

客满赚钱有办法!

本书告诉你如何把握经营餐馆的潮流, 又如何从客人身上学习餐馆经营的方向和重点, 以及怎样让客人了解自己的专长与特色。试试看, 一定会食客盈门, 生意兴隆。

千高原◎编著

口碑热销
第4刷
你看了吗?

行业经营宝典

餐馆经营

金点子

中国纺织出版社

客满赚钱有办法!

行业经营宝典

餐馆经营

口碑热销
第4刷
你看了吗?

千高原◎编著

金点子

中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

餐馆经营金点子/千高原编著.

—北京:中国纺织出版社,2003.9

ISBN 978-7-5064-2570-4

I. 餐… II. 千… III. 餐厅-经济管理-基本知识

IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 072126 号

责任编辑:王学军

责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

北京世纪雨田印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2008年3月第1版第5次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:18

字数:240千字 定价:32.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

前言

近年来,国内餐饮业经营大有风水轮流转之势,真可谓你方唱罢我登台。同在一条街,有的餐馆车水马龙,有的却几异店主,真是几家欢喜几家愁。其中成功者自有他的招数,失败者少不了他的不足之处。但有一点是我们业者必须共同面对的现实,经营环境已进入了“受智慧价值支配的消费时代”。

个性化消费,打破了传统的经营模式,餐饮业的诉求在于如何为客人提供更专精而又贴切的服务。业内老板必须清楚地认识到“当今的食客,是感性的群体,他们但求食物‘贴心合意’,至于业者按不按牌理出牌,根本就不是他们所关心的事。”可见,重要的还是要寻求促使消费的“诱因”,和热心窝的服务。换言之,如果你不懂得品质促销,不善于迎合消费者那张挑剔的嘴巴,你也就很难赚到钱。

餐饮市场虽说前景看好,但不用心不行,眼界过高也不成。“宁为鸡口,毋为牛后”,有时候小的东西并不弱于大的,关键还是要看有没有新意。只要有意投身餐饮业,又何必斤斤计较规模的大小呢!尤其是餐饮行业,资金实力决定规模,万万不可强求贪大,没有条件的,只要把有限的资金投资于较小的餐馆,稳定操作,还可稳健的把住发展舵盘,同时又可施展抱负。

成功是可以通过教导和学习去获取,愿本书能成为你的良友,助你做好开店前的经营取向、操作中的组织诊断,以及相关的经营、管理知识和发展规划。

餐饮行业,千姿百态,经营手法奇多。以编者微薄知识,只能谈些自家感受,实感汗颜。所幸的是编写过程中得到许多业者朋友的帮助,更参考了业内有经验的前辈一些资料成果,借本书付梓之际,在此一并谢过。

编 者

目录

contents

第1章 餐饮业的经营方向和重点在哪里

在消费崇尚经济实惠的今天,餐馆经营者要训练自己,以最有效的技艺和头脑,才能获取最高的收入。

.....

- | | |
|------|---|
| 3 / |  一、怎样开一家客满又赚钱的餐馆 |
| 3 / | 1. 作好餐馆目标市场的定位 |
| 4 / | 2. 不可缺少的商圈调查 |
| 6 / | 3. 对消费潮流的“前瞻性”评估 |
| 7 / | 4. 接易手店更要作评估 |
| 9 / | 5. 现代餐馆经营新取向 |
| 13 / | 6. 餐馆经营基本知识 |
| 14 / | 7. 小本经营的运作 |
| 17 / | 8. 速食业一窝蜂的反思 |
| 18 / | 9. 掌握师傅的“群体”特点 |
| 22 / | 10. 具备良好的赚钱感觉 |

24 /



二、什么是餐馆的动线

24 /

1. 动线就是“风水”

