

告诉你餐饮行业鲜为人知的经营绝招



这样的饭店一定会赚钱

最具实战价值的经营饭店赚钱秘籍

郭颖 著

饭店开张成功经营秘籍大公开，菜鸟也能赚大钱！

开不开，怎么开？

想要赚，如何赚？

不要再纠结，不必再忐忑，
你的疑问，这里有答案！

 中国书画出版社
CHINA PICTORIAL PUBLISHING HOUSE

郭颖 著

这样的 饭店一定会 赚钱

图书在版编目 (CIP) 数据

这样的饭店一定会赚钱 / 郭颖著. —北京 : 中国画报出版社, 2013. 6
ISBN 978-7-5146-0836-6

I. ①这… II. ①郭… III. ①饭店—经营管理
IV. ①F719.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第117304号

这样的饭店一定会赚钱

出 版 人: 田 辉
编 著 者: 郭 颖
责 任 编 辑: 卓 娜
出 版 发 行: 中国画报出版社
(中国北京市海淀区车公庄西路33号, 邮编: 100048)
电 话: 010-88417359 (总编室兼传真) 010-88417409 (版权部)
010-68469781 (发行部) 010-88417417 (发行部传真)
网 址: [http: //www.zghbcbbs.com](http://www.zghbcbbs.com)
电 子 信 箱: cpbh1985@126.com
经 销: 新华书店
海外总代理: 中国国际图书贸易集团有限公司
印 刷: 北京鑫海达印刷有限公司
监 刷: 傅崇桂
开 本: 16开 (170mm × 240mm)
印 张: 13.75
版 次: 2013年9月第1版 2013年9月第1次印刷
书 号: ISBN 978-7-5146-0836-6
定 价: 28.00元
(版权所有 违者必究)



前言

许多人之所以瞅准了开饭店这门生意，一是看中了开饭店每天都有可观的现金回款，花出去的本钱，当天便可以收回来；二是相信“民以食为天”，不论饭店开在哪里，总会有顾客光顾。

殊不知，开店容易开张难。在同样的街区，生意好的饭店即使没有任何优惠，饭点时间也是一座难求；生意差的饭店即使折上折地优惠，依然是门前冷落车马稀。生意好固然有生意好的道理，生意差自然有生意差的原因，虽然原因各有不同，但是赚钱的道理却是相通的——每家赚钱的饭店都有自己的盈利模式，有的靠特色经营，有的靠薄利多销，有的靠品牌效应……

以追求薄利多销为例，普通的饭店未必就能通过压低价格来争取到更多的客源，反倒是那些旺店，菜价看似虚高，生意却兴旺得很。不论靠哪种模式盈利，经营饭店都应是一项系统工程，价格或服务都只是影响生意好坏的一个环节。一家运营良好的饭店必定是价位合理，饭菜质量上乘，服务人性化，服务人员素质高，经营有特色。这样的饭店不但能给顾客带来一种美妙的、舒适的用餐体验，而且能让顾客享受到周到、便捷的餐饮服务。

有些饭店地段没得说，客流还可以，菜价也不高，服务也不差，但就是赚不到钱，生意不好不坏，可以说这样的饭店比比皆是。要想把这样的饭店经营成一家赚钱的饭店看似很难，其实很简单。几乎每一家赚钱的饭店最初都经历过这样一个阶段——看似什么都没有问题，都做得不错，其实，每个环



这样的饭店一定会赚钱

节做得都不够到位，不够精致，即使每个环节都做到位了，做精致了，各个环节的整合还是会出现问题，就像是一部没有磨合好的机器，耗油费电不说，还效率低下。

这也是许多饭店的真实写照：聘用的人员素质与技能一点不差，硬件设施也非常讲究，菜品与服务也能获得顾客的认可，但生意就是始终做不旺。

如果说行业竞争激烈导致生意不好做，有点牵强，如果说经营管理有问题，又似乎找不出什么问题。这也是困扰许多饭店老板、经理的一个难题。

《这样的饭店一定赚钱》参照赚钱饭店的经营实际，详细阐述了决定生意好坏的十大关键环节，这些环节包括：饭店选址；就餐氛围的营造；特色经营；迎宾接待工作；点菜服务；酒水服务；上菜服务；餐中服务；餐后服务；特殊情况的处理等。全书通俗易懂，结构严谨，每节都通过“店家快照”、“财富点读”、“餐饮生意经”模块来深入浅出地剖析、阐述日常经营的一些要点与难点，力避空洞的教条式的论述，有针对性地给出了操作技巧，是饭店经营者以及餐饮从业人员不可多得的务实读本。



