

Curso: Servicio y atención al cliente en Restaurante (UF0259)

Modalidad: On line

Duración: 25 h.

Contenidos:

1. Servicio del Restaurante.
 - 1.1. Concepto de oferta gastronómica, criterios para su elaboración.
 - 1.2. Platos significativos de la cocina nacional e internacional.
 - 1.3. La comanda: concepto, tipos, características, función y circuito.
 - 1.4. Procedimiento para la toma de la comanda estándar e informatizada.
 - 1.5. Tipos de servicio en la restauración:
 - 1.5.1. A la inglesa
 - 1.5.2. A la francesa
 - 1.5.3. Guerdón o rusa
 - 1.5.4. Emplatado o americana
 - 1.6. Marcado de mesa: cubiertos apropiados para cada alimento.
 - 1.7. Normas generales, técnicas y procesos para el servicio de alimentos y bebidas en mesa.
 - 1.8. Normas generales para el desbarasado de mesas.
 - 1.9. Servicio de guarniciones, salsas y mostazas.

2. Atención al cliente en restauración
 - 2.1. La atención y el servicio:
 - 2.1.1. Acogida y despedida del cliente.
 - 2.1.2. La empatía.
 - 2.2. La importancia de la apariencia personal.
 - 2.3. Importancia de la percepción del cliente.
 - 2.4. Finalidad de la calidad de servicio.
 - 2.5. La fidelización del cliente.
 - 2.6. Perfiles psicológicos de los clientes:
 - 2.6.1. Cliente lento
 - 2.6.2. Cliente indiferente o distraído
 - 2.6.3. Cliente reservado
 - 2.6.4. Cliente dominante
 - 2.6.5. Cliente indeciso
 - 2.6.6. Cliente vanidoso
 - 2.6.7. Cliente desconfiado
 - 2.6.8. Cliente preciso
 - 2.6.9. Cliente locuaz
 - 2.6.10. Cliente impulsivo
 - 2.7. Objeciones durante el proceso de atención.
 - 2.8. Reclamaciones y resoluciones.
 - 2.9. Protección en consumidores y usuarios: normativa aplicable en España y la Unión Europea.

3. La comunicación en restauración

3.1. La comunicación verbal: mensajes facilitadores.

3.2. La comunicación no verbal:

3.2.1. Gestos

3.2.2. Contacto visual

3.2.3. Valor de la sonrisa

3.3. La comunicación escrita.

3.4. Barreras de la comunicación

3.5. La comunicación en la atención telefónica.

4. La venta en restauración

4.1. Elementos claves en la venta:

4.1.1. Personal

4.1.2. Producto

4.1.3. Cliente

4.2. Las diferentes técnicas de Venta. Merchandising para bebidas y comidas

4.3. Fases de la Venta

4.3.1. Preventa

4.3.2. Venta

4.3.3. Postventa