

# 职业 点菜师

## 培训教程



李玉双 / 主编

ZYDCCSPXJC



辽宁科学技术出版社



李玉双 主编

ZHIYEDIANCAISHIPEIXUNJIAOCHENG

职业点菜师  
培训教程

辽宁科学技术出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

职业点菜师培训教材/李玉双主编. —沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2007.3

ISBN 978-7-5381-4930-2

I. 职… II. 李… III. 饮食业-商业服务-工作人员-技术培训-教材 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 132946 号

---

出版发行: 辽宁科学技术出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路 25 号 邮编: 110003)

印刷者: 沈阳市北陵印刷厂

经销者: 各地新华书店

幅面尺寸: 184mm×260mm

印 张: 17

字 数: 400 千字

印 数: 1~4000

出版时间: 2007 年 3 月第 1 版

印刷时间: 2007 年 3 月第 1 次印刷

责任编辑: 刘兴伟

封面设计: 冯守哲

版式设计: 于 浪

责任校对: 王春茹

---

定 价: 28.00 元

联系电话: 024-23284360

邮购热线: 024-23284502

E-mail: lkzsb@mail.lnpgc.com.cn

<http://www.lnkj.com.cn>



## UOZEJIANJIE

### 作者简介

1968年，插队知青。

1971年，回城后在餐饮行业一干就是30年。从服务员做起，相继从事过面点、酒水、财会、培训教师等工作。

1980~1984年，在辽宁大学经济系企业管理专业学习，毕业后在鹿鸣春饭店从事过前台服务管理、公关部经理、工会主席等工作。并在沈阳市厨师进修班任烹饪营养教师。

1992年后，所在单位因故停业。相继到沈阳华横大酒店、都市大酒店、伊斯兰歌舞餐厅等10余家企业任经理。

在此期间，曾受聘于沈阳师范学院、沈阳大学高职院旅游与酒店管理专业担任客座教授与讲师。

2000年后，走出沈阳，到吉林省珲春市百汇大厦（三星级）和辽宁省朝阳市南园大酒店、盘锦市欧盼圣达娱乐广场等10余家酒店为其进行策划、启动开业、员工培训等工作，并取得成功。

后又相继为沈阳金运大酒店、金三角大厦、满族人家等40余家酒店进行员工培训工作。

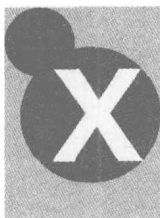
如今，年过花甲，还受聘于辽宁龙源教育产业投资有限公司等多家企业任餐饮管理顾问。又受聘于沈阳大学职业技术学院客座教授，参与教学指导与管理。



## IANWEIHUI

### 编委会

|     |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 顾问  | 刘敬贤 | 金立新 |     |     |     |
| 主编  | 李玉双 |     |     |     |     |
| 副主编 | 甘红  | 高仲声 |     |     |     |
| 终审  | 张奔腾 |     |     |     |     |
| 编委  | 焦方珍 | 李际东 | 吕家楷 | 王晟伟 | 栾建国 |
|     | 韩冷  | 刘兴隆 | 历程玉 | 任学林 | 郑艳  |
|     | 牟昆  | 孙占伟 | 王世俊 | 王雨  | 孟庆贺 |
|     | 常培俊 | 杨秀萍 | 杨丽  | 刘淑兰 | 田秀玲 |
|     | 郝侠  | 刘恩广 | 戴大鹏 | 高健平 | 常伟  |
|     | 庞章福 | 王亚男 | 于淑鹏 | 朱娟娟 | 崇佰  |
| 摄影  | 谭琦  |     |     |     |     |



UYAN

## 序 言

中国经济稳步地向前发展，人们的消费观念、市场需求也在不断地更新，社会分工越来越细，致使一些新兴的职业顺应市场的需求而诞生了。

总结经营不善的酒店会发现，经营者重视管理和菜品的创新研制，忽略了餐饮市场的调研和销售服务队伍在酒店运营中的作用。闭门造车一厢情愿地推创新菜，不被客人所接受，对失去大量客源而导致效益下滑又深感不惑。