目录

第一章 “风水”好，财运旺 001

——好酒也怕巷子深

区况决定定位	002
店多未必隆市	005
临旺铺而居，不旺也旺	008
承接转租的店面要慎重	011
选址必知的7大要素	014
哪些地方不宜开餐馆	018

第二章 设计温馨的就餐氛围 022

——既要“美胃”，也要贴心

修饰布局突显细节“美”	023
营造人性化的就餐氛围	027
擦亮“主题”这块招牌	031
打烊时间不要“轰走”顾客	035



这样的饭店一定会赚钱

客无贵贱，进门就要请上座 039

张嘴要带给顾客新鲜感 042

第三章 靠“特色”经营“俘虏”顾客 045

——可以没有，但不要将就

今天你打折了吗 046

好东西不怕卖得贵 051

特色不在多，要在精 054

特色菜该“特”在哪儿 057

有噱头才有赚头 061

可以被模仿，不可被超越 064

第四章 接待工作要有模有样 067

——多些热情，少些殷勤

餐饮服务不是侍候人 068

规范是死的，需求是活的 071

接待细节决定顾客评价 074

餐前服务应该忙点啥 077

用顾客喜欢的方式与其交往 080

过度热情也会“吓跑”顾客 084

让顾客的候餐成为另类“享受” 087



第五章 用好菜单这张活名片 091

——成为顾客信赖的点菜师

菜单是第一销售员	092
做介绍时别忘了附加推销	095
点菜也要玩点新花样	099
不要轻易说“这道菜卖完了”	102
帮客人省钱就是为饭店赚钱	105
服务人员必知的点菜技巧	107

第六章 读懂酒水里的玄机 112

——暴利？保利？顾客说了算

顾客的剩酒该如何处理	113
不经同意开瓶的酒算谁的	116
酒水推销怎么做才算刚刚好	119
不同场合的斟酒技巧	122
自带酒水该不该谢绝	126

第七章 上菜慎“伤”顾客的心 129

——保质保量保口味

上菜，不是简单地端盘子	130
-------------	-----



这样的饭店一定会赚钱

到底该先催谁的菜	133
错上漏上慢上的问题在哪里	136
保口味才能保客流	139
如何巧答顾客提出的异议	141
顾客的特殊要求该不该满足	146

第八章 餐间服务是道技术活儿 150

——关心处处勤“打扰”

茶水服务应注意哪些要点	151
如何应对醉酒顾客	154
顾客抽烟该不该禁	157
如何服务有洁癖的顾客	160
汤汁洒到客人身上该如何处理	163
客人抱怨口味不正宗怎么办	166

第九章 餐毕礼节要暖人心 170

——回头客才是“上帝”

你还在说“××慢走”吗	171
餐后客人坐着不走怎么办	173
如何打包客人才不会尴尬	176
客人嫌贵该如何解释	179



客人有意跑单该怎么防	182
服务小费该不该收取	185

第十章 特事巧办显智慧 188

——顾客永远都是“对”的

收到假钞怎么办	189
账单出了错该如何解释	192
顾客的投诉应如何处理	196
顾客强吃“霸王餐”怎么办	200
客人丢失财物算谁之过	204
客人偷拿店内物品该怎么办	207



第一章 “风水”好，财运旺

——好酒也怕巷子深

地理位置是开饭店首要考虑的因素，在餐饮行业有“一步差三市”之说，故店址“风水”的好坏，直接影响饭店的盈亏，正所谓“天时不如地利”。所以，只有圈地气，才能聚人气，不论开小吃店、快餐店，还是酒吧、火锅店……不是支个灶台，摆几张桌子，炒几盘菜给客人就可以赚钱了。



