

# DE GASTVRIJE KOK

# COLOFON

Boom beroepsonderwijs  
info@boomberoepsonderwijs.nl  
www.boomberoepsonderwijs.nl

Auteur: Martin Steehouwer

Titel: De gastvrije kok

ISBN: 978 90 3725 575 1, maakt deel uit van pakket 978 90 3725 577 5

Eerste druk / eerste oplage

© Boom beroepsonderwijs 2020

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht ([www.reprorecht.nl](http://www.reprorecht.nl)). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in compilatiewerken op grond van artikel 16 Auteurswet kan men zich wenden tot de Stichting PRO ([www.stichting-pro.nl](http://www.stichting-pro.nl)).


De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Door het gebruik van deze uitgave verklaart u kennis te hebben genomen van en akkoord te gaan met de specifieke productvoorwaarden en algemene voorwaarden van Boom beroepsonderwijs, te vinden op [www.boomberoepsonderwijs.nl](http://www.boomberoepsonderwijs.nl).

# INHOUDSOPGAVE

1. WERKEN MET DIT KEUZEDEEL .....	4
2. CONTACT MET DE GAST .....	6
3. ASSISTEREN VAN DE BEDIENING .....	61
4. UITDAGING .....	108

## DIGITALE LEEROMGEVING

Bij sommige opdrachten heb je hulpmiddelen nodig. Bijvoorbeeld filmpjes, formulieren of een link naar een website. Deze staan allemaal in de digitale leeromgeving. Dit icoontje  verwijst naar de digitale leeromgeving. Om hier te komen ga je naar [digitaal.boomonderwijs.nl/beroepsonderwijs](https://digitaal.boomonderwijs.nl/beroepsonderwijs).

### Eerste keer inloggen in de digitale omgeving

Voordat je de digitale leeromgeving kunt gebruiken moet je je licentie activeren.

- Overleg met je docent welk type account je gebruikt.
- Ga naar [www.boomberoepsonderwijs.nl/licentie](https://www.boomberoepsonderwijs.nl/licentie).
- Bekijk de instructiefilm of lees het stappenplan.
- Volg de stappen.

Daarna kun je aan de slag!

## DE GASTVRIJE KOK

Dit keuzedeel gaat over de kok en hoe hij gastvrijheid verleent. Als kok ga je actief meewerken in de bediening. Je zorgt voor een plezierige ervaring van gasten als ze te gast zijn in het bedrijf. Gasten die blij de deur uitlopen zijn immers ambassadeurs voor het bedrijf. Door jouw gastvrije optreden draag jij daar aan bij. Hiervoor moet je een aantal vaardigheden die voor gastheren en -vrouwen zo gewoon zijn ook leren beheersen. Je leert gastentypen herkennen binnen het leerbedrijf. En ook hoe je hen benadert. Hoe kun je drie borden dragen en deze naar de gast brengen? Gerechten bereiden in het zicht van de gast, hoe gaat dat? En wat kun je de gast vertellen over dat gerecht?


Bekijk het filmpje. Gastvrijheid is dus 'hot'! Iedereen die wel eens uit eten gaat heeft wel een voorbeeld. Dat het eten meer dan prima was, maar waar de bediening net niet optimaal oplette. Of dat de muziek net iets te hard stond. Met andere woorden: service en hoe de gast zijn verblijf in het restaurant ervaart zijn van groot belang. Dit is onderdeel van de belevingseconomie. Hierin staat de beleving die bij een product, uit eten gaan, hoort centraal. Nog meer dus dan het product zelf. Aan jou dus om de beleving en het product goed op elkaar te laten aansluiten. Dan zal de herinnering van de gast positiever zijn en zal hij langer een goed gevoel houden. Dit laatste is wetenschappelijk aangetoond. De gast verwacht dus iets van je: goede service en optimale gastvrijheid.