有些酒店老板认为，服务员只要肯干就是好样的。孰不知，就是这些好样的服务员由于不懂得点菜知识，使客人消费失败，觉得钱花得不值，再也不想光顾这家餐厅了。

当然，造成酒店经济效益上不去的原因还有许多。本书主要在点菜知识和营销策略上加以论述。

从销售服务的专业素质上看：

一、长期以来，都是服务员在为客人点菜。这就形成了餐饮销售队伍没有专业化销售水准的弊病，服务员没有能力去帮助客人解惑。

再好的菜肴，服务员不会介绍，更不会因人而异地“量身定做”。因客人不懂亦更不认可，必然失去菜肴本身的存在价值。

二、客人自己把控菜品销售的市场，想吃什么，就点什么。由于没有专业指导，往往会出现一桌菜口味重复，食材重复，色泽重复，营养不均衡等，造成顾客的抱怨甚至投诉。客人不承认自己不会点菜，而用气愤的口吻说：“这家餐厅没有什么好菜，赶紧换地方，以后再也不想来这里！”这是酒店菜品销售的致命失误，也是酒店经营下滑甚至倒闭的前兆。有的酒店老板看不透这些，只埋怨厨师菜做得不好。结果呢，半年之内换了三轮厨师，效益始终上不去。因服务员不能把控菜品销售市场，只能被动地听客人吩咐。

三、生产菜品和顾客需求信息不能相互沟通，产生脱节现象，盲目制定菜单，客人不喜欢只能望而生叹，只好另选别的酒店去消费。

上述现状及对应分析说明了传统的餐饮业岗位分工，目前很难适应消费市场的需求，激烈的竞争已成为事实，重视菜品销售已是酒店运营的首要策略。餐饮市场新的变化呼唤着：一个新的职业——点菜师（又称导食师）的出现要从传统的服务员队伍中分离出来，形成独立的专业、独立的岗位。

这一岗位的出现是消费者需求点和企业菜品推销点有机结合的必然产物，也是消费者最终认可菜品成交过程中的友善责任人。

可见，餐饮市场的发展，酒店经营的火爆都急需点菜师尽快上岗（书中对此有详细论述）。

目前，在珠海、广州、杭州、成都、武汉、长沙、北京、沈阳等许多城市的中高档酒楼中，职业点菜师已初露头角。点菜师以靓丽的形象，高雅的气质，特有的专业震撼力，

细腻、灵活的销售技巧，形成美食文化一道悦目的风景线，也成为餐饮业一道新“食尚”。

实践证明，职业点菜师既是菜品知识和菜品销售的专家，又是餐饮销售市场的先锋战士；既是投资者回收资本的前沿主力军，又是消费者最可信的导食员。

为了满足我国餐饮销售市场人才的急需，尽快地培养出一批具有菜品专业知识，又懂多学科边缘知识的职业点菜师，使他们成为酒店业的销售精英，成为消费者最受欢迎、信赖的好参谋，在众多专业人士的推动下编写了此培训教程。

本书对点菜师产生的客观必然，点菜师的基本素质（职业道德、举止、仪表、礼仪要求、语言艺术、沟通能力）、点菜师的专业素质（菜品知识、酒水知识、宴会知识、餐单知识、营养知识）、点菜师的点菜技能和销售技巧及其他边缘学科知识作了详尽的说明。

本书既可作为餐饮行业职业教育培训、高等职业院校酒店管理专业的参考教材。又是酒店培训员工，提高销售技能的实用读物。本书更是那些善于挑战自我，把握成功的职业点菜师的良师益友。

本书对菜品的基础知识作了详尽说明，并提示了学习和记忆的方法。对正确判断顾客的消费期望值，分析顾客的类型和消费心理，快速拉近与客人的距离；把握顾客的价值链，分清为谁花钱，为何花钱，花谁的钱，花多少钱等消费作了细微的论述。用这些销售技巧指导实践得到了客人的认可。

本书得到了全国著名烹饪大师刘敬贤、金立新等的鼎力支持，并在菜品知识方面作了专业指导。全国烹饪大师张奔腾先生对书稿作了仔细的把关和审订。沈阳市第一位高级职业点菜师甘红女士也毫无保留地将销售菜品的技巧和实践经验讲述出来，编入本书。另外，沈阳假日大厦有限公司城市酒楼、沈阳盛京满族人家、沈阳原味斋烤鸭店、朝阳南园大酒店对本书的编写给予了鼎力相助，在此深表谢意！