25 /

2. 街市阴阳边的认知

26 /

3. 起店名是一门学问

27 /

4. 外观不整其运必衰

27 /

5. 餐具的利用很有讲究

33 /

6. 采用透明化厨房前景乐观

34 /



三、现代人的饮食消费心理

34 /

1. 自然健康的美食潮流

35 /

2. 现代人美食常识很普及

36 /

3. 千万别把消费者当傻瓜

37 /

4. 关心顾客的健康

39 /

5. 要勇于向顾客认错

41 /

6. 记住客人的名字

42 /

7. 注重迎合客人的口味

44 /



四、吸引顾客的“巧定价”法

44 /

1. 避免“随行就市”定价法

45 /

2. 利用系数定价法 + 创新

45 /

3. 毛利率定价法 + 品质

46 /

4. 主要成本法 + 采购渠道



- 47 / 5. 本、量、利综合定价法 + 市场嗅觉
- 48 / 6. 以赔为赚的“晕轮定价法” + 尺度
- 49 / 7. 巧用数字定价方法 + 诱因
- 50 / 8. 大众化才是餐饮消费的主旋律
- 53 /  五、菜单是生财的重要工具
- 53 / 1. 菜单的基本内容有哪些
- 54 / 2. 如何选择菜单形式
- 55 / 3. 菜单的规格选择和字体运用
- 55 / 4. 设计菜单的六个依据
- 58 / 5. 菜单制作应做到善变和翻新
- 58 / 6. 菜单制作要体现艺术性和美感
- 60 / 7. 菜单的封面设计
- 62 / 8. 团队、宴会形式的菜单

第2章 以专精的服务俘虏顾客的心

将专精贴心的服务,体现在你面对的每一名顾客身上。你不视顾客是上帝行吗?顾客要是吃不爽喝不爽,你的腰包能爽吗?

67 /



一、顾客在想什么,你注意到了吗

67 /

1. 以服务建立顾客的忠诚度

- | | |
|-------|--|
| 68 / | 2. 为客人点菜服务要周到还要注意方法 |
| 69 / | 3. 如何服侍点菜犹豫不决的客人 |
| 71 / | 4. 不可缺少的餐后探询服务 |
| 72 / | 5. 要让客人花钱觉得值 |
| 73 / | 6. 材料的准备和菜单要协调 |
| 74 / |  二、经营自己的餐馆特色 |
| 74 / | 1. 选对“方向”做自己的特色 |
| 75 / | 2. 令顾客惊喜的“素材” |
| 77 / | 3. 现在的客人喜欢“原汁原味” |
| 79 / | 4. 特色须有自家调制的酱汁 |
| 81 / | 5. 本餐馆向味精说“不” |
| 82 / | 6. 精心推出“巧手菜” |
| 83 / | 7. 如何让众口不再难调 |
| 90 / | 8. 让顾客衍生顾客的方法 |
| 95 / | 9. 训练自己的市场嗅觉 |
| 96 / | 10. 传统风味吸引顾客 |
| 97 / | 11. 赚钱的餐馆靠口碑 |
| 99 / | 12. 餐馆的命脉是货源来路 |
| 100 / | 13. 潜力十足的中菜西吃 |
| 101 / | 14. 采用限量供应的技巧 |



102 /



三、掌握顾客的消费类型

102 /

1. 求新型消费特点

103 /

2. 享受型消费特点

104 /

3. 信誉型消费特点

104 /

4. 便利型消费特点

105 /

5. 求廉型消费特点

106 /



四、现代人“吃”的动机

106 /

1. 生存消费动机

107 /

2. 理智消费动机

108 /

3. 传统消费动机

109 /



五、要满足消费者的需求

109 /

1. “上帝”永远是对的

110 /

2. 客人希望受到尊重的心理

111 /

3. 开发口味专精的产品

113 /

4. 餐饮业的奉献精神

114 /

5. 顾客对卫生环境最挑剔

116 /

6. 对食物的保存及病媒控制

117 /

7. 水最容易遭受污染

118 /

8. 如何做让顾客信任的服务员

119 /

9. 桌边服务秀始终受欢迎

- 120 / 10. 入秋了客人爱吃进补的菜
- 122 / 11. 突破现状的经营手段
- 123 / 12. 怎样摆脱惨淡经营局面
- 125 / 13. 吃的比卖的精
- 126 / 14. 把客人的利益摆优先

第3章 不怕点子怪只怕没点子

光对客人动之以情,要让他们成为店里的常客是不够的,还要晓之以“诱因”才是当今餐饮业有所作为的手段。

131 / 一、开发让顾客心动的产品

- 131 / 1. 培养厨师对品味的直觉
- 132 / 2. 在吃的境界上做文章
- 135 / 3. 有特色就能赚钱
- 136 / 4. 不怕噱头怪,只怕没噱头
- 138 / 5. 四两拨千斤的点子
- 139 / 6. 南海活鱼的“一鱼多吃”
- 140 / 7. 劲使在巧字上
- 142 / 8. 有机会别忘了小题大作