这样的饭店一定会赚钱

区况决定定位



店家快照：小面馆做成大买卖

宽阔的马路上，白天鲜有车辆往来，与繁华的市中心相比，这里稍显僻静。马路的边上有一个新建的高档小区，还没有完全入住，进出小区的人很少。周围陆续有几家饭店开业，但大都是开了关，关了开，支撑不了几天就改头换面。唯独有一家小饭店一直坚持着，从最初的赔本，到现在的微利，生意越来越好。

店老板是位憨厚的中年人，10多年前就下岗了，后来一直在街头摆摊设点，做小打小闹的餐饮生意，攒了一些本钱后，便想到租一个店面，开一家小饭馆。别人开饭馆，是哪里人多就在哪开，而这位店老板却有自己的盘算：新建的小区配套还不完善，附近流动人口又较少，偶尔在外面吃饭的人以装修与建筑工人居多，想必针对该类顾客开家便宜、实惠的小面馆是个不错的选择。

开业后，由于价格低廉，一个人差不多消费10多块钱就可以吃饱，再加上零星的酒水钱，小店每天差不多可以进账600多元，除去房租与各种成本，净利润有200多元。与此同时，有几家针对小区居民的中档餐馆也开业了，店名虽叫得响，店面装修也颇为讲究，但禁不住客流稀少，短的半月二十天，长的也撑不过三个月，不是关门，就是转租。而那家小面饭生意却越来越火，店老板也开始盘算着如何扩大店面。

这家小店投资并不大，也几乎没有宣传，那么它成功的秘诀是什么呢？具体来说，就是依据其所处的区况对小店的经营进行了准确的定位，从而因地制宜地“俘获”了属于自己的客户群。



财富点读

区位虽然非常重要，但是，并不是说选定了一个好的区位就一定会赚钱，赚不赚钱还与饭店的定位有重要关系。地处闹市区的黄金地段固然不缺少人流，但是要把人流变成客流，进而把客户变成财流就不是挂块牌子、扯开嗓子吆喝那么简单了。

客人进不进你的店；进了店能不能坐下来；吃过后会不会再次光顾……这些都直接关系着饭店生意的好坏。要想把生意长期做下去，饭店一定要明确自己的定位。所谓定位，简单来说，就是一提到你的饭店，立刻要让人想到饭店能够带给顾客的服务，能够提供顾客的饭菜，大概需要支出的金额等等。

在寸土寸金的步行街上，一家新餐馆轰轰烈烈地开业了，开业当天，光是请明星、办仪式就花去50多万，场面很是热闹。热闹过后，除了前三天做促销活动期间顾客场场爆满外，在接下来一个多月的时间里，每天的营业额连房租都撑不住，可以说是天天都在赔钱，与相邻的几家饭店相比，门前冷落鞍马稀。眼看别的饭店客满为患，老板着急上火，再也坐不住了，四处“投医”，后从明眼儿人那里得知，饭店的定位出了问题。

原来，这是一条古香古色的、有着一定历史的步行街，沿街的摊点虽然多，但大多以经营传统小吃，或是各种风味小吃为主，店面都不算大，各家都有自己的看家菜与特色小吃，且物美价廉。前来这里的人，不是想逛街购物，就是冲着这里的特色小吃来的。

而这家刚开业的餐馆集中西餐于一身，对外既经营西餐，也经营一些中餐菜系。由于地处黄金地段，租金自然不低，加之装修较豪华，却鲜有顾客会登门。即使有顾客登门，一打探价格，也一个劲儿地耸肩膀。所以别说回头客，就是有些想来尝鲜的顾客时常也会掂量再三。如此看来，把这种店开在这里，看来是“名不正，言不顺”。

老板本希望借这里的地气与人气狠狠地赚一把，不想却赔得快血本无归，这并不是地段问题，也不是人流问题，而是定位问题。试想，在一条特色美食



这样的饭店一定会赚钱

街，开一家中规中矩的中西餐兼具的餐馆，首先定位就有问题，来这里的人都是有着特定的目的，而这样的餐馆显然不会被这些人们所关注，加之价格较高，经营也没有明显的特色，自然不会成为人们的首选。

