

<<餐饮店经营管理一点通>>

图书基本信息

书名：<<餐饮店经营管理一点通>>

13位ISBN编号：9787501762644

10位ISBN编号：7501762643

出版时间：2004-5

出版时间：中国经济出版社

作者：店铺成功经营管理研究项目组

页数：240

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<餐饮店经营管理一点通>>

内容概要

自从国外超市进入，零售行业在中国发生了很大的变化，全国各种各样的超市、连锁店、专卖店、零售店此起彼伏，竞争越来越激烈，然而强者却几乎是外资的零售企业。

我国的店铺经营在起初迅速扩张，而后却面临管理失控的风险。

本书是店铺经营管理者的必读书目。

当前，我国店铺在发展与运营管理中还存在着诸多不规范的地方，许多环节都存在着不少疏漏，这无疑增加了经营风险。

与此同时，国外许多实力雄厚的零售业风潮云涌，在生存与竞争的双重压力之下，拯救国内零售业势在必行。

本套丛书从我国具体情况出发，是专业店铺经营管理工作精心打造的日常运营与规范管理的实务的手册，其特色在于：能给店铺经营管理工作带来“一点通”的现学现用之实用功效，其具体体现在编写上采用了灵活的框架语言。

本套丛书内容涉及超市、连锁店、专卖店、零售店、餐饮店等多个零售业态，同时，考虑到在店铺中“餐饮店”所占的分量与比重，研究项目组为此专门对其进行了专题研究。

本书就餐厅、饭馆等各种类型的餐饮店如何进行开店筹备、店面设计、菜单制作、成本控制、服务员培训、厨房管理及安全与卫生管理等工作进行了详尽而全面的阐述。

本书内容齐全、语言简练、形式灵活。

无论是对大型餐厅的经理，还是中小餐馆的老板而言，都有着极强的实用性与操作性。

餐饮经营管理人员在轻松阅读本书的同时，轻松赚钱，有效规避经营风险，强化管理的薄弱环节并将其规范化。

<<餐饮店经营管理一点通>>

书籍目录

第一章 筹备一、怎样选择餐饮店的商圈二、怎样确定餐饮店的店址三、怎样购买转手餐饮店四、怎样租赁店面房屋五、怎样合理分配店面空间六、怎样确定营业面积七、怎样起好店名八、怎样确定盈利目标九、怎样正确看待同行扎堆十、怎样做好开业前的宣传工作十一、怎样做好开业庆典第二章 设计一、如何确定设计方案二、如何设计店招三、如何设计大堂四、如何设计餐台五、如何设计吧台六、如何设计厅的分隔七、如何设计包间八、如何进行宴会布置九、如何在设计中运用声音十、如何在设计中运用色彩十一、如何在设计中运用光线第三章 菜单一、怎样设计菜单二、怎样确定菜单内容三、怎样运用好菜单文字四、怎样运用好菜单的色彩五、怎样选择好菜单用纸六、怎样制作菜单封面七、怎样调整菜单八、怎样设计团体包餐菜单九、怎样设计宴会菜单第四章 员工一、如何招聘员工二、如何与员工签约三、如何确定员工工资四、如何确定各服务岗位职责五、如何对员工进行培训六、如何进行员工业绩考核七、如何激励员工八、如何获得员工的合作九、如何留住员工十、如何处理员工间的矛盾十一、如何处理员工与顾客间的矛盾第五章 顾客一、如何稳定常客二、如何赢得新顾客三、如何处理顾客的抱怨四、如何接待稳重型的顾客五、如何接待活泼型的顾客六、如何接待急躁型的顾客七、如何接待忧郁型的顾客八、如何接待傲慢型的顾客九、如何接待主人型的顾客第六章 服务一、怎样用好服务敬语二、怎样做好迎宾服务三、怎样做好餐台服务四、怎样做好斟酒服务五、怎样做好点菜服务六、怎样做好上菜服务七、怎样做好分菜服务八、怎样做好结账服务九、怎样做好送宾服务十、怎样做好翻台服务十一、怎样做好摆台服务十二、怎样做好餐巾折花服务十三、怎样处理顾客的特殊服务要求.....第七章 厨房第八章 采购第九章 成本第十章 促销第十一章 经营第十二章 安全第十三章 卫生第十四章 管理

