

餐|饮|企|业|的|最|佳|学|习|模|板

做最好的

餐饮

72个服务情景
17个语言技巧
→ 让你轻松成为服务、
销售的双料冠军

服务员



易钟◎著

在餐饮服务中，服务员不恰当的言行可能造成客源的大量流失。有些饭店意识到问题的严重性，却苦于找不到合适的培训工具。本书针对饭店培训的这一软肋，采用情景再现的模式，通俗易懂，轻松教会服务员在日常工作中应该怎么说、怎么做，是饭店用于快速提升服务员水平的必备宝典。



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

餐饮企业的最佳学习模板

做最好的 餐饮 服务员



易钟◎著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

做最好的餐饮服务员/易钟著. —北京: 北京大学出版社, 2008. 6

ISBN 978-7-301-13666-9

I. 做… II. 易… III. 饮食业—商业服务 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 053224 号

书 名: 做最好的餐饮服务员

著作责任者: 易钟 著

责任编辑: 于海岩

标准书号: ISBN 978-7-301-13666-9/F · 1887

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区中关村成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672

编辑部 82893506 出版部 62754962

电子邮箱: tbcbooks@vip.163.com

印刷者: 北京富生印刷厂

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 14 印张 190 千字

2008 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 36.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

餐饮服务员肩负着服务和销售的双重责任，直接影响着餐饮企业的经营业绩和发展前途。服务员的服务水平如何，不仅取决于其自身的能力，也取决于是否进行过有效的培训。

在餐饮服务中，语言是服务员提供良好服务的主要手段，然而众多餐饮企业热衷于对服务员进行各种专业技能的培训，却忽视了说话这一基本能力的训练。殊不知，一句话使人笑，一句话使人跳，服务员不正确的应对将多少人拒之门外。

本书以“实操、实用、实战、实际”为原则，以提高服务员的应对能力为核心，选取以饭店为代表的餐饮企业常见又易出错的服务情景，从分析问题到提出策略，层层递进，通俗易懂。遇到类似情景，可以随时查阅，即学即用。

本书适合于各类餐饮企业的一线服务人员以及管理人员阅读。



易钟 北京易中视野酒店管理有限公司总经理，中国餐饮人俱乐部创办人，2006年被评为“中国十大餐饮管理专家”，北京时代光华教育发展有限公司特聘高级讲师，多家酒店的高级管理顾问。

曾就职于全国十大酒店管理集团之一——开元旅业集团等两家四星级酒店，一直从事酒店及服务行业的筹备、策划、管理及培训工作，在管理及培训工作中积累了丰富的经验，树立了独特的理念。

培训光盘有《餐饮酒店企业文化建设》、《提高饭店服务质量管理四部曲》、《锻造餐饮酒店服务明星四部曲》。

联系邮箱: yizhongw@126.com

策 划: 博雅光华

责任编辑: 于海岩

征稿电话: 010-82893507

投稿邮箱: tbcbooks@vip.163.com

网 址: www.21tbcbooks.com

封面设计 | **PLATO 创想机构** | E-mail: plato@vip.163.com
Tel: 010-85753557
中国深圳·深圳前海

www.movebook.net | 书脊网 | 书籍设计门户网站

服务员在销售菜品的同时，也在销售着饭店的服务，我们将二者都称为饭店的产品。然而，有很多饭店只追求菜品的利润，却忽略了服务的价值。试想，把客人都得罪了，哪来的长久利润？哪来的百年老店？餐饮企业又如何突破“各领风骚三五年”的宿命？

我想，也正是基于这一点，易钟老师在这本书中，通过大量情景演练来说明，饭店的服务员如何使用销售技巧和语言技巧，既保证饭店的利润，又能让客人在享受产品的同时，感受服务的魅力。

当下，饭店市场是一个实实在在的买方市场，餐饮经营管理者面临的主要难题是销售。如何解决这一课题，对从事实际经营的饭店业者来说，需要有效地了解“别人怎么做”，他山之石，可以攻玉。朴实的东西总是易于接受，实践的成果总是具有生命力。此书尽可能多地总结了“他山之石”，以案例分析这种通俗但又高效实用的形式，深入浅出、全面细致地解析了饭店销售的具体课题。以我从事十余年餐饮管理及培训的经验来看，这是一本培训饭店员工的实用教材，从实际出发，浅显易懂，一学就能用，既适合普通员工学习，也适合饭店管理者阅读。

通过学习本书，饭店员工可以轻松掌握以下四大销售技能：

1. 如何通过对企业产品的充分了解，做到灵活应变，并准确回答客人提出的各种疑惑；

2. 如何通过与客人的沟通, 来满足客人的需求判断, 为客人组合出最适合的消费组合;

3. 如何通过对饭店产品特色的了解, 尽可能向客人展示饭店的特色菜品和特色服务, 加强核心竞争力的展示和宣扬;