## LEERDOELEN

1. Je kent de marketingmix van je leerbedrijf en kunt deze samenstellen.
2. Je weet welke gastentypen er zijn en wat hun wensen zijn.
3. Je weet wat communicatie is en hoe je deze kunt beïnvloeden.
4. Je kent de ongeschreven regels van de etiquette.
5. Je weet welke handelingen bedieningsmedewerkers uitvoert tijdens de ontvangst-, verblijfs- en afscheidsfase.
6. Je kunt advies- en verkoopgesprekken voeren met de AIDA(S)-methode.
7. Je weet welke draagmethoden er zijn en kunt deze toepassen.
8. Je weet welke serveermethoden er zijn en kunt deze toepassen.
9. Je kunt enig advies geven over combinaties van spijs en wijn of andere dranken.
10. Je kunt tafelbereidingen uitvoeren.
11. Je kunt koken in het zicht van de gast en tegelijkertijd de gast onderhouden.

- 12. Je kent de huidige trends in de horeca.
- 13. Je weet waar gasttevredenheid van afhangt.
- 14. Je kunt onderbouwd een advies uitbrengen hoe je gasttevredenheid kunt verhogen.

Dit keuzedeel bestaat uit:

- *Theorie, begrippen en opdrachten*  
Hierbij leer je over en oefen je met de praktijk. In sommige opdrachten werk je aan beroepsproducten, deze opdrachten herken je aan .  
*De beroepsproducten in dit keuzedeel zijn:*
  - zes verslagen van contact met gasten bij het beëindigen van de maaltijd
  - een verslag van het serveren van gerechten
  - een adviesgesprek met een gast
  - een verkoopgesprek met een gast
  - een filmpje van het uitvoeren van de draagmethoden
  - een omschrijving van drie situaties waarbij je gasten onderhouden hebt terwijl je een gerechte bereidde
  - een onderzoek naar een trend die je kunt toepassen in je leerbedrijf.
- *Test je kennis*  
Hiermee kun je zelf je kennis van de theorie testen.
- *Uitdaging*  
Dit is het eindproduct en de afronding van het keuzedeel. Hier werk je gedurende het hele keuzedeel naartoe. En hier word je op beoordeeld.  
*Voor de uitdaging van dit keuzedeel neem je gedurende vier dagdelen de werkzaamheden over van een gastheer/-vrouw. Je speelt in op de behoeften en verwachtingen van de gast, past etiketteregels toe, voert verkoop- en adviesgesprekken en controleert de tevredenheid van de gast door de AIDA(S)-methode toe te passen. Je laat diverse draag- en serveermethoden zien, en voert alle handelingen uit die horen bij de ontvangst-, verblijfs- en afscheidsfase van de gast. Je voert een tafelbereiding naar keuze uit waarbij je het de gast zo veel mogelijk naar de zin maakt. Je geeft uitleg over de gebruikte ingrediënten en de bereidingswijze. Je legt alles vast in een verslag volgens de STARR-methode.*
- *Theorietoets*  
Je docent besluit of je ter afsluiting een theorietoets maakt.

Op dit moment moet je er misschien nog niet aan denken. De keuken uitstappen en actief een gast benaderen. De veiligheid van de keuken bevalt je wel. Je vindt dat bedieningsmedewerkers veel beter zijn in contact met gasten. Zij hebben daar tenslotte voor geleerd.

In dit hoofdstuk bouwen we het contact met de gast langzaam op. Je leert eerst je gasten kennen. En je leert hoe communicatie werkt en hoe je dit positief kunt beïnvloeden. Het gaat immers om de gast. Wat kan jij doen om zijn bezoek aan het bedrijf te veraangename? Nou ... best veel!

### AAN HET EIND VAN DIT HOOFDSTUK

1. ken je de marketingmix van je leerbedrijf en kun je deze samenstellen
2. weet je welke gastentypen er zijn en wat hun wensen zijn
3. weet je wat communicatie is en hoe je deze kunt beïnvloeden
4. ken je de ongeschreven regels van de etiquette
5. weet je welke handelingen bedieningsmedewerkers uitvoeren tijdens de ontvangst-, verblijfs- en afscheidsfase
6. kun je advies- en verkoopgesprekken voeren met de AIDA(S)-methode.