<<餐饮店经营管理一点通>>

章节摘录

在绝大多数提供全方位服务的餐饮店里，吧台通常都是重要的、不可或缺的组成部分。

在设计吧台之前，首先必须从人性上来分析，一般3—4个人在面向像会议桌般的长直线的桌子时，通常会喜欢聚集在一个角落。

所以在吧台设计上，需要考虑设计一些气氛友善的角落。

当在吧台后面的尾端设计一个双通的窗台时，要考虑使其方便与服务柜台相结合。

而当设计一个长而直的吧台时，可能会让顾客不得不面对墙壁，同时也必需花费相当多的经费去装潢吧台的后墙。

当需要供应大量的啤酒时，则可考虑在背面的墙内直接安排组合式冷藏库。

在设计吧台时，一般要分三步走。

1. 综合考虑吧台设计的各种要素 设计吧台时，首先要把各种要素考虑清楚，以便在后面的设计实施时做到心中有数。

这些要素主要有：吧台是否需要滑道；是用冰块冷藏还是用压缩机来保持冷度；如何分配切面包的空间；是否需要牛肉切割台；是否需要点心推车；是否需要安装护罩；是否需安装排水器、沙拉盘或蒸发器，餐盘储存的方式。

此外，还要考虑吧台提供的饮料种类，所需要的设备、杯子的式样、准备特殊饮品(如冰淇淋、咖啡、糖浆饮料)所需工具，冷冻储存库的数量以及究竟是供应扎啤还是瓶装啤酒。

2. 确定客容量 吧台所招待顾客的数量决定着设备的数量和大小，所以在设计吧台时要先确定客容量，以估算出吧台所需的设备的数量和大小，所需冰块的数量、杯子的数量、存放玻璃杯的空间大小及服务点的多少。

