



这样开 餐饮店 最赚钱

赵文明◎编著

经典
案例版

★★★★

你能把握餐饮业这个利润丰厚的赚钱机会吗？

开不开，怎么开？想要赚，如何赚？不要再纠结，不用再忐忑，你的疑问，这里有答案

跟着学，让你轻松赚个够！

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

这样开 餐饮店 最赚钱

赵文明◎编著

经典
案例版

★★★★

中国铁道出版社

CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

这样开餐饮店最赚钱:经典案例版/赵文明编著. —
北京:中国铁道出版社,2014.8
ISBN 978-7-113-18437-7

I. ①这… II. ①赵… III. ①饮食业—商业经营
IV. ①F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 084752 号

书 名:这样开餐饮店最赚钱(经典案例版)

作 者:赵文明 编著

责任编辑:张艳霞 电话:010-51873005 电子信箱:zyxbooks@126.com

编辑助理:孙晓明

封面设计:王 岩

责任校对:龚长江

责任印制:赵星辰

出版发行:中国铁道出版社(100054,北京市西城区右安门西街8号)

网 址:<http://www.tdpress.com>

印 刷:北京市昌平开拓印刷厂

版 次:2014年8月第1版 2014年8月第1次印刷

开 本:700 mm×1 000 mm 1/16 印张:15.75 字数:223 千

书 号:ISBN 978-7-113-18437-7

定 价:36.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书,如有印制质量问题,请与本社读者服务部联系调换,电话:(010)51873174

打击盗版举报电话:(010)51873659

前言

生活中,饮食是人们最基本的需要之一。各行各业都在快速发展的今天,有很多行业都因被时代淘汰而衰落下去。但是在我国,餐饮业始终保持着蓬勃的面貌和生机。同时,餐饮业是一个见效快的行业,如果经营得当,你很快就能得到立竿见影的回报。所以很多人都想投资餐饮业,并以此走向属于自己的财富之路。

当前我国餐饮业的特点是发展迅猛,增长率高,市场潜力大。像其他任何一种行业一样,社会的发展也改变着餐饮业的经营方式和经营理念。本书正是基于现有的市场环境,帮助想要进军和已经身在餐饮行业的人实现他们的财富梦想。市场在不停地变化,人们的消费习惯和消费口味也因此悄然改变,所以餐饮企业必须根据自身条件和外部的环境要求,选择适合自己的发展道路。

如果您是一个想要在餐饮行业开创一片天地的人,那么本书将给您非常切合实际的指导,以便您在创业的道路上一路畅通,少走弯路,进而更快地赚到钱。

本书从餐饮店选择店址、店面和店名等问题一路讲下去。打开这本书,您将会看到一家成功餐饮店的内部秘诀是什么,怎样打造吸引消费者的菜肴,看似简单的菜单上又有怎样的玄机,前厅和后厨不同的管理方法是什么,那些生意好的餐饮店,为什么总是有很多的回头客,餐饮店宣传和

营销的技巧是什么,成本节约的重要性是什么,怎样成功度过经营危机,如何加盟餐饮连锁店……这些非常重要的问题,相信您看完这本书,获得的将是一份信心和餐饮事业的道路上前进的全新力量。

本书第一版出版之后,受到了读者的广泛认可。在此基础上,我们增加了餐饮行业经典案例,使内容更丰富,图书更有参考价值。

如果您是一位正在经营自己的餐饮事业的朋友,那么本书会成为您在事业上一个有益的朋友,读了这本书,做到书中所说的,会使您的餐饮店运行得更加高效。

本书科学实用,通俗易懂,针对性强,主要面对有志于从事和正在经营餐饮事业的朋友。在编撰的过程中很多经验丰富的餐饮经理人、名厨大家、烹饪专家以及餐饮从业人员都给予了我们热情的帮助和指导,在此一并表示感谢!