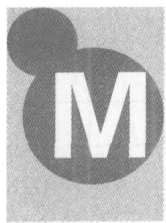
本书难免有不当之处，敬请同行专家批评指正，以示谢意！

祝中国餐饮市场繁荣昌盛！

李玉双

2006年3月8日初稿于沈阳





MULU

## 目 录

## 第一章 餐饮市场发展急需点菜师

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 第一节 餐饮企业需要点菜师 .....        | 001 |
| 一、菜品推销不出去，企业就要倒闭 .....     | 001 |
| 二、餐饮企业经营个性，靠销售菜品来实现 .....  | 002 |
| 三、餐饮企业要将最好的一面展示给客人 .....   | 002 |
| 四、盘活后厨食材离不开点菜师 .....       | 003 |
| 第二节 消费者需要点菜师 .....         | 003 |
| 一、好的菜品选不到，消费者困惑 .....      | 003 |
| 二、点菜是件费心、费时、伤脑筋的事 .....    | 004 |
| 三、点菜师能为食客排忧解难 .....        | 005 |
| 第三节 客企双向沟通和信息反馈需要点菜师 ..... | 006 |
| 一、将顾客需求的信息传递到加工部门 .....    | 006 |
| 二、将企业加工部门的信息传递给顾客 .....    | 006 |
| 三、研制新菜离不开信息 .....          | 007 |
| 第四节 职业点菜师的任职条件和作用 .....    | 009 |
| 一、职业点菜师的内涵 .....           | 009 |
| 二、职业点菜师的任职条件 .....         | 009 |
| 三、职业点菜师的形象作用 .....         | 009 |

## 第二章 点菜师应具备的基本素质

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 第一节 点菜师的职业道德 .....    | 012 |
| 一、道德内涵 .....          | 012 |
| 二、点菜师的职业道德 .....      | 012 |
| 第二节 点菜师的基本素质 .....    | 013 |
| 一、点菜师的礼貌修养与礼仪规范 ..... | 013 |
| 二、点菜师的服务操作礼节 .....    | 016 |
| 三、点菜师的心理素质 .....      | 016 |
| 四、点菜师的思想素质 .....      | 016 |
| 五、点菜师的沟通能力 .....      | 017 |
| 第三节 点菜师的职业操守 .....    | 019 |
| 一、点菜师常规的职业责任 .....    | 019 |

|                  |     |
|------------------|-----|
| 二、点菜师的岗位职责 ..... | 021 |
|------------------|-----|

### 第三章 菜品知识是点菜专业知识的基础

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 第一节 中餐菜品历史渊源及菜系分类 .....   | 028 |
| 一、中餐菜品历史渊源 .....          | 028 |
| 二、菜肴的典故及美称 .....          | 028 |
| 三、中餐菜品的烹调特点 .....         | 031 |
| 四、中国菜系的划分 .....           | 033 |
| 第二节 外国菜的特点及分类 .....       | 041 |
| 一、外国菜的特点 .....            | 041 |
| 二、外国菜的划分 .....            | 042 |
| 三、外国主要菜系特点及代表菜 .....      | 042 |
| 第三节 菜品的食材知识 .....         | 043 |
| 一、菜品的食材分类 .....           | 043 |
| 二、菜品食材的结构 .....           | 046 |
| 三、常见的菜品食材特点及适宜的烹调方法 ..... | 049 |
| 第四节 菜品的味型知识 .....         | 055 |
| 一、什么是调味 .....             | 055 |
| 二、影响菜肴味道的感觉因素 .....       | 055 |
| 三、味型的分类 .....             | 056 |
| 四、调味的作用 .....             | 058 |
| 五、调味的规律 .....             | 059 |
| 六、中国地方八大菜系常用调味料 .....     | 061 |
| 七、西餐调味料 .....             | 063 |
| 八、味型知识在销售菜品中的应用 .....     | 064 |
| 第五节 菜品的制备方法及过程 .....      | 069 |
| 一、影响菜品制备方法的相关因素 .....     | 074 |
| 二、菜品质感和销售菜品的关系 .....      | 077 |
| 三、掌握菜品的制备过程 .....         | 078 |
| 第六节 菜品定价原理 .....          | 079 |
| 一、菜品成本的构成 .....           | 079 |
| 二、菜品成本核算 .....            | 081 |
| 三、菜品价格的核算 .....           | 083 |
| 四、菜品销售价格的制定 .....         | 084 |
| 五、巧用菜品价格的销售技巧 .....       | 085 |

### 第四章 饮品知识

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 第一节 饮品的分类 ..... | 090 |
| 一、饮品的种类 .....   | 090 |



|                           |            |
|---------------------------|------------|
| 二、酒的分类 .....              | 090        |
| 三、软饮料的种类 .....            | 092        |
| <b>第二节 酒水与菜点的搭配 .....</b> | <b>093</b> |
| 一、酒水与菜点搭配的意义 .....        | 093        |
| 二、酒水与菜点搭配的原理 .....        | 093        |
| 三、国际流行的酒水与菜点搭配方法 .....    | 094        |
| <b>第三节 酒与酒水间的搭配 .....</b> | <b>095</b> |
| 一、酒与酒的搭配规律 .....          | 095        |
| 二、酒水间的搭配方法 .....          | 096        |
| <b>第四节 酒水与宴会的搭配 .....</b> | <b>096</b> |
| 一、酒水的档次应与宴会的档次相适宜 .....   | 096        |
| 二、酒水的产地要与席面特色相一致 .....    | 096        |
| 三、宴会中要慎用高度酒 .....         | 097        |
| <b>第五节 宴会酒品介绍 .....</b>   | <b>097</b> |
| 一、中餐宴会酒品介绍 .....          | 097        |
| 二、西餐宴会酒品介绍 .....          | 100        |