因为每杯酒都必须重新用一个清洁的杯子，所以还需要相应的清洗杯子的设备。

3. 安装设备 在确定了设备的大小和数量之后，就要解决设备的安装问题，以达到配合饮料和酒水制作的整个流程及服务点工作的效果。

服务点是指吧台服务员使用一定的工具按照顾客的需求将各种酒水混合调制、供顾客饮用的地方。

规模较小的小餐饮店中的酒吧有一个服务点，一位服务员就够了。

而在有些吧台则可能会有好几位服务员。

为了保证效率，要招待的顾客越多，吧台就应越大，所需要的服务点就越多。

在安装设备时主要应注意以下几点：(1)选择合适的装潢材料。

在不同的外场需考虑不同的装潢材料，例如，快餐店就必需考虑选择一些坚固耐磨的地板和桌椅材料，而且材料的防火性及对人体是否有伤害，也应考虑在内。

(2)音响设计。

在外场中，好的音质和隔音一样重要，而音响工程是十分专业化的一门工程，也是外场平面配置安排前必需考虑的。

音响设计不但需考虑到设备性能，甚至连顾客的音乐修养、教育水平等都应该考虑到。

进行音响设计时要注意：喇叭功率要适当，依经验显示，喇叭功率通常要比实际需求来得大，而且最好安排在天花板顶。

而K值(人耳可听到的声音频率计算单位)，通常在外场为15K。

此外还要注意适当的声量均衡，在外场的空间由于有不同的物品及人，拥有不同的吸收及反射效果，所以要平衡声音需经过良好的计算。

在节目编辑方面，可与音乐经纪人作不同的音乐节目设计，让食物与音乐搭配完美。

(3)灯光。

在外场中要拥有足够的照明，虽然最有气氛的照明是烛光，但只有烛光是不够的。

另外，在闪光等刺激性较强的灯光设计方面，爆炸性的色彩及灯光，可造成某些区域突然消失的感觉，在有足够的一般照明外，可利用在接待区、前窗隔间、特殊舞台地板等。

此外还有特殊聚光，良好的照明可将客人的注意力引到另一个特殊的空间去，例如，特殊效果的顶光灯、反射灯可利用到阶梯舞台、树木等。

<<餐饮店经营管理一点通>>

2. 保持对常客的尊重 有些餐饮店的经营者或服务人员与常客非常熟悉以后, 在处理与常客的关系上有时会失去分寸。

无论与顾客有多么的熟识, 顾客始终是顾客, 作为经营者要保持对顾客的尊重。

保持对顾客的尊重, 要做好以下几个方面的内容: (1) 不要随意发表对顾客谈话的意见。

顾客在与餐馆的工作人员进行语言交流时, 多是为了消遣, 有时就是纯粹需要有人倾听, 他其实并不需要有人给他提供什么意见。

有的经营者自认为与顾客很熟, 随意参与意见, 这种做法是不应该的, 经营者要做的就是以很尊重的态度顺着顾客的意思让他说下去。

(2) 给顾客留面子。

有些顾客喜欢开玩笑, 但作为餐馆的工作人员千万不能和顾客随意说笑, 更不能在说笑时造成顾客的不悦, 一旦伤及顾客的面子就能失去顾客。

(3) 保持服务和菜品的质量。

顾客对餐馆的工作人员都很熟悉后, 有时会对餐饮店工作中出现的一些小差错予以谅解。

但餐馆不可把这种熟悉和谅解作为降低质量的理由, 因为顾客的原谅是建立他对餐馆的质量充分肯定的基础上的, 他认为质量的保证是餐馆对他的尊重。

所以如果餐馆的质量一再降低的话, 顾客会认为是对他的不尊重, 这样迟早会使顾客失去对餐馆的信赖。

(4) 给常客以实惠。

在消费时得到实惠是任何一个消费者都乐于接受的, 实惠的消费也是大多数消费者所需要的。

所以, 给常客实惠的做法, 也被称作“拴客术”。

常见有直接优惠和定期回报两种方法。

直接优惠是指采用贵宾卡、直接打折、优惠券、赠菜等方式给予顾客直接的实惠。

而定期回报则是采用消费额积分等方法, 对顾客在餐馆的消费额进行累计, 在规定的 时间或达到某种分值时, 给顾客享有一定比例金额的免费餐费或礼品。

二、如何赢得新顾客 常客是餐饮店的主要客源, 但餐饮店要不断地发展还必须在稳定常客的同时, 不断地赢得新顾客。

而要赢得新顾客, 餐饮店必须在平时下功夫, 应注意以下几个方面: 1. 礼貌待客, 周到服务

服务员经常要到服务区接待客人, 为了不失礼数, 要有良好的举止、言行, 即礼貌待客。

即使来客不打算消费, 也要注意以礼相待。

(1) 迎接来客。

看到客人, 必须站起身来, 然后说: “您来啦!” 并点头行礼。

若是事先约好的客人, 要确认一下, 可以问一句“您是XX先生吧?” 并将其领入接待室。

另外, 如果同时还有别的客人来访, 要代为接待、引见。

见到没有约好而来访的客人时, 要问清客人的姓名和来访者的意图等, 再将其领到服务区就座。

对方交递名片时, 要用双手接过对方的名片, 并大声读出对方公司的名称和其本人姓名, 然后再小心礼貌地收在自己左边的制服口袋里。

如果来客较多时, 不要以貌取人, 应笑脸相迎、公平对待。

要尽快记住客人的名字, 向他们寒暄: “总是得到贵方的关照, 非常感谢!” 对多次来访的客人, 不要再问对方姓名, 因为这会使顾客觉得自己没有受到重视和尊重, 会令顾客感到不快。