目 录

第一章 店址、店面、店名

——直接决定餐饮店“钱”程的三要素

餐饮店选址的窍门 · 002

在麦当劳旁开餐饮店 · 004

租赁店面有技巧 · 006

巧妙盘店促开张 · 008

提前了解餐饮店的申办与注册流程 · 010

办最适合自己的餐饮店 · 013

让餐饮店的名字成为金字招牌 · 015

进行别具一格的店面设计 · 017

搞好硬件服务,提高餐饮店魅力 · 020

策划好开业庆典 · 023

凸显就餐环境的文化特色 · 026

第二章 “主打菜系”背后的盈利秘密

——好餐饮店一定要适应时代潮流

摸清新时代餐饮店流行趋势 · 030

- 我国主要菜系构成及风味特色 · 032
- 紧跟时代潮流,倡导绿色、安全经营 · 035
- 打造特色菜,诱惑顾客挑剔的味蕾 · 037
- 匠心独具的创新,让餐饮店顾客盈门 · 039
- 菜品如何迎合消费人群的口味 · 042
- 中西合璧抓住消费者 · 044

第三章 好吃的菜肴自己会说话

——口味永远是第一位的

- 菜品特色要与餐饮店风格相符 · 048
- 菜品特色的关键元素 · 049
- 菜品质量是餐饮店的生命线 · 050
- 质量是菜品创新的根基 · 052
- 菜品创新刺激顾客消费 · 054
- 菜品创新的方法与技巧 · 055
- 为菜品增加色彩,提高顾客的关注度 · 057

第四章 菜单菜单,可不简单

——菜单是餐饮店的“第一推销员”

- 菜单的种类及特色 · 062
- 菜单的形式及内容 · 064
- 由内至外精心设计菜单 · 067
- 抓住菜单设计的小细节 · 069
- 菜单设计要因时而变 · 071
- 遵循原则,确定菜品合理价格 · 074
- 巧妙定价,让老百姓满意消费 · 076

抢占市场的竞争定价法 · 078

第五章 关键员工远比利润重要

——赚钱的餐饮店离不开出色的服务员

重视餐饮店店员招聘 · 082

制定公平合理的薪酬制度 · 085

激励店员奋斗拼搏 · 087

留住优秀店员的方法与技巧 · 090

批评店员要讲策略 · 092

学会领导艺术 · 096

巧妙处理店员之间的矛盾 · 98

经常举办店员培训活动 · 101

第六章 做到没有“后”顾之忧

——重视餐饮店的后厨管理

中餐标准化的难点 · 106

厨房的组织结构 · 108

各岗位人员的职责 · 109

厨房的标准化生产 · 112

菜品的制备 · 116

厨房的生产方式 · 119

餐饮操作的卫生 · 121

厨房的安全管理 · 124

建立完善的餐饮店采购制度 · 127

加强原材料的储存管理 · 129

第七章 做餐饮,服务一定要做到位

——服务好,回头客自然找上门

餐饮卫生是餐饮店经营的基本保证 · 138

不同类型消费者的服务策略 · 140

认真做好消费者就餐前的准备工作 · 142

让消费者感受温馨、热情、周到的迎客服务 · 144

慎重处理点菜环节,避免出现尴尬场面 · 146

引导消费者点菜的技巧 · 147

上菜分菜环节要熟练有序 · 150

微笑服务暖人心 · 152

通过贴心服务,让消费者感到温暖 · 153

特色服务的“味道” · 156

送客服务不可少 · 157

留住回头客的情感经营 · 159

小心服务中的忌讳 · 160

第八章 顾客是一桌一桌抓来的

——火爆的生意离不开宣传和营销

做好广告宣传,让餐饮店发展如虎添翼 · 164

推行个性化经销策略 · 166

打造餐饮店的品牌 · 168

积极开展促销活动,严格遵循促销要求 · 170

菜品展示促销 · 172

举行餐饮店节日促销 · 174

优惠促销最能打动消费者的心 · 176

全员促销调动餐饮店经营积极性 · 178

- 最具人气的促销方式——现场餐饮活动促销 · 180
- 餐饮企业如何做网络推广 · 182
- 餐饮团购自成新风尚 · 184

第九章 广开客源也要减少成本 ——开餐饮店,学会精打细算才能赚钱

- 知道如何降低成本 · 188
- 巧妙节约前期投入成本 · 190
- 控制食品原料的成本 · 192
- 从原材料储备上下工夫 · 194
- 减少浪费现象,才能控制成本 · 196
- 杜绝厨房浪费有妙招 · 198
- 降低成本又不影响菜品质量 · 201
- 餐饮成本控制关键环节 · 203

