第一图书网, tushu007.com

<<海底捞能捞多久>>

图书基本信息

书名：<<海底捞能捞多久>>

13位ISBN编号：9787506043007

10位ISBN编号：7506043009

出版时间：2011-10

出版时间：东方出版社

作者：陈禹安

页数：160

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

<<海底捞能捞多久>>

内容概要

海底捞火锅连锁全国也不超过百家，为何会吸引如此大量的关注，对顾客有这样的吸引魔力？
陈禹安提出了海底捞的三大悖论。
复制悖论：为什么海底捞没有确立标准化（高度同质化）的制度与流程，却能够复制成功？
激情悖论：为什么海底捞的员工能够激情四溢、乐此不疲地去对待一份单调、繁琐、强度巨大的工作，甚至为了捍卫门店的利益而奋不顾身？
人治悖论：为什么海底捞近乎奇迹般的成功能建立在广被诟病的人治基础之上，而和我们惯常认为的科学管理背道而驰？
作者详细分析了海底捞的缘起和火爆，探索它成功的奥秘，并对它的未来进行了预测。

的海底捞火锅连锁全国也不超过百家，为何会吸引如此大量的关注，对顾客有这样的吸引魔力？
陈禹安提出了海底捞的三大悖论。
复制悖论：为什么海底捞没有确立标准化（高度同质化）的制度与流程，却能够复制成功？
激情悖论：为什么海底捞的员工能够激情四溢、乐此不疲地去对待一份单调、繁琐、强度巨大的工作，甚至为了捍卫门店的利益而奋不顾身？
人治悖论：为什么海底捞近乎奇迹般的成功能建立在广被诟病的人治基础之上，而和我们惯常认为的科学管理背道而驰？
作者详细分析了海底捞的缘起和火爆，探索它成功的奥秘，并对它的未来进行了预测。

1、本书主题是时下大热的“ 海底捞 ”火锅连锁，尤其是网络上有大量的关注，非常有利于宣传。

2、作者不但重点分析了海底捞的发展、成长和火爆原因，还用大量篇幅分析了小肥羊、麦当劳、东方既白等知名餐饮连锁的发展之路，既有趣味性，又能吸引很多相关读者和餐饮业管理人员的重视。

3、本书的写作既有经管类作品的严谨，也穿插了很多心理学方面的剖析，同时引用了许多生动的真实故事和网络内容，读起来绝不乏味。

作者简介

陈禹安，管理学硕士、法律本科、工学学士（石油储运专业、给排水专业），曾赴日本全面考察研修日本经济、社会状况，重点了解日本媒体行业，先后考察了NHK、朝日新闻、富士电视台、岐阜日报、岐阜放送（电视台）、福井日报、福井放送、街角电台等各类媒体。
《每日商报》编委、《她他周刊》主编。

陈禹安是心理说史首创者，心理学经营管理专家，代表作品《心理三国》三部曲（包括《心理关羽》、《心理诸葛》、《心理曹操》）由三国秦汉史专家张大可先生作序推荐，于2010年出版。
其他作品有：《麦当劳悖论》、《如何成为带头大哥——金庸武侠管理学》、《如何管好韦小宝——鹿鼎记领导启示录》、《巧辩不如攻心——三国的说法智慧》等。

<<海底捞能捞多久>>

书籍目录

第一章 海底捞悖论
大象涌进蚂蚁窝
东方既白何时白
海底捞的三大悖论
第二章 定性与定量的分野
并不完美的扩张
复制的悖论
西式餐饮也没那么简单
麦当劳的成功之道
定性与定量的分野
极致的量化
极端复杂的中式餐饮
小肥羊的成功之道
火锅胜经五要素
海底捞的成功秘诀
第三章 激情的源泉
“ 变态 ”的服务
顾客的感受与评价
两个商业机密
海底捞的苦与累
激情的悖论
激情的燃点
海底捞的“ 燃料 ”
激情的秘诀
第四章 人治的胜利
开除、提拔、师徒制与责骂管理
科学管理溯源
管理的一般原则
对科学管理的误解
人治背后的心理学原理
分工负效应的消除
第五章 三大悖论的逻辑关联
正向的循环
津工超市的“ 预期策略 ”
逆向的循环
第六章 预期的转变
服务员的“ 预期 ”
抱怨的滋生
抱怨之后的迁怒
大学生的“ 预期 ”
外面的诱惑
制度化“ 扼杀 ”预期
服务的创新与退化
第七章 信任的畸化
个体性滥用信任