## 第五章 餐单知识是点菜专业知识的基础

|                            |            |
|----------------------------|------------|
| <b>第一节 掌握餐单的结构分类 .....</b> | <b>104</b> |
| 一、固定餐单 .....               | 104        |
| 二、变动餐单 .....               | 107        |
| 三、特别介绍餐单 .....             | 110        |
| 四、三种餐单的相互关系 .....          | 111        |
| <b>第二节 了解餐厅经营的菜单 .....</b> | <b>112</b> |
| 一、菜单的含义 .....              | 112        |
| 二、经营菜单的种类 .....            | 112        |
| 三、菜单在经营中的作用 .....          | 115        |
| 四、营业中菜单的内容 .....           | 117        |
| <b>第三节 直观餐单的实物展档 .....</b> | <b>119</b> |
| 一、菜品展档的特征 .....            | 120        |
| 二、菜品展档类别 .....             | 120        |
| 三、菜品实物展档品种分类的依据 .....      | 122        |

## 第六章 菜品的营养知识

|                                  |            |
|----------------------------------|------------|
| <b>第一节 营养素与健康的关系 .....</b>       | <b>125</b> |
| 一、什么是营养和营养素 .....                | 125        |
| 二、人体所需的六大营养素及生理功能 .....          | 125        |
| 三、膳食平衡是组合菜式营养均衡的核心 .....         | 130        |
| <b>第二节 区别不同顾客推荐相应的营养菜单 .....</b> | <b>139</b> |

|                           |            |
|---------------------------|------------|
| 一、根据顾客的年龄段区分 .....        | 139        |
| 二、根据顾客的不同体质区分 .....       | 140        |
| 三、根据顾客的不同性别区分 .....       | 141        |
| <b>第三节 时令菜和养生之道 .....</b> | <b>142</b> |
| 一、春季养生菜单 .....            | 142        |
| 二、夏季养生菜单 .....            | 143        |
| 三、秋季养生菜单 .....            | 144        |
| 四、冬季养生菜单 .....            | 145        |
| 五、提示和规避时令菜肴的负营养 .....     | 146        |

## **第七章 宴会销售服务**

|                               |            |
|-------------------------------|------------|
| <b>第一节 宴会的特点与作用 .....</b>     | <b>148</b> |
| 一、宴会的经营特点 .....               | 148        |
| 二、宴会的作用 .....                 | 149        |
| <b>第二节 宴会的类型和划分 .....</b>     | <b>150</b> |
| 一、按宴会的菜式划分 .....              | 150        |
| 二、按宴会的规模划分 .....              | 150        |
| 三、按宴会的形式划分 .....              | 150        |
| 四、按宴会的特点划分 .....              | 152        |
| 五、按宴会的主题划分 .....              | 152        |
| <b>第三节 宴会的发展趋势 .....</b>      | <b>154</b> |
| 一、宴会的营养化趋势 .....              | 154        |
| 二、宴会的美食多样化趋势 .....            | 154        |
| 三、宴会的中西文化相融的发展趋势 .....        | 155        |
| <b>第四节 宴会的菜肴设计程序与举例 .....</b> | <b>156</b> |
| 一、宴会的菜肴设计程序 .....             | 156        |
| 二、宴会菜肴举例 .....                | 157        |
| <b>第五节 宴会菜单 .....</b>         | <b>159</b> |
| 一、宴会菜单的作用 .....               | 159        |
| 二、宴会菜单菜肴的组合与顺序 .....          | 159        |
| 三、宴会菜肴和酒水的搭配原则 .....          | 159        |
| <b>第六节 宴会销售服务 .....</b>       | <b>159</b> |
| 一、广开客源 .....                  | 160        |
| 二、销售服务技巧 .....                | 160        |

## **第八章 点菜专业技能知识**

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| <b>第一节 熟悉菜式的结构与搭配 .....</b> | <b>165</b> |
| 一、菜式结构的内容 .....             | 165        |
| 二、菜式组合搭配 .....              | 170        |

