

<<全球餐饮大讲堂系列>>

图书基本信息

书名：<<全球餐饮大讲堂系列>>

13位ISBN编号：9787807471769

10位ISBN编号：780747176X

出版时间：2008-7

出版时间：海天出版社

作者：倪德玲 等

页数：218

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>

## 前言

标准化是连锁经营的最本质特征。

标准化不仅可以规范连锁经营秩序，还可以使得连锁企业对“店铺”快速复制，有助于培育企业核心竞争力。

国际连锁餐饮企业成功的重要秘诀就是标准化，麦当劳、肯德基和星巴克都是如此。

麦当劳的创始人雷·克洛克说，连锁店只有标准统一，而且持之以恒地坚持标准才能保证成功。

麦当劳是世界上最大的快餐集团，从1955年创办人雷·克洛克在美国伊利诺斯普兰开设第一家麦当劳餐厅至今，目前在全球121个国家和地区拥有超过30000家店，麦当劳的黄金双拱门已经深入人心，成为人们最熟知的世界品牌

## <<全球餐饮大讲堂系列>>

### 内容概要

《肯德基标准化作业与管理细节》系统介绍了肯德基标准化运营的理念和细节，包括品牌的标准化、服务的标准化、质量控制的标准化、运营管理的标准化、员工培训的标准化、特许经营的标准化等，系统而详尽地剖析和总结了肯德基取得成功的关键所在，力求对中国本土餐饮企业的成长提供切实可行的操作性方法和建议。

肯德基是在中国发展最快的快餐品牌，迄今为止，它进入中国市场已有二十多年，从一家门点到现如今的2000多家门店，它演绎了一种美国速度，更演绎了一个关于标准化的发展神话。

《肯德基标准化作业与管理细节》每章节都通过“学习目标”、“学习内容”和“餐饮精讲”逐步展开，讲述十分系统和专业，既可作为标准化作业的管理教程，也可作为餐饮企业细节化管理的培训、学习用教材或参考。

#### 作者简介

陈广，零售网([www.lingshou.com](http://www.lingshou.com))、特许网([www.texu.com.cn](http://www.texu.com.cn))创始人兼制作人，中科锐智商业管理顾问中心总经理，中科联智(北京)信息技术有限公司总经理。  
著有《家乐福超市攻略》、《7—11连锁便利攻略》等优秀作品。