(2) 引路与送客。

在引导客人去服务区时要说: “请, 在这边。”

”并一直将客人引领到服务区门口。

不要只用手指着说“在那边”, 这是非常不礼貌的。

在引路时, 要走在客人的斜前方。

客人离去时, 要起身行礼; 送客时要一直站着, 目送到看不见客人为止, 或者送到电梯口、大厅门口; 客人如果是开车来的, 就要等客人的汽车开动再离去。

与客人擦肩而过时要打招呼。

<<餐饮店经营管理一点通>>

即使来客不是自己的客人，也要热情欢迎。

工作进行中有客人来访，不用在桌前急忙点头行礼，只要站起身来打招呼就可以了。

如果在走廊里与客人擦肩而过，也别忘了点头行礼。

在发现客人迷路时，不可直接问他：“你是不是迷路了？”，这会使顾客感到尴尬。

这种隋况下，要假装不知情，问他：“请问您要到哪儿去，我可以帮你什么忙吗？”在为客人引路或接送客人时，经常要乘电梯。

迎客时，自己通常要站在电梯操作钮前，先让客人进到里边去。

到达时，按完开门钮，说一声“请”，让客人先下电梯。

送客时，要为客人去按电梯按钮；在电梯到达开门后，要说送别的话。

(3)结账送客。

如客人要直接向收款员结账，应客气地告诉客人收银台的地点。

在递给顾客账单时，可以将账单正面朝下、反面朝上，放在垫有小方巾的托盘(或小银盘)里送到宾客面前，不要用手直接把账单递给客人。

客人付账后，要表示感谢。

客人起身后，服务员应及时为其拉开座椅，以方便其行走。

客人出门前应提醒其不要遗忘随身物品。

代客保管衣帽，服务员要准确地将衣帽取递给客人，并热情地帮助穿戴。

将客人送至餐饮店门口时，要友好话别，可以说“再见，欢迎您下次再来”，躬身施礼，目送离去。

2. 把“对”让给客人

餐饮店的每位员工都必须树立良好的服务意识，顾客至上。

在国际上，餐饮店有一个金法则，需要每一位员工牢牢记住，那就是客人总是对的。

即在正常的接待服务中，即使客人在某些方面是错的，也应把“对”让给客人。

在处理与顾客矛盾时，要从客人的角度和为餐饮店争取客源的角度去考虑问题，而不应当面指责客人，使客人感到难堪。

在经营过程中如果与客人产生磨擦，餐饮店要巧妙地维护客人的自尊，给客人以下台阶的机会，从而使其不失面子，而感到倍受尊重。

这样做既可以维护餐饮店的形象，也可以巩固顾客与餐饮店的良好关系。

3. 注意服务的细节

餐饮店在经营过程中，要特别注意一些细节方面的服务，因为往往是一些细节的服务令顾客感到受尊重，对餐馆怀有好感。

细微主动服务的魅力，就在于平凡的服务细节中包含着深切的人与人之间体贴入微的感情共鸣、规范服务纵然做得井井有条，万无一失，在顾客的心目中感到的是用货币买来的商品，是应该得到的满足。

而细微的主动服务往往是对规范服务的延伸和超越，是顾客共同需求以外更迫切的、更具人情味的个性需求。

正是这种因人而异的形形色色的个性需求的满足，产生了强烈效应。

看似容易的细微的主动服务，往往被忽略而失去服务机遇。

对服务人员来说，要抓住细微的主动服务时机，首先要“心到”，即心中想着顾客；其次是“眼到”，从顾客的一举一动中发现顾客的特殊需求。

“眼到”后不能“事不关己，高高挂起”，而要做到“手到”，急顾客所急，千方百计把顾客的需求化为实际的行动，化解顾客之急难。

.....