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 第二节 记录点菜 .....        | 171 |
| 一、点菜单 .....           | 171 |
| 二、记录点菜的方式 .....       | 172 |
| 第三节 填写点菜单须知 .....     | 177 |
| 一、常见菜肴的单位计量 .....     | 178 |
| 二、记入菜单的码数 .....       | 179 |
| 三、中餐点菜常用配份规律 .....    | 179 |
| 四、填写“叫菜”及解码专业术语 ..... | 179 |
| 五、写菜的要求 .....         | 180 |
| 六、取消菜式 .....          | 180 |
| 七、对估清单的处理程序 .....     | 181 |

## 第九章 职业点菜师的销售技巧

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 第一节 国内外宾客的饮食习俗与膳食特点 .....   | 183 |
| 一、内宾饮食习俗和膳食特点 .....         | 183 |
| 二、外宾的饮食习俗与膳食特点 .....        | 186 |
| 第二节 正确判断顾客的消费行为和能力 .....    | 194 |
| 一、判断顾客的类型 .....             | 195 |
| 按性格分类 .....                 | 196 |
| 按个性分类 .....                 | 197 |
| 按气质分类 .....                 | 200 |
| 按年龄分类 .....                 | 202 |
| 按职业分类 .....                 | 202 |
| 按消费心理分类 .....               | 202 |
| 二、要快速拉近与客人的距离 .....         | 206 |
| 三、建立信任感 .....               | 208 |
| 四、把握价值链——摸清顾客消费能力和期望值 ..... | 210 |
| 第三节 销售技巧与应用 .....           | 211 |
| 一、建议性销售 .....               | 211 |
| 二、组合性销售 .....               | 212 |
| 三、赞美性销售 .....               | 213 |
| 四、规避负营养剔除性销售 .....          | 214 |
| 五、描述性销售 .....               | 214 |
| 六、将菜点和酒水结合性销售 .....         | 214 |
| 第四节 推销菜品的语言技巧和应用 .....      | 215 |
| 一、推销语言的灵活应用 .....           | 215 |
| 二、用情感和肢体语言建立互信的销售关系 .....   | 216 |
| 三、借助营销理念推销菜品 .....          | 217 |
| 第五节 点菜中常见的问题和特殊情况处理 .....   | 218 |

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 一、点菜中常见的问题 .....   | 218 |
| 二、点菜中特殊情况的处理 ..... | 219 |
| 三、特殊菜的销售 .....     | 220 |

## 第十章 分析顾客就餐心理与维系顾客方略

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 第一节 分析顾客的就餐心理 .....   | 224 |
| 一、顾客就餐的心理 .....       | 224 |
| 二、顾客就餐的两大动机 .....     | 225 |
| 第二节 顾客维系方略 .....      | 229 |
| 一、诚信待客是根本 .....       | 229 |
| 二、维系顾客的方法和策略 .....    | 231 |
| 三、顾客投诉的预防、分析与处理 ..... | 235 |
| 第三节 重视点菜销售的延伸服务 ..... | 238 |
| 一、店内调研 .....          | 238 |
| 二、外部调研 .....          | 239 |
| 第四节 顺应餐饮市场变革的理念 ..... | 240 |
| 一、消费市场菜品需求理念的转变 ..... | 240 |
| 二、对菜品食材需求的转变 .....    | 242 |

## 第十一章 点菜师的实战训练

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 第一节 菜品知识的实战训练 .....          | 246 |
| 一、强化记忆菜名的方法 .....            | 246 |
| 二、菜式组合与搭配训练 .....            | 248 |
| 三、点菜起始价位切入点的训练 .....         | 248 |
| 四、点菜工具、读写、计算应用训练 .....       | 249 |
| 第二节 点菜流程的实战训练纲要 .....        | 252 |
| 一、中餐点菜操作流程顺序 .....           | 252 |
| 二、西餐点菜流程顺序 .....             | 254 |
| 三、中西餐点菜的实训方式 .....           | 254 |
| 第三节 点菜师实战销售技巧训练纲要 .....      | 255 |
| 一、训练方法 .....                 | 255 |
| 二、训练的内容纲要 .....              | 255 |
| 第四节 点菜师实战训练要坚持的原则 .....      | 257 |
| 一、要坚持以自学为主的原则 .....          | 257 |
| 二、培训是接受点菜知识的捷径和机会的原则 .....   | 258 |
| 三、接受顾客检验是决定销售成败的试金石的原则 ..... | 258 |

# 第

## 一章

# 餐饮市场发展急需点菜师

在21世纪初期,中国餐饮市场出现了巨大的变化。快节奏的生活引发了快餐业的兴起。洋快餐也大举进入中国餐饮市场,西餐正在逐渐被人们所接受,从此改变了中餐在市场上的统治地位。餐饮市场上菜品的种类越来越多,企业间的竞争愈演愈烈。