*Een kok bereidt een salade en heeft direct contact met de gast.*

**OPDRACHT 1 Oriëntatie Contact met de gast**

In deze oriëntatieopdracht ga je een aantal koks bekijken die contact hebben met gasten. Je bezoekt drie bedrijven. Bedrijven met een bedrijfsformule waarbij de gast contact met de bediening, maar ook met de kok kan hebben.

Bezoek hiervoor bedrijven die zo veel mogelijk van elkaar verschillen. Je kunt bijvoorbeeld denken aan: La Place, een foodmarket of een foodtruckfestival. Maar ook bijvoorbeeld een **all-you-can-eat-restaurant**. Hier wordt ook wel 'live' gekookt voor de gast, die vaak zelf zijn gerecht samenstelt.

Vul de tabellen hierna in aan de hand van je ervaringen. Beantwoord de volgende vragen:

- Welk bedrijf heb je bezocht?
- Welke handelingen voert deze kok uit?
- Begroet de kok de gast met bijvoorbeeld 'goedemiddag' of 'wat kan ik voor u doen'?
- Welke vraag of opmerking had de gast?
- Wat was de reactie van de kok op deze vraag?
- Wat is je opgevallen aan de houding of uitstraling van de kok?
- Hoe reageerde de gast op de reactie van de kok?
- Met de kennis die je nu hebt ... Wat zou jij de kok willen zeggen of adviseren over de manier waarop hij reageerde?

**Bedrijf 1**

ONDERDEEL	UITWERKING
Naam bedrijf	
Handelingen van de kok	
Begroeting van de kok	
Vraag of opmerking van de gast	
Reactie van de kok op de vraag van de gast	
Opvallend aan de houding of uitstraling van de kok	

## CONTACT MET DE GAST

ONDERDEEL	UITWERKING
Reactie van de gast op de reactie van de kok	
Advies aan de kok	

### Bedrijf 2

ONDERDEEL	UITWERKING
Naam bedrijf	
Handelingen van de kok	
Begroeting van de kok	
Vraag of opmerking van de gast	
Reactie van de kok op de vraag van de gast	
Opvallend aan de houding of uitstraling van de kok	
Reactie van de gast op de reactie van de kok	
Advies aan de kok	



**Bedrijf 3**

ONDERDEEL	UITWERKING
Naam bedrijf	
Handelingen van de kok	
Begroeting van de kok	
Vraag of opmerking van de gast	
Reactie van de kok op de vraag van de gast	
Opvallend aan de houding of uitstraling van de kok	
Reactie van de gast op de reactie van de kok	
Advies aan de kok	

---

**THEORIEBRON SECTOREN**

De bedrijfstak Horeca is een bedrijfstak die de laatste jaren flink aan het veranderen is. De klassieke hotels, restaurants en cafés bestaan natuurlijk nog steeds. Maar er komen steeds meer fastservicebedrijven en bedrijven met een smal assortiment. Een bedrijf met een smal assortiment is bijvoorbeeld een broodjeszaak met allerlei tosti's. Of een restaurant met hoofdzakelijk pastagerechten. Deze bedrijven vallen binnen een bepaalde sector van de horeca, maar spreken een specifieke doelgroep aan.

### **HO-RE-CA**

De aanduiding horeca is een afkorting van drie soorten bedrijven. Het zijn bijna alle typenbedrijven die je in de bedrijfstak tegenkomt. Dit zijn de:

- **H**otelbedrijven
- **R**estaurantbedrijven
- **C**afébedrijven.

Zo is dus is het woord Horeca ontstaan. Toch dekt dit niet helemaal de lading. Pensions, cafetaria's, kampeerterreinen, bungalowparken, kantines, rollende keukens en catering zijn eveneens onderdeel van de horeca.