对餐饮业来说，不是往人多的地方扎堆就一定可以从中分一杯羹的。选一个好的区位自然非常重要，但与之匹配的是，定位一定要准确，只有掌握区况，定位准确，才可以说是落户到了风水宝地。



创富生意经

◆ 临近住宅区：经济实惠是根本

如果饭店选址在居民区附近，或者说周围有大量的住宅小区，经营的饭菜则不宜太高档，应以中低档为主。为了满足就餐对象的需求，餐馆环境要朴实无华、干净明快，经营的品种应多样化，多提供一些诸如家常菜、饺子、小吃等普通大众感觉实惠的菜品与主食，尽可能做到质高价低，菜量大，走经济实惠的路线。

◆ 临近办公区域：特色服务是关键

所谓办公区是指办公楼、写字楼较多的区域，有许多单位的办公地点都是临时租用的，很少备有食堂。所以，在这些区域内，到饭店消费的主要以白领为主，其中不乏老总或高级职员，他们有较强的消费能力，通常对用餐价格不是很敏感，而非常注重饭菜的质量与口味。在这种区域选址开饭店，应以经营中高档菜肴为主、低档菜肴为辅助，同时要突出自己的特色，另外，还需要在配套增值服务方面下工夫，如服务水平、烹饪水平、管理水平等，力求为顾客提供一种干净、雅致、温馨的就餐环境。

◆ 临近商业区：方便快捷是王道

商业区也往往是饭店较为集中的地方，因为这里通常人流量大，客源相对丰富。虽然这些人多以购物为主，但是，也有一部分人需要休闲和就餐。针对大部分顾客购物时间紧迫，就餐环境要求舒适、卫生，菜品要求简单的特点，可以适当选择经营中式快餐，或是一些小火锅、大排档等形式的餐饮店。



店多未必隆市



店家快照：成也“麻辣”，败也“麻辣”

老刘是地道的四川人，也做得一手好川菜，在老家县城经营川菜馆已有5个年头了，生意不好不坏。一次，一位浙江商人品了他们店做的麻婆豆腐后赞不绝口，声称这是他吃到过的最正宗的川味菜。在与这位客商闲聊之余，得知川菜在杭州很受欢迎，虽然杭州的川味馆很多，但是能做得一手正宗川味菜的馆子并不多。

凭这位浙商见多识广，加上自己很早之前就想到外面开川菜馆，老刘决定到杭州去试下水，开一家地道的川菜馆。经过实地考察，他发现在杭州一条有名的美食街上，街道两边虽然全是店铺，但每家店铺生意还是好得不得了，让老刘看着都“眼馋”，他想，凭借自己的手艺与正宗的川味“麻辣”，一定会赚个盆满钵满。之后，他带着50万的本钱来到杭州，在这条有名的美食街上租了一个30平方米左右的店面，经过一番装修，终于开业迎客了，但是生意并不像他预想的那样好。每天算下来，除去租金与各种开支，只能勉强保本。

头脑冷静下来的老刘这才发现，在这条不足200米的街上，足足汇聚了各式麻辣馆有30多家，光川味麻辣馆就有10家之多。细细一打听才知道，这些店在这条街上的经营都已经有了一些年头，老顾客的认同度较高，这么多年下来，那些聪明的店主知道如何根据杭州人的口味，对正宗的川味“麻辣”进行不断改良，以满足更多本地人的胃口。而老刘的麻辣馆虽然正宗，但是在众多麻辣馆面前，根本显不出自己的优势。眼见别人生意做得红火，客源不断，还经常需要一拨人吃完，才能轮到另一拨人开吃，这让开了这么多年饭店的老刘第一次感受到：店多未必隆市。