随着中国经济的飞速发展,交通的便利,可供烹饪使用的食材极大丰富,这就为企业研制更有时代感的创新菜肴提供了广阔的食材资源。

食材丰富,特色菜品花样繁多,使餐饮业菜品更新速度加快,可供食客选择的品种会越来越多。

餐饮业要在市场上占有一席之地,必须展示自己的经营特色、菜品的个性品质,给客人带来超值的享受;食客既要省时又要省脑筋地接受自己需求的菜品。企客双方都急需点菜专业人士来推销,实现双方的愿望。无论是企业自身的发展,还是食客品尝美味佳肴的需要,都迫切期盼着——职业点菜师的尽快上岗。

### 第一节 餐饮企业需要点菜师

面对餐饮市场的供需特征,精明的经营者一改常态的经营战略,由闭门研制新菜,提高菜肴的质量,到更看中菜品销售,客人的需求走势,客人的认可和实现销售的战略转移。

企业销售菜品的目的:不仅仅为食客带来美味,更重要的是把最好的一面展示给客人,给客人带来绿色、滋补、营养、健康。

怎样才能让客人既吃得好,又吃得健康,既丰盛,又价廉,这不是酒店里每一个服务员都能做到的。这项菜品销售业务必须交给专业点菜师才能胜任。

#### 一、菜品推销不出去,企业就要倒闭

现实的餐饮市场上,每个企业都要将自己的特色菜品推荐出去。但残酷的现实是,传统企业面临着菜品推不出去的困境,产品推荐失之交臂的现象不断出现。

原因是,传统企业在运营中,经营者用惯了让服务员来充当点菜员这一角色。服务员往往因执台工作量大,不可能集中精力钻研点菜业务,故时常会出现客人点什么,服务员就记录什么的被动局面。客人不懂菜式的结构及食材搭配原理,故会出现一桌菜口味重复、烹调方法重复、原料组合和菜式组合不合理的现状。这是由于一般客人不懂得点菜技巧造成的。他们的心理感受是,菜做得不好,钱花得冤枉!有的食客会提出全餐打折或追加几道菜作赔偿!有的食客会认为这家餐厅没有什么特色菜,抱怨地说:“再也不来了!”并回去告诉他的朋友们“可不能到那家餐厅去”!此类现象,在效益下滑的企业中,比比

皆是。

企业被动地销售，让客人牵着鼻子走，会导致后厨原料得不到良性循环，原料不断地积压，有的超过保质期不能配菜，有的原料变质被扔掉，给企业造成严重损失。恶性循环的结果是，客源越来越少，菜品销售不出去，企业最终以关门倒闭而告终。

## 二、餐饮企业经营个性，靠销售菜品来实现

企业所面临的食材供应是相同的。因为中国经济的快速发展，交通四通八达，东南西北互通有无。海南的鲜活原料，当天可空运到北方各省市。面对食材市场供应的同质化，企业要在餐饮市场占有份额，必须强化企业内部品质：环境品质、文化品质、服务品质、菜品品质、销售品质……但菜品的质量和销售品质是食客的首选，当然，每个企业都有自己的个性品质。如生日城大酒店，它的个性品质就是生日宴会的特色组合菜式；而某某肥牛城的个性品质是含高蛋白的肥牛食材对人体的滋补营养和火锅的热烈气氛，给人的生命注入活力。星级酒店的宴会厅所接待的商务宴请的个性品质，突出菜式组合的高档、有品位，突出宴请者的实力和诚意。其实，有些传统小吃店是最懂得突出个性品质的，例如，云南过桥米线、镇江蟹黄包、北京炸酱面、沈阳的马家烧麦、山西刀削面、兰州拉面、东北饺子、天津狗不理包子等。这些传统名店，正是突出了个性品质，有了令人垂涎的美味佳肴，才能盛极百年而不衰。

上述企业都有自己的个性品质。尤其是一些大中型餐饮企业，如何把各自的品质介绍出去，设专业点菜师是他们的首选。

如何实现菜品销售呢？

首先，企业要将客人视为上帝，自己要充当顾问的角色。要对客人有强烈的同情心，站在客人的角度，全方位去替客人着想。

其次，企业要培养点菜师完成顾问的使命。点菜师会根据自己精通的专业知识和销售技巧，透过客人的言谈举止，判断其消费能力。俗话说：“透亮你的兜，看准你的钱。”对只能消费500元菜品能力的食客，决不为其推荐1000元菜品，使之难堪；对能支付3000元菜品消费能力的食客，决不为其推荐1000元的菜品，使之没面子，没有品位，更显得宴请没有诚意。