### **Vraag en aanbod**

Zoals in elke bedrijfstak kent ook de Horeca vraag en aanbod van producten. De verschillende horecabedrijven zorgen voor het aanbod. De vraag komt van de consumenten, in de horeca gasten genoemd.

### **Sectoren**

Horecabedrijven kun je verdelen in vijf sectoren. Deze sectoren zijn:

1. de drankensector
2. de restaurantsector
3. de hotelsector
4. de fastservicesector
5. de partycatering als onderdeel van de cateringbedrijven.

#### **De drankensector**

De drankensector bestaat uit twee onderdelen. Het zijn: bedrijven die zich richten op gebruik van dranken ter plaatse, en drankenverstreckende bedrijven; die verkopen dranken voor thuisgebruik.

#### ***De drankensector (voor gebruik ter plaatse)***

Dit is de eerste en tegelijk ook de grootste groep in de gehele drankensector. Hieronder vallen:

- café/bar
- discotheek
- coffeeshop
- kiosk
- horeca bij een recreatiebedrijf
- horeca bij een sportaccommodatie
- strandbedrijf
- ontmoetingscentrum
- zalen-/partycentrum
- zaalverhuurbedrijven.

#### ***Drankenverstreckende bedrijven (voor thuisgebruik)***

Drankenverstreckende bedrijven voor thuisgebruik zijn bijvoorbeeld slijterijen, supermarkten en theespecialzaken. Voor de deze bedrijven bestaat verschillende regelgeving voor het alcoholpercentage.

### *Gewone winkels*

Gewone winkels (supermarkten, warenhuizen en kruideniers) mogen alcoholhoudende drank met een gering alcoholpercentage (tot 15% vol. alcohol) verkopen. Hieronder vallen bijvoorbeeld bier, wijn, port, sherry en vermout. Port, sherry en vermout zijn nogal uitzonderlijk. Ze bevatten vaak meer dan 15% vol. alcohol, toch vallen ze onder de zwak alcoholische dranken.

### *Slijterijen*

Slijterijen mogen ook dranken met een hoger alcoholpercentage verkopen. Zij hebben daarvoor een speciale vergunning van de gemeente nodig. Een belangrijk verschil met de horeca is dat in winkels en slijterijen geen drank genuttigd mag worden.

### **De restaurantsector**

De restaurantsector is een van de grootste sectoren binnen de horeca. Hieronder vallen onder andere:

- brasserie
- restaurant
- café-restaurant
- wegrestaurant
- broodjeszaak
- sushirestaurant
- **'all-you-can-eat'-restaurant.**



*Café-restaurant voor een specifieke doelgroep.*

## CONTACT MET DE GAST

### De hotelsector

Bij de hotelsector moet je denken aan:

- hotel-café
- hotel-restaurant
- hotel-café-restaurant
- pension
- hostel
- botel
- motel
- **'all-inclusive' formule.**

### De fastservicesector

Bij de vierde groep horen de **fastservicebedrijven**.

Hieronder vallen:

- ijssalon
- snackbar
- fastfoodrestaurant
- shoarmazaak
- lunchroom
- crêperie (ook de pannenkoekenhuizen en poffertjeszaken)
- restauratiewagons
- wegrestaurants.

### De partycatering

Cateringbedrijven gaan naar de gast toe om hun product te verkopen en te leveren. Naar de overige horecabedrijven ga je juist als gast toe.

Cateringbedrijven verkopen hun product op locatie. Er bestaan verschillende soorten cateringbedrijven; de partycateraars behoren tot de horecasector.

De vier belangrijkste groepen zijn:

- partycateraars
- bedrijfscateraars
- instellingscateraars
- schoolcateraars.

### *De partycateraars*

De **partycateraars** verzorgen het horecagedeelte van bijvoorbeeld feesten en partijen. Dat kan bij de gasten thuis of op een bijzondere locatie. Deze bedrijven vallen binnen de horecasector.