这样的饭店一定会赚钱

下饭馆，人们往往是哪家人多喜欢到哪家，之所以大家都喜欢到某家饭店，一方面是因为这里聚积了一定的人气，另一方面是它能够让顾客吃出一种氛围，再就是，它的价位、口味等方面也有吸引人的地方。但是开饭馆就没有这么简单了，不能说哪里热闹就去哪里凑热闹。许多时候，店主只是看到了表面上的繁华，却忽略了高人气背后的高租金、高竞争，如果自己的饭店没有可以立足的竞争优势，没有鲜明的特色，那只能是花钱为别人捧人气。



财富点读

经常在网上购物的朋友知道，淘宝在电子商务行业内足够有人气，每天的点击量数以亿计，销售额也相当庞大，但是并不是说，到淘宝注册一个账号，随便开一家店就能赚钱！在人气的背后，一定要看到竞争。

开饭店一定要选聚人气的地方没有错，但也要看到，同样的机会并不是只有你一个人能看得到。生意人最明白生意人的心理，当你看到一个商机，赚得第一桶金后，马上就会有許多人跟上来，并且会做得比你更好，那你怎么办？或者再寻找新的机会，或者提升自己的竞争优势，做不到这两点，只有死路一条，即使占据的再是风水宝地，也不会让你的店铺脱颖而出，引得顾客慕名而来。

在市区的一条商业街上，零星开了不少不大不小的饭店，生意都还算不错，直到附近新开了一家500多平方米的大排档，这些饭店才感受到了寒冬的到来，有些饭店甚至开始出现连月亏损的现象，有人戏称这是“大鱼吃小鱼”。这家大排档几乎天天爆满，老板整天乐得像弥勒佛。因为生意异常火爆，服务开始越来越跟不上，甚至打骂顾客的情况也开始不断出现，即使如此，人气还是很旺，吃饭不就吃一种氛围吗？

一年后，街的对面又陆续开了几家大排档，营业面积一家比一家大，环境一家比一家好，价位一家比一家低，之前那家毫无优势可言，渐渐生意开始冷清起来，尤其是到别家吃过的顾客几乎不会再回来了，加上顾客尝鲜的心理与对手更强的竞争力，这家店很快就关门歇业了。



这家饭店之前的火爆经营现在看来更像是在为对手攒人气。一旦人气到了，那自己的头也就到了。类似这样的案例在现实中屡见不鲜，众所周知，越是在人气较旺的美食街、商业街，这种竞争就越激烈。在这些地方，店多虽然可以隆市，但是也可以萧市，如果把所有的饭店比作一场博弈游戏的不同玩家，那么在客源一定的情况下，只有有实力的玩家才会越做越大，才能成为地域竞争的赢家，而那些没有特色，抱着借机捞一把的投机店铺迟早都是会被淘汰的。在餐饮行业，纵观百年老店，没有几家是借着“店多隆市”这种效应而坚持到今天的，它们大多是靠着自己的独门绝技，或者自己的特色经营在残酷的竞争中生存下来的。

虽然，选择一条美食街、租一个旺铺很重要，但要赢得持续发展，把生意做得越来越红火，靠的却是“内功”。所以，可以相信“店多隆市”的效应，但是不是要过分迷信，只要踏踏实实地把经营做到位，多掌握开店的诀窍，店少的地方反倒更容易开辟出另一片新天地。



创富生意经

◆ 消费率低不等于没消费

没有消费就没有生意，这是众人皆知的道理！只要有人在消费，哪怕是一分钱，也会有精明的商人从中意识到商机，没头脑的商人看到的永远都是别人在做的火爆生意，而不会意识到在别人不注意的地方，可能存在着巨大商机。99%的人都会认为，饭店就应该开在闹市区，就应该开在人来人往的商业区，所以，在这些区域，饭店林立，再差的饭店也不愁没有生意做，但是，还是会有1%的人选择把饭店开在相对偏僻的区域，从而做成了独家买卖，虽然营业额少，但成本低，所以纯利润也是很可观的。

◆ 地方背不等于生意背

有人把饭店开在黄金地段却不赚钱，有人把饭店开在山沟里，却赚得盆满钵满，只能说，没有点背的地方，只有点背的生意。在山沟里开店的人，往往更善于借势，他们借城里人出城赏景游玩之际，会开发一些农家菜，提供一些