dat we onze ecologische voetafdruk, de impact van ons eet- en leefgedrag voor het milieu, moeten veranderen. Ondernemers die duurzaam met het milieu en met voedselbronnen omgaan, worden daarvoor gehonoreerd. Dat is het effect van de nieuwe eerlijkheid."

Hij verwacht ook dat overheidsmaatregelen zoals het rekeningrijden ingrijpende gevolgen gaan hebben voor het eet- en leefpatroon van Nederlanders. "Wie ervoor kiest om na de file naar het werk te gaan, eet waarschijnlijk tussen de middag een warme maaltijd. Dan heb je 's avonds niet zo'n zware maag als je gaat sporten. Collega's die eerder beginnen, zullen een gezonde maaltijd van het bedrijfsrestaurant meenemen die ze thuis alleen nog maar hoeven op te warmen. Vast staat dat een- en tweepersoonshuishoudens maar even in de keuken willen staan. De horeca moet daarop inspelen om de omzet niet aan de supermarkten weg te geven."

## Forse omzetstijgingen

Boender is stellig over zijn trendwaarnemingen, waarmee hij wereldwijd een naam als 'trendteller en brain agent' heeft opgebouwd. Iedereen hangt aan z'n lippen. "Misschien dat ik over tien jaar weer op het Jaarcongres van Koninklijke Horeca Nederland mag staan. Ondernemers die dan mijn raad uit 2009 hebben opgevolgd, hebben een jaarlijkse omzetstijging van vier tot acht procent gehad. Ze beseffen dat gasten service en snelheid willen ervaren. Ze hebben weer lol in hun werk. De tevredenheid van hun klanten is met honderd procent toegenomen. Ga dus snel veranderen en inspireren."

René Boender: "The head, the heart, the wallet."

## Het ei komt terug!

De consumptie van eieren groeit de komende jaren hard, is de verwachting van René Boender. Het ei is wereldwijd aan een comeback bezig. Een eitje zorgt ervoor dat je snel de juiste vitamines binnenkrijgt. Omdat ei van nu echt van scharreklippen afkomstig is, zijn mensen ook bereid om er voor te betalen."