*Cateringbedrijven zijn er in vele vormen. Dit kan zijn: luxe of eenvoudig, voor grote of kleine partijen, van barbecue tot biologisch-veganistisch enzovoort.*

#### ***De bedrijfscaterers***

Deze bedrijven kun je vinden in de personeelsrestaurants en kantines van grote bedrijven.

#### ***De instellingscaterers***

Deze bedrijven zijn gespecialiseerd in het verzorgen van de voeding in een instelling, bijvoorbeeld een ziekenhuis of een zorgcentrum.

#### ***De schoolcaterers***

Deze bedrijven kom je tegen in scholen. Scholen besteden de verkoop van maaltijden, snoep, snacks en de automatenverkoop steeds vaker uit aan een cateringbedrijf.

## **OPDRACHT 2** Sectoren

Elke sector binnen de bedrijfstak horeca trekt een bepaald soort gast aan. Dit noem je ook wel doelgroep. Hoe beter de soort gast aansluit bij de bedrijfsformule, hoe plezieriger de gast zijn verblijf zal ervaren. Denk maar aan jezelf. Stel dat jij met vrienden op zoek bent naar een biercafé. Als je dan terecht komt in een wijnbar die toevallig ook vier soorten bier heeft, ben je toch minder blij.

In deze opdracht zijn de doelgroepen niet van belang en hoef je je alleen te richten op de sectoren.

In welke sectoren vallen de bedrijven die je hebt bezocht voor de oriëntatieopdracht?

BEDRIJF	NAAM	SECTOR
1.		
2.		
3.		

---

## THEORIEBRON BEDRIJFSFORMULES

Om als horecabedrijf duidelijk te maken wat je aan wilt bieden, moet je een duidelijke bedrijfsformule hanteren. Deze bedrijfsformule moet de ondernemer eerst uitgedacht hebben. Daarnaast moet de gast het bedrijf tussen al die duizenden andere horecabedrijven ook nog vinden. Er zijn veel concurrenten. Daar moet je goed naar kijken, anders kun je geen succesvol horecabedrijf runnen.

De ondernemer moet daarom goed nadenken over de volgende vragen:

- Wat ga ik verkopen en doe ik dat alleen of heb ik personeel nodig?
- Waar doe ik dat?
- Hoe ziet mijn bedrijf er uit?
- Welke gasten wil ik graag ontvangen?
- Wat gaan mijn producten kosten?
- Hoe maak ik de mensen duidelijk dat ik besta als horecabedrijf?

### De zes P's

De antwoorden op voorgaande vragen zijn de basis van een zogenoemde bedrijfsformule. Een handig hulpmiddel hierbij zijn de zes P's. Zes kenmerken die allemaal met een P beginnen en samen de bedrijfsformule vormen. Deze zes P's worden marketinginstrumenten genoemd. De gekozen combinatie van de zes P's noemen we de marketingmix. Dit is een verzameling ideeën, plannen, wensen en doelen van de ondernemer om zijn bedrijf tot een succes te maken.

De zes P's staan voor:

1. Plaats
2. Product
3. Presentatie
4. Promotie
5. Personeel
6. Prijs.

Als deze zes onderdelen ingevuld zijn, heb je een bedrijfsformule.

---

---

## THEORIEBRON MARKETINGMIX

Om de bedrijfsformule te bepalen, vul je de zes P's in.

### De P van plaats

Deze P heeft te maken met de plaats waar het bedrijf gevestigd is. In een druk uitgaansgebied of ergens in de bossen? Is het bedrijf goed te bereiken en zijn de gasten bereid om te rijden voor dit bedrijf? Of moet het aan een doorgaande weg liggen? Is er goede parkeergelegenheid en hoeveel concurrenten zijn er in de directe omgeving?

### De P van product

Het product van een horecabedrijf bestaat voornamelijk uit eten, drinken en slapen. Is het assortiment uitgebreid? Wisselen de gerechten vaak? Gebruikt het bedrijf producten van hoge kwaliteit en maken ze alles zelf? Wordt het vis of vlees? Of alleen pannenkoeken? Moeten de producten snel klaar zijn?