通过点菜师的科学推荐，食客认可了菜品，并得到了超值的享受，自然也就认可了企业的个性品质。

## 三、餐饮企业要将最好的一面展示给客人

对食客而言，企业最好的一面就是，客人在消费时，省时、省心、省力、省脑筋，使菜品的原料搭配，菜式搭配，结构搭配更经济、更高雅、更体面、更科学、更有营养。既花同样的钱，令食客吃得更可口、更全面，使客人感到物超所值。

如一家老少三代到餐厅就餐。点菜师判断客人的工薪消费标准后，便量体裁衣地推荐普通原料、烹调方法各异、营养搭配、荤素搭配合理、量实在、价位不高的一套组合套餐单。在菜品搭配上，首先，要照顾到孩子和老人的要求。这样通过了菜式的组合才能被客人们认可，一切为客人着想的企业品质才得以实现。

这桌客人体会到餐厅最好的一面是，菜品质量佳，味道美，色泽艳丽，营养全面，荤

素搭配合理，量大实在，价钱便宜，享受到了在家里没有的环境和美味，这钱花得太值了！同时他会告诉他的朋友们，到这家餐厅真好，让其朋友也分享到他的喜悦。

#### 四、盘活后厨食材离不开点菜师

酒店投资者希望按计划准时或提前回收资本。酒店经营者想拥有庞大的消费群体，提高收入，增加利润，实现消费者对企业的忠诚。

实现上述愿望的关键是降低物料合理消耗，提高每一种原料的净料率。充分利用边角料，使一料多用，即扩大原料的使用价值，才能控制和降低成本，把利益让给消费者，从而激活市场的购买力，增加市场份额，以质量取胜。那么，降低物料消耗的措施是：

##### （一）原材料的良性循环是首要举措

要求加工出品部在原料有限的保质、保鲜期内充分用完、盘活原料，实现使用的良性循环。这样原料的价值才能得以实现。

##### （二）急推菜的及时售出才能实现原料良性循环

点菜师头脑中牢固树立成本意识，每天掌握急推菜的食材特点，及时准确地介绍、推荐急推菜，实现销售，盘活原料的使用。

## 第二节 消费者需要点菜师

随着经济的发展，人员流动性增加，地域观念淡薄，每座大城市都设有各种菜系的餐馆。而消费者品尝的菜品种类越多，对选菜的困惑就越大。另一方面，食客对每个餐厅不能全面了解，对色彩艳丽、五花八门、琳琅满目的菜品展档，对印刷精美的各式菜谱，所罗列的令人眼花缭乱的几百种美味佳肴，真的不知选什么菜好！自己想吃的菜品上哪里找？自己没有更多的时间浪费在点菜上……尤其是当着众客人的面，点价钱贵的菜，客人不爱吃还是一种浪费；点太便宜的菜，客人吃不好，又太没面子。这时就急需一位专业的点菜师来指点。并希望点菜师能像参谋那样全方位去思考、去安排，对其宴请负责。

### 一、好的菜品选不到，消费者困惑

现在的消费者普遍有一种共同的感受，请客难，点菜更难。不知道点什么菜才能让朋友满意：点的档次太高又怕自己没有支付能力；点的太低，太简单又显得没有诚意。真是“蜀道之难，难于上青天”。常见消费者的困惑包括：

#### （一）有限的钱，能吃到好菜吗

“挣钱不易，花钱要细。”这句话是普通工薪家庭对其成员消费时的座右铭。孩子考上大学了，真该请请班主任，到家又不体面，到饭店还不知点什么菜，有限的钱，能吃到好菜吗？把孩子的父亲难住了。

#### （二）钱有，但好的菜品选不到

王厂长一提请客就头疼，半年前和一位销售商签合同，之前请人家赴宴，钱没少花，一盘生吃龙虾，硬把人吓跑了！原来这位客人胃有病，不能吃生的食材。整桌川味菜，他都不能吃。应该说是被气跑了。下周又要有一家销售商来洽谈生意，这回宴请可要问明白



客人有无忌口，然后再找饭店，这可太难啦！

## 二、点菜是件费心、费时、伤脑筋的事

食客一进餐厅，映入眼帘的是菜品展档琳琅满目。对鱼缸中活泼游动的海鲜，对菜谱中数不清的菜肴，真是茫然不知点什么菜才好？感觉点菜是件费心、费时，又伤脑筋的事儿。转了一阵子，翻阅了好几遍菜谱还是选不出来。这时，他们心中急盼着有一位专业点菜师来指点心中的迷津。