第十章 危机管理是大事 ——用真诚化解危机,提高经营水平

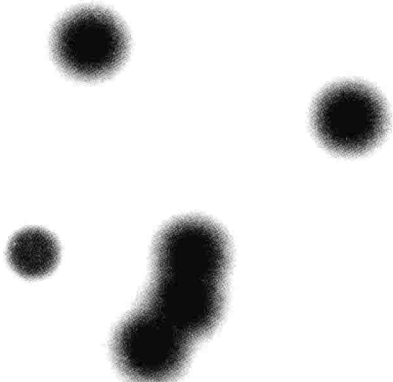
- 防患于未然:餐饮店的危机管理 · 208
- 时刻准备应对食物中毒事件 · 211
- 处理顾客投诉的艺术 · 213
- 餐饮店危机管理禁忌的4种心态 · 218
- 明智处理合伙人之间的矛盾 · 219
- 几种常见危机处理制度 · 221

第十一章 经典案例

——他山之石,可以攻玉

- 【案例一】肯德基是这样选址的·224
- 【案例二】必胜客锁定目标消费群·227
- 【案例三】麦当劳餐厅服务的标准化·228
- 【案例四】喜来登酒店重视餐饮环境和氛围的建设·230
- 【案例五】“将保证食品安全”放在第一位·231
- 【案例六】记住顾客的饮食习惯,提供个性化服务·233
- 【案例七】只有严格遵照规章制度,才能赢得声誉·234
- 【案例八】掌握专业知识,为服务增加“含金量”·235
- 【案例九】把顾客当成“上帝”的酒店·237
- 【案例十】把“顾客总是对的”作为服务理念·238

附录 开店流程



第一章 店址、店面、店名

——直接决定餐饮店“钱”程的三要素

餐饮店选址的窍门

做生意讲究“天时、地利、人和”，开餐饮店也一样，其中选址对于餐饮店来说至关重要，因为地点选择不当，日后会造成相当大的损失，甚至店址选择的好坏，直接决定着餐饮店的命运。所以你的大本营安在何处，不可大意。那么餐饮店该如何选址呢？

1. 做宾馆的“寄生虫”

客流量比较大的商业区一般都是开餐饮店的首选，如果是在外地开店，就只能求助当地朋友，在朋友的帮助下对这个城市的几大商业圈进行深入了解，然后派专门人员测算这些商业圈的人流量、车流量以及周围居民的消费水平和消费习惯。当然，利用这种方式来选址，不仅需要耗费大量的人力、物力，更需要耗费大量的时间。对此，投资者可以寻找窍门，做宾馆的“寄生虫”。

俗话说“大树底下好乘凉”，餐饮店在选址时为自己找一棵可以依靠的大树是个很明智的选择。上档次的宾馆一般都处于较显眼的位置，除了交通便利外，宾馆饮食的价位都比较高，这就把很多客人赶到附近的酒楼就餐。所以宾馆附近 50~200 米的门面就成为开店的理想选择。除此以外，宾馆周围的人流量和车流量也相当大，这些都是餐饮店潜在的客户群。这样，有客源，有地理位置，再加上好的菜品和好的管理，餐饮店的生意想不好都难。

2. 寻找附近街道的附加值

商业繁华的黄金地段向来都是商家的必争之地，因为这里川流不息的人群是商家潜在的利润。然而黄金地段可谓寸土寸金，租金非常高。这就

把很多餐饮店经营者挡在了门外。也就是说即便有了足够的资金,也不一定能在黄金地段找到合适的店面。那么如何在非黄金地段获取相当于黄金地段的利润呢?其实,在商业街的附近街道开店是个很不错的选择。所谓的“附加街”就是指与黄金街相邻的街道,一般不超过500米。选择附近街道的理由有以下3条:

①黄金街的人流量虽然是最大的,但并不都是酒店的消费者。大约有70%的人流量是休闲购物,还有约30%的是没有购买能力的未成年人。

②黄金街停车位都较少,一家饭店门前最多停十几辆车,特别是就餐高峰期,客人不仅很难找到停车位,就是餐位也很难找。

③黄金街高昂的租金,势必会抬高酒店餐饮的价位。

鉴于以上三个原因,大部分消费者会选择相对比较冷清、价位适中,停车位充足的“附近街道”作为消费的目的地。选择附近街道不但为餐饮店节省了租金,缓解了经济压力,还保证了较高的利润,可谓是一举两得。

3. 不选“独木”,选“万木”

“独木不成林,万木才是春”。虽说餐饮店之间激烈的竞争已使餐饮业进入了微利时代,但是在为餐饮店选址时仍然要选择餐饮店“扎堆”的地方。就像女孩子逛街,要从这家店逛到那家店,看的不仅是款式,还有价格,货比三家后才会选定自己中意的东西。餐饮行业亦是如此,同一条街上开的店面越多,光顾的客人就越多,人气也就会越旺。倘若一条街上只有一家饭店,虽然可以吃“独食”,但由于可选性太小,光顾的客人也会寥寥无几。

但是,选择餐饮店扎堆的地方也要注意一点,那就是虽然这样的地方可以凝聚人气,但是这种地方异常激烈的竞争也使很多餐饮店无利可图。那么如何既利用这些地方的有利条件又能避免激烈的竞争给自己的餐饮店带来不利的影响呢?

餐饮店经营者可以通过详细的考察,进行错位经营。餐饮店之间的竞争说到底就是客源的竞争。根据消费者的消费水平,客源通常被分为高、中高、中、中下四大类,相应餐饮店也被分为四类。在考察时,不仅要考察餐饮店的菜品定位、档次定位,更要看菜品和服务是否和餐饮店的装修布

局相协调。考察完这些后,再根据餐饮店所选取的地点选择一条与众不同的经营“路线”,也就是我们所说的错位经营。

在麦当劳旁开餐饮店

小王的好友老张打电话告诉他,打算来小王所在的城市开家餐馆,让小王帮忙选个合适的开店地点。小王便问老张:“不知你要选什么样的地点?”老张说:“你们那的麦当劳一定有很多家门店吧?你只要在其中一家麦当劳门店的旁边,替我找一个大概 200 平方米的店面就行。”

小王按照老张的意思,替他找了一个毗邻麦当劳的门面,开起了餐馆。一般新餐馆开张,由于缺乏稳定的回头客,都会经历一个较长的低潮期,而老张的餐馆自打开张那天起,就宾客盈门,生意十分红火,这也让小王十分好奇,于是向老张打听他的生意经。老张笑了,对小王说:“我并没有什么诀窍,只是餐馆的选址比较好罢了。我让你替我找一个在麦当劳旁边的店面,便不用自己再劳心费力地去做市场考察,更不需要支付任何考察费用,就可以找到一个安全可靠的最佳开店地点。因为,这些事麦当劳已经替我们做了。”

餐饮不同于其他行业,选到了合适的地点,生意几乎等于成功了一半。麦当劳之所以能开一家火一家,究其原因,第一是地点,第二是地点,第三还是地点。可能有人会说:“酒香不怕巷子深。”当然,这也不无道理。但“酒”在繁华闹市总会比闭塞深巷好卖得多。麦当劳这碗“酒”可谓醇香,然而,总部制定的布点选址所必须信守的 5 个原则却是雷打不动的。