Ook het aanbod van diensten hoort bij de P van product. Is er bijvoorbeeld bediening of moeten de gasten zichzelf bedienen? Dus het totale horecaproduct van goederen en diensten.

### De P van presentatie

Hoe presenteert het bedrijf zich? Dus de inrichting en aankleding van het bedrijf. Welke stijl van inrichting (interieur) kies je: trendy of klassiek? Ook de aankleding van je bedrijf aan de buitenkant (exterieur) hoort hierbij. Dus: staat je naam groot op de gevel met neonverlichting of is een kleine vermelding van je naam al voldoende?

Ook de presentatie van je product valt onder deze P. Hoe presenteert het bedrijf gerechten? Welke keuze heeft het gemaakt uit het grote aanbod van bestek, porselein, glazen en linnengoed? Welke kleding draagt het personeel? Moeten ze er allemaal hetzelfde uitzien in chique bedrijfskleding of mogen ze hun eigen spijkerbroek aan? Is erachtergrondmuziek nodig en welke muzieksoort is dat dan?

Gasten vinden presentatie tegenwoordig erg belangrijk. Het gaat steeds meer om beleving en gevoel.

### De P van promotie

Om producten te verkopen is meestal reclame nodig. Daarover moet het bedrijf eerst goed nadenken. Op welke manier gaat het reclame maken? Hoeveel geld is ervoor? Belangrijk is om na het maken van de reclame te gaan evalueren of het resultaat heeft gehad.

Vaak is de mond-tot-mondreclame een heel belangrijke vorm van reclame. Het kost geen geld en tevreden gasten zijn de beste reclame die een horecabedrijf zich kan wensen.

Een belangrijke inzet van promotie is de inzet van sociale media. Een actie kenbaar maken via Instagram zal veel vaste gasten bereiken en tot extra reserveringen leiden. Een negatieve review op Facebook of The Fork kan het tegenovergestelde effect hebben.

### De P van personeel

Hierbij gaat het om de inzet van het personeel. Hoeveel personeel gaat het bedrijf aannemen? Hoe goed moet het personeel opgeleid zijn? Oudere werknemers zijn waardevol door hun ervaring kunnen. Schoolverlaters die een goede opleiding hebben gehad zijn ook waard. En er zijn ook bedrijfsformules denkbaar waar het juist belangrijk is om jonge mensen in dienst te hebben. Hoeveel moet het personeel verdienen en welke secundaire arbeidsvoorwaarden hanteert het bedrijf?

Bedenk je steeds dat het personeel het visitekaartje is van een bedrijf. Al vele jaren vind je in de restaurantergernissen 'onvriendelijk personeel' bovenaan of in de top drie. De ondernemer maar ook jij, de gastvrije kok is daar (deels) verantwoordelijk voor. Misschien is het daarom wel de belangrijkste van alle zes P's.

### De P van prijs

Wat kost het product in het horecabedrijf? Wat gaan de gasten betalen? Is de prijs-kwaliteitverhouding goed? Is de prijs van de producten hoog of laag? Bij een bedrijfsformule met veel personeel en goede producten is de verkoopprijs hoger. Is er korting voor bepaalde groepen gasten? Zijn er aangepaste prijzen in het laag- en hoogseizoen?

---

### OPDRACHT 3 Bedrijfsformule leerbedrijf

Hoe is de marketingmix van de bedrijfsformule van je leerbedrijf samengesteld?

Stel met behulp van de zes P's de bedrijfsformule samen van het leerbedrijf waar je nu werkt. Maak gebruik van je eigen kennis over het bedrijf, maar zeker ook van je leermeester of bedrijfsleider. En vergeet de internetsite en sociale media van het bedrijf niet!

ZES P'S	BEDRIJFSFORMULE VAN HET LEERBEDRIJF
Plaats	
Product	