“ 钓鱼式 ” 执法
制度性滥用信任
失去员工的信任
失去顾客的信任
承诺与食言
顾客的滥用信任
第八章 海底捞猜想
梅特卡菲魔咒
官僚化倾向与匿名者效应
复制的关键
制度化的弊端
把店开到美国去

章节摘录

张钢的做法当然是效仿四川火锅“不蘸小料”的做法。
千百年来，羊肉火锅都是采用清汤涮肉，再将涮熟的羊肉蘸上小料来吃。
但是，这种传统吃法存在着中式餐饮固有的复杂性。
小料的配料包括麻酱、虾油、腐乳、韭菜花等多种成分，具体口味则要看配料厨师的手艺。
所以，涮火锅口味的好坏直接取决于这个配料厨师的水准。
但即便同一个厨师的配料质量也不能保持恒定。
而四川火锅的做法则提供了一种截然不同的创新思路。
这一创新体现在取消了蘸肉用的小料，转而在清汤中加入配好口味的底料。
这一做法与麦当劳当年取消厨师（详见上文）有异曲同工之妙。
这既是一种对操作流程的简化，也更便于标准化，因为火锅底料在研制成功后，就可以批量化工业生产，也就能保证口味的一致性。
从而，火锅成败的关键就取决于火锅底料的调配上。
于是，张钢和几位亲属就不厌其烦地投入了对火锅底料的研发试验中。
张钢后来在接受采访时曾经回忆过这段经历：“（当时）我们家有一个大桌子，专门用来涮火锅。
那段时间，我身边的朋友几乎都来吃过小肥羊的火锅。
”　　火锅底料研发成功后，小肥羊立即开张，果然一鸣惊人。
2002年11月，小肥羊火锅高新店落户成都，向曾经的效仿对象四川火锅发起挑战，这个门店取得了单日收入最高17万元的惊人纪录。
小肥羊的成功秘诀和麦当劳、肯德基的成功秘诀是不一样的。
麦当劳、肯德基们复制的是流程，而小肥羊复制的是口味。
麦当劳、肯德基不是不注重口味，但他们对口味的把控也是置于极致的量化标准之下的。
只要确保了流程的量化执行，口味就一定能够无偏差地复制出来。
但是，小肥羊这样的中式餐饮，除了口味之外，很难在其他的环节达到极致的量化。
而且，就连口味，也没有强求极致的量化。
这正是中西式快餐连锁的区别所在。
小肥羊的成功告诉我们，火锅业也许是中式餐饮中最适合、也是最有可能大规模连锁经营的品类。
火锅胜经五要素　　为什么这样说呢？
第一，火锅解决了厨师不可复制的瓶颈。
这是制约中式餐饮大规模扩张的最大因素。
而火锅底料的各种原料配伍一旦研发成功后，就可以大规模生产而不走样，就像肯德基的炸鸡配方、可口可乐的配方一样。
第二，火锅的烹饪方式——涮，是对纷繁复杂、变化无穷的中式菜肴的一种大幅度简化。
在传统的方式下，不同的食材必须有相应的烹饪方式来操作才能够味尽其极。
但面对火锅，几乎任何食材都可以经由“涮”这种简单的方式而得以完成。
第三，火锅的烹饪方式能够确保鲜美可口。
首先，精心调配而成的底料为火锅提供了一种基底的口味基础。
其次，火锅的基本操作方式是“涮”。
所谓“涮”，就是在清汤或高汤中将各种食材一一放入烫熟或煮熟。
这种烹饪方式能够带来必然的鲜味。
鲜从何来呢？
知名科普作家方舟子在一篇题为《我们为什么觉得食物味道鲜美》的博文中很好地解释了这一问题。
我们能感受到食物的味道，是因为食物中的化学分子刺激了味蕾感受器，这些感受器主要集中在舌头上。

就像无数种颜色都可以分解成三种原色的不同组合，无数种味道也可以分解成几种基本味道的组合。
……

第一图书网, tushu007.com

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