## &lt;&lt;全球餐饮大讲堂系列&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 一切皆可标准化第一节 严格执行麦当劳连锁店的选址标准化第二节 每一家麦当劳餐厅的汉堡都保持相同口味第三节 服务流程标准化是实现快速服务的关键第四节 标准化的店面设计便于人们迅速加以识别第五节 将人才管理与营销操作纳入标准化流程第二章 形成独特的品牌优势第一节 独特的品牌识别是麦当劳鲜明的“名片”第二节 强有力的品牌传播使麦当劳亲和形象深入人心第三节 维护与累积品牌资产是管理者的重大责任第三章 产品质量实现全程监控第一节 优质产品源自对原材料品质的全程监控第二节 严格控制验收和储存环节，辅于应急控制系统第三节 在生产阶段清除所有可能出现的质量问题第四节 建立一套完整的产品质量鉴定体系第四章 让顾客百分之百满意第一节 不断改进经典餐品，开发更丰富的菜单组合第二节 吸收本地特色，推出全新、健康的食品第三节 始终为顾客提供人性化、个性化的增值服务第五章 与供应商互利共赢第一节 选择有“伙伴合作理念”的供应商第二节 与供应商建立共赢互助的长期合作关系第三节 严格管理原料品质，确保产品百分之百优质第四节 确保供应商的忠诚离不开严格监控第六章 完善日常运营制度第一节 利用手册化管理把企业标准化推向极致第二节 合格的产品品质有赖于多种检查监督制度第三节 每天将店铺维持得像新店那样整洁、干净第四节 全员沟通制度，营造一个良好的人文环境第七章 后厨实现科学化管理第一节 不断开发新的厨房设备，提高餐厅作业能力第二节 打造一套完善周密的食物安全管理系统第三节 在所有连锁店推广细化、定型化的生产方式第四节 适应竞争需要，引进“按需定制”的厨房系统第八章 激发员工的积极性和创造性第一节 培训是对优秀员工的一种重视和尊重第二节 公平、公正的考核是奖励员工的前提第三节 建立一个能真正起激励作用的薪酬机制第四节 职务晋升能使员工更加努力地工作第五节 运用竞赛激发员工斗志和工作激情第六节 独特的激励方式能让员工感受到企业的诚意第九章 合作营销：为竞争而携手第一节 借助娱乐、体育力量加强品牌宣传第二节 利用跨行业合作，拓展公司业务范围第十章 科学、系统地组织促销活动第一节 成功促销取决于每一个环节的精心策划和执行第二节 制定促销目标需充分考虑自身资源和条件第三节 特色促销有利于提高业绩，提升品牌形象第十一章 用广告铺平扩张的道路第一节 尝试多样化广告形式，吸引消费者的眼球第二节 科学的广告运作能构筑统一化的品牌网络第三节 敏锐捕捉社会现象，成功策划本土广告第十二章 运营创新带来源源动力第一节 多元化是麦当劳向纵深发展的一种重要方式第二节 因地制宜，制定符合当地市场的本土化战略第三节 展开品牌重新定位活动，打造全新麦当劳第四节 实施食品转型，将“健康”作为经营主旋律第五节 缩减扩张规模，缓解无限扩张带来的经营危机第十三章 最成功的特许经营模式第一节 特许经营：标准化、单纯化、统一化、专业化第二节 从特许经营入手扩大在中国市场的占有率第三节 严格控制加盟商产品和服务质量，促成双赢参考文献后记

## <<全球餐饮大讲堂系列>>

### 章节摘录

手册化管理也就是企业标准化管理，它能使企业的各项运作安排得井井有条。

企业制定了规范化的行为标准，员工们再严格按标准进行程序的运转，这样管理结果就很容易被掌握，从而达到预期的满意度。

快餐连锁店要想获得成功，必须坚持统一标准，并持之以恒地贯彻落实。

麦当劳公司的第一本操作手册长度有15页，不久之后扩展到38页，1958年后多达75页。

在作业手册中可以查到麦当劳所有的工作细节。

在第三本手册中，麦当劳开始教加盟者进行公式化作业：如何追踪存货，如何准备现金报表，如何准备其他财务报告，如何预测营业额及如何制定工作进度表等。

甚至可以在手册中查到如何判断盈亏情况，了解营业额中有多大比例用于雇用人员、有多少用于进货、又有多少是办公费用等。

麦当劳的每个加盟者在根据手册计算出自己的结果后，可以与其他加盟店的结果比较，这样就便于立即发现问题。

麦当劳手册的撰写者不厌其烦地尽可能对每一个细节加以规定，这正是手册的精华所在。

也正因为如此，麦当劳经营原理能够被全世界几万家分店快速掌握。

## 后记

在《麦当劳标准化作业与管理细节》创作过程中，作者查询、参考了大量国内外的相关图书和文章。由于资料来源广泛而繁多，兼时间仓促，部分资料未能(正确)注明来源及联系版权拥有者并支付稿酬，希望版权拥有者见到本声明后及时与我们联系(E-Mail：lingshouwenku@126.com)。

在此表示深深的谢意。

最后要特别感谢参与本书编写的路军、李振明、邢生平、苏达云、王国怀、韩畴、梁诚、吉秀凤、高谊、李勇勇、廖琼三、林雪玲、黄其博、梁军、潘正林、吴文明、庄群丽、苏少兵、文丽颜、石咏梅、李英万、胡锡燕等人。

他

<<全球餐饮大讲堂系列>>

媒体关注与评论

“连锁店只有标准统一，而且持之以恒地坚持标准才能保证成功。”  
——雷·克洛克

编辑推荐

《麦当劳标准化作业与管理细节》编辑推荐：揭秘餐饮巨头标准操作细节解析国内餐企必备管理智慧

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>