144 / 二、巧用“方便”赚钱



144 /	1. 客源就在方便之中
145 /	2. 满足不贪便宜,贪方便的顾客
146 /	3. 如何为客人提供方便
147 /	4. 顾客总是喜欢去熟悉的餐馆
148 /	5. 受人欢迎的“家乡菜”馆
150 /	6. 客人就是餐馆最好的顾问
151 /	7. 餐馆促销广告用语要口语化
153 /	8. 顾客更需要“属于自己的餐馆”
154 /	9. 张老板和他的“郊外餐馆”
156 /	 三、“投其所好”贴近顾客
156 /	1. 顾客要的是什么,为什么?
157 /	2. 盯住现代人喜吃素食
158 /	3. 如何巧妙利用季节性菜单
160 /	4. 如何“拴住”客人
161 /	5. 以上菜速度快赢得顾客
163 /	6. 向特定顾客层“穷追猛打”
165 /	7. 如何判断进店客人的类型
159 /	8. 依赖招牌,不如巧用招牌
170 /	9. 过得了海便是“神仙”
172 /	 四、顺应潮流“巧促销”

- 172 / 1. 消费导向的经营
- 173 / 2. 一个价吃到饱的妙招
- 174 / 3. 现代人越来越强调食物特性
- 175 / 4. 巧妙经营孩子的宴席
- 176 / 5. 旧菜新吃大有作为
- 177 / 6. 酒水对菜式的促销
- 178 / 7. 推荐主厨名菜好处多
- 179 / 8. 巧做节日餐,赚钱又扬名
- 181 / 9. “诱因”是最好的促销
- 183 / 10. 如何制造旺店的“假相”

第4章 善用资源,稳步经营

能够创造佳绩的老板和失败者的区别,是前者在市场大环境中,知道自己的长处和不断修正自己的资源环境。

187 /



一、餐馆人力资源的控制

187 /

1. 餐馆人员的合理配置

192 /

2. 掌握多变“现代型”员工

194 /

3. 赏罚分明,有效激励员工

197 /

4. 管理人员的工作质量



- 198 / 5. 餐馆应变市场的人事整合
- 202 / 6. 人事真平等,适才才能适用
- 203 /  **二、算好经营这盘账**
- 203 / 1. 随时关注资金的回笼
- 204 / 2. 有利润才能生存
- 208 / 3. 注意堵塞漏洞
- 209 / 4. 餐馆成本的控制
- 213 /  **三、永续经营**
- 213 / 1. 用心去经营
- 214 / 2. 掌握流行信息
- 215 / 3. 随时调整经营脚步
- 216 /  **四、服务行业的危机处理**
- 216 / 1. 进行餐馆的“病情”诊断
- 222 / 2. 不可忽视的餐馆安全
- 226 / 3. 正确对待顾客发难
- 229 / 4. 主管与顾客问题交涉的艺术
- 231 / 5. 消费市场不景气的应变手段
- 237 / 6. 技巧性处理顾客的质疑
- 238 / 7. 快餐业怎样避开隐患
- 239 / 8. 良好的社会背景可以带来好客源

附录 老板必备经营知识

如今的餐馆经营,靠得是真才实学,没两把刷子,又如何能号令“天下”,掌握企业命脉。

.....

243 /



附录一:小资料库

273 /



附录二:员工“培训计划”的实施

第 1 章

餐饮业的经营方向和重点在哪里



投资开餐馆前，一定要掌握场地条件、商圈状况、流行趋势，还应该了解与竞争对手之间的主、客观情势，从这些细节中反省自己的经营条件，哪一项比较强，哪一项比较弱？强的一面该如何发挥，弱的一面又该如何改善？

没有明确方向就上马，难怪不少老板找不到经营对策。在餐饮行业里，连那张老板凳都没坐热乎就易手的情景屡见不鲜，看了直叫人痛心。不是先开开看吗？过时了，别人都在赚大钱呢！太想当然了。

成功者的经验告诉我们，第一是做，第二也是做，第三还是做。这里说的是做，就是要把场地条件、商圈状况、流行趋势这三个方面的首要工作做到细致和心中有数。