食客只要接受一次点菜成功令其满意的服务就会体验到：

### （一）将消费标准交给点菜师

省心、省时、省脑、省力的唯一办法是将消费标准交给点菜师。

如北方某城市市长宴请香港大财团到该市投资。市长指示，宴会菜品要新、奇、特，清淡口味适合香港人重营养的喜好。办公室主任将宴会标准和个性要求向点菜师说明后，点菜师将该饭店的蘑菇宴推荐给经办人。

这套蘑菇宴突出了原料高、中、低档次的组合，菜式多样，口味醇鲜，营养丰富，充分体现了菜品的新、奇、特等的高贵品质和绿色、营养、环保、健康的时尚追求。菜品组合为：

凉菜为：

|      |        |
|------|--------|
| 红汁口蘑 | 黄瓜金针菇  |
| 麻辣香菇 | 沙茶拌鸡腿菇 |
| 芥末平菇 | 咸蛋黄草菇  |

热菜为：

|       |        |
|-------|--------|
| 鲍汁白灵菇 | 白扒河蟹   |
| 炸金卷口菇 | 双鲜玉皇蘑  |
| 玉珠裙边  | 干锅茶树菇  |
| 赛鲍鱼   | 兰段金针菇  |
| 扒葵花黄蘑 | 猴头菇炖乌鸡 |

用蘑菇做出的鲍鱼、螃蟹，形象逼真，口感鲜醇。16道菜口味多变，造型奇特，食材新鲜、高贵，烹调方法各异，营养丰富，给香港客人留下了美好的印象。宴毕赞誉不绝：“东方美食尽在中国，蘑菇美食尽在东北。”

这桌宴席的推荐体现了点菜师精明的职业悟性。

### （二）将宴请的目的告诉点菜师

一位房地产老板要为其80岁的父亲做寿，走了好多餐厅都扫兴而归。听朋友介绍，他来到了王朝酒店。酒店点菜员拿出精美的庆寿宴菜单，根据他的社会地位经济实力，帮他推选了一套精品寿宴菜单，具体菜品有：

凉菜：

大盘彩拼：松鹤延年

六围碟：

|      |      |
|------|------|
| 红酒雪梨 | 翠花鲜鱿 |
| 蛋黄苦瓜 | 卤猪肝  |

酱肘花          梅影蔬娇

热菜：

祝寿会仙          海王拜寿

君诚佳仁          寿景观宝

福禄顺通          比目炼身

如意发财          南国风情

东坡赋诗          山珍齐聚

点心：

寿桃    长寿面

这桌菜安排得尽善尽美，色、香、味、形、营养俱全，而且每道菜名和寿宴主题息息相关，寓意深远。

朋友认为，这套祝寿宴特别成功。以后他便成了这家酒店的常客。每次请客都会告诉点菜师，他宴请的目的。通过他的宣传，后来有更多的食客到这里来消费。

两个案例，说明了一个道理。食客只要将宴请的标准和目的告诉点菜师，他会令食客省心、省时、省力、省脑筋，解除点菜难的困惑，实现宴请者的目的。

可见消费者心目中的点菜师是急需的导食专家。

### 三、点菜师能为食客排忧解难

一般东道主请客的忧虑和难题是，花了钱，客人不满意。忧虑的难题有：

1. 钱不多还想请客，真难！
2. 客人来自各地，点什么样的菜，才能照顾好口感要求不一，习俗不一的客人。
3. 请的客人中有男有女，菜式咋搭配？
4. 请的朋友是文化人，咋点菜？
5. 有钱请客，咋样点菜才使客人感到有诚意？
6. 有忌口的客人，怎样为他点菜？

对上述难题，点菜师会以对应的方法来解决：

1. 钱不多的客人，点菜师会选择用普通原料，做出的菜口味鲜美、量实在、价位不高。用有限的资金得到的是营养、美味、愉快和友谊。

2. 客人来自各地，点菜师要以年长者、女士的需求为先，并照顾到各地客人口味的差异，并主动推荐本餐厅的特色菜，也可遵照客人的要求将各种食材按客人的要求相宜组合。

3. 接待的客人若是西方人，点菜师首先要照顾女士的要求；客人若是东方人，除给其他客人点下酒菜，更要为女士介绍一例甜美菜肴，既美容又滋补。

4. 请的朋友是文化人，点菜师要为其点有历史典故的菜肴，使其既品美味，又得到雅兴。

5. 对有钱人的商务宴请菜品介绍必须是精品、精致、时尚、创新且有品位的菜式。具体来讲，就是符合现代人追求健康，绿色环保的饮食潮流，体现在新菜品的时代感与新颖独道之处。使被请者感到东道主的品位高，有实力，有诚意。

6. 对有忌口和特殊要求的客人，点菜师会事先提示。