1. 针对目标消费群

麦当劳的经营定位于年轻人、儿童和家庭成员,所以选点必须在这些人经常出没的地方或繁华闹市、人潮涌动的地方。

2. 着眼于今天和明天

麦当劳选点,要求 20 年不变。所以,每个网点最终确定都要有三到六个月的考察,考察重点在于看其是否与城市规划发展相符合,是否会出现市政动迁和周边动迁,是否会进入城市规划红线。进入红线坚决不碰,老

化商圈内坚决不设点,纯住宅区原则上也不设点。

3. 讲究醒目

设点一定要在一楼临街店堂,要有透明落地玻璃窗,让路上行人感受到麦当劳的文化氛围,体现其经营宗旨——清洁卫生、方便安全、物有所值。

4. 不急于求成

黄金地段的房价往往过高,当房主要价超过投资心理价位时,麦当劳一般不急于求成,而是先放下,去开发其他店,用其他店的成功去影响房主。

5. 优势互动

麦当劳往往选择品牌知名度和信誉度较高的“家乐福”、“沃尔玛”等知名百货企业来开店中店,这样既可为百货企业带来客源,又吸引逛商场的顾客到麦当劳就餐。

选择开餐饮店的地理位置当然以靠近交通主干线的街面为更好,或者是选在城市主要繁华商业街。因为这些地区是寸土寸金,不但人气旺而且街面条件也相对优越,地面平坦、干净,没有积水和杂物。由于位置突出而明显,很容易被顾客发现和找到。有这样条件的餐饮店,用餐者的自行车和其他车辆有宽敞的地方停放,既方便又有专人管理,顾客用餐时心里踏实。

“蒸功夫”的选址亦有 5 个原则,即“五不做”:

- ①不是大型商圈的中心位置不做;
- ②没有充足的客流量不做;
- ③相对封闭的二层楼层以上不做;
- ④户外无独立醒目的广告牌不做;
- ⑤得不到房东与当地主管部门支持不做。

除在较知名或繁华的地区开餐饮店外,一些有丰富客源和人口相对集中的其他地区也可考虑利用。如机场、车站、校园、小区等也是尚好的选择;开餐饮店能选在客源充足、回头客较多、人气较旺的“饮食一条街”,当然更胜一筹。因为这些地区是顾客认定的餐饮店扎堆的地方,尤其许多年

轻人喜欢在这种热闹的环境中消费：一是凑热闹；二是餐饮店之间在经营上会有个可比性。这些对消费者有很大的吸引力。比如北京白塔寺地区，有数家经营羊肉系列的餐饮店，涮羊肉、烧羊肉、羊蝎子等凡是羊身上的东西都卖，而在这里用餐的回民多，餐饮店的密度也相当可观，号称“羊肉一条街”，结果是家家生意火爆。再如东直门内簋街号称家常菜“麻小（麻辣小龙虾）一条街”。再如新华街卖朝氏、日氏等“烧烤一条街”，等等。

沈阳烹小鲜面馆的选址方法则更加具体且量化：

- ①人口密度不小于 12 000 人/平方公里；
- ②临街路的人流量不低于 20 000 人/天；
- ③临街路的车流量不低于 10 000 辆/天；
- ④临近营业额不低于 50 万元/天的大商场或娱乐场（距离在 1 至 2 千米）；
- ⑤门面开间不低于 30 米；
- ⑥必须选在有红绿灯的十字路口；
- ⑦所在街区的居民户年均收入不低于 30 000 元。

租赁店面有技巧

店面的选择往往直接决定着开店的成败。作为立足之本，寻找一个好的店面并让其长期得到保障非常重要。所以，对于餐饮店经营者，在租赁店面时一般要注意以下几个方面的问题。

1. 摸清地产行情

在租赁店面之前，必不可少的就是搞清楚房地产的状况和土地价格，这直接关系到能否用最少的钱租到最好的店面。

2. 租赁店面

在租赁店面时，稍有疏忽就会让餐饮店经营者蒙受损失，所以租赁店面时必须慎重考虑。中间最重要的就是要签订房屋租赁合同，签了合同就能使餐饮店的经营得到保障。在签订房屋租赁合同时，必须注意以下几点。