<<餐饮店经营管理一点通>>

媒体关注与评论

导读 2002年,美国零售业传来两则令人震惊的消息。

一则是,美国《财富》杂志的最新世界500强排行榜上,沃尔玛公司以2198亿美元的销售收入位居第一,这是零售企业第一次超越制造企业荣登榜首。

另一则是,美国另一大零售企业——凯玛特公司正式申请破产。

这两家都成立于1962年的零售企业,经历了40多年的风风雨雨,为什么会有截然相反的命运呢? 总结沃尔玛的成功经验与反思凯玛特的失败教训,给我们最大的启示在于:经营管理水平的高低决定了一个零售企业的成败。

自从国外超市进入,零售行业在中国发生了很大的变化,全国各种各样的超市、连锁店、专卖店、零售店此起彼伏,越开越多,竞争越来越激烈。

然而,在零售行业发展的10年间,强者几乎都是外资的零售企业,中国本土企业可以做大,但很难做强。

我国的超市、连锁店、专卖店、零售店、餐饮店等都在迅速扩张,实行多店经营,但店多后却面临管理失控的风险。

有的店铺在经营管理上很简单,“拿来”国外的经营管理模式就用,但往往难以达到预期的效果。

..... 店铺的经营管理并不像高科技企业的经营管理那样高深,那么,难点和关键点究竟在哪里呢?是业态的问题,经验的问题,资金的问题,模式的问题,还是其他的一些问题?不论什么样的问题,归结为一点,即还是经营管理的问题,尤其是在借鉴国外成功经验的基础上的适合本土企业的经营管理模式的问题。

店铺的经营管理,首先要考虑的是如何盈利,这也是所有店铺经营管理工作者的共同心愿。

然而虽然我们身边有许多的不同业态的新店开张,但是仍有不少的店铺由于经营不善而倒闭。

正如许多资深专家指出的那样:一般店铺的失败率高达80%!事实上,新开一家超市店、专卖店、零售店等等都不是难事,只要有资金,有人手就可以实现这个愿望,但是要使店铺真正实现盈利,多赚钱,做大做强,却蕴涵着很多的学问和经验。

让各种业态的店铺赚钱盈利的学问大体都遵循这样一种科学的过程:从诞生日起,它就必须进入一个规范化的轨道,例如怎样筹集资金与选择店面,怎样设计店铺和采购货物,怎样进行商品陈列,怎样做好顾客服务与进行有效的促销,等等。

这些都关系着店铺繁荣兴衰成败,也是每一位经营管理工作者最为关注的重点。

然而,当前我国店铺在发展与运营管理中还存在着诸多不规范的地方,许多环节都存在着不少疏漏,这无疑增加了经营风险。

与此同时,国外许多实力雄厚、并已经具有一套完备操作系统的零售企业诸如:沃尔玛、家乐福、7-11等大举进入,它们不断增开门店,大大冲击了尚处于生长期的我国本土店铺。

一面是生存的压力,一面是竞争的压力,国内店铺经营管理工作者更加迫切地需要经验丰富的专家答疑解惑,指点迷津,这也是我们整合业内的实战专家、相关领域的教授学者成立“店铺成功经营管理研究项目”的初衷,而这套“店铺轻松盈利与规范管理丛书”的出版正是研究项目组经过多年实践、研究与思考创新的结果。

.....

<<餐饮店经营管理一点通>>

编辑推荐

本套丛书从我国具体情况出发，是专业店铺经营管理工作精心打造的日常运营与规范管理的实务的手册，其特色在于：能给店铺经营管理工作带来“一点通”的现学现用之实用功效，其具体体现在编写上采用了灵活的框架语言。

本套丛书内容涉及超市、连锁店、专卖店、零售店、餐饮店等多个零售业态，同时，考虑到在店铺中“餐饮店”所占的分量与比重，研究项目组为此专门对其进行了专题研究。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>