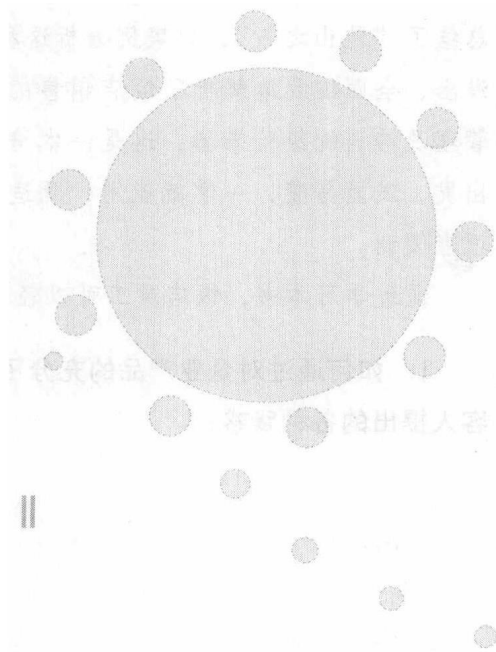
4. 如何通过对各种产品加工流程和成本的掌握, 尽可能销售高利润或积压产品, 为饭店赢得较高的利润。

易钟老师是中国餐饮人俱乐部的创办人和中国饭店经理人网络平台的创始人, 也是我的好友, 因为工作和兴趣的缘故, 多年来, 我们一直在共同探讨着餐饮管理、销售、服务等各种“民以食为天”、“治大国若烹小鲜”的话题。而我, 有幸先睹这本书且受邀写序, 深感荣幸。易钟老师凭借他多年来为众多饭店的培训指导经验, 从饭店销售和服务员服务技巧的角度撰写了本书, 这应该说是中国餐饮人俱乐部的一件喜事。时至今日, 北京大学出版社将此书稿出版发行, 我真诚地希望易钟老师的这本专著能够为中国饭店服务的规范和提升起到有益指导。

是为序。

王心广

一尊实业服务总监



自序

在如今的图书市场上，饭店销售实战话术类图书如凤毛麟角，造成这种现象的根本原因就是作者在调研与写作的过程中，往往只是做表面文章，只是在大框架、大理念下探讨，缺乏对企业、对销售实质性的真实分析。饭店产品销售实战话术是饭店销售促成的关键所在。这本书从现代饭店菜品销售中常见的各种场景入手，对销售中的常见问题及话术进行彻底解剖和分析，帮助饭店同仁在服务、销售中有的放矢，从而有效带动回头客，提高饭店服务质量和企业销售利润，使饭店企业的销售真正走上健康发展的快车道。

笔者经常在全国各地做饭店培训，常常接触到饭店的工作人员，感触最深的就是他们面对客人不知道如何进行有效的沟通，如何去交流。更有甚者，他们虽然尽心尽力地服务，却在不经意间伤害了很多客人，甚至隐性地赶走了很多客人。再加上饭店从业人员的流动性越来越大，很多员工并没有得到系统专业的培训，最终导致这个行业整体服务水平不高。作为饭店的老板，应该清醒地认识到，员工不专业，失去的不仅仅是几个客人，更为重要的是饭店未来发展的动力。因此，不专业的员工，就是我们企业最大的成本，也是留不住客人的“隐性杀手”。

饭店未来竞争的焦点必然是员工的专业素质，发展的原动力也必然是人员的问题。企业的“企”上面是人，下面是止，意为企业没有了人就一切停止，这是最简单的道理。专业的人员必然是所有饭店追求的对象，可以说，员工的专业度决定了企业的竞争力。基于中国饭店业现在普遍面临

的人员短缺、员工素质尚需提高、培训落后等现状，笔者进行了大量的调研，并在授课时系统收集了学员反馈的问题以及很多一线实战服务案例，进行提炼与总结，对这些大家经常碰到而又不知道如何更好解决的问题一一分析并解答，汇编成书。

书中针对这些问题设置了服务情景、错误应对、问题诊断、服务策略、语言模板等内容来层层解剖。目的是让大家一看就知道如何运用，甚至碰到类似情景，只要套用书中语言模板所说的语言话术即可。书中体现的价值就是“实操、实用、实战、实际”八个字，可操作性强，更具实用性，随时可在实际工作中灵活运用。

我相信，大家只要认真学习这些内容，并融会贯通、灵活运用，就一定可以给服务工作和饭店销售业绩带来更大的变化。

当然本人水平有限，出现差错在所难免，恳请各位读者朋友批评指正。

易钟

2008年2月于北京

第一章

客人进店时,如何预测客人的消费需求

- 服务情景① 拖着行李的客人走进饭店/3
- 服务情景② 客人带着一家人走进饭店/6
- 服务情景③ 常客带着商务客人光临/8
- 服务情景④ 女客人带着两个孩子光临/10
- 服务情景⑤ 一群穿着新潮服装的年轻人光临/12
- 服务情景⑥ 一位老人单独进入饭店 /14
- 服务情景⑦ 客人急急忙忙,东张西望,总看手表/16
- 服务情景⑧ 客人带着生日蛋糕光临/19
- 服务情景⑨ 一对恋人走进饭店/21
- 服务情景⑩ 一位盲人走进饭店/23

第二章

客人进入饭店后,如何服务不同类型的客人

- 服务情景① 服务急躁型客人时/29
- 服务情景② 服务活泼型客人时/32
- 服务情景③ 服务稳重型客人时/34
- 服务情景④ 服务忧郁型客人时/37
- 服务情景⑤ 服务犹豫不决型客人时/39
- 服务情景⑥ 服务直奔主题型客人时/41

- 服务情景⑦ 服务保守型客人时/43
- 服务情景⑧ 服务怀疑型客人时/45
- 服务情景⑨ 服务依赖型客人时/47
- 服务情景⑩ 服务谨慎型客人时/49
- 服务情景⑪ 服务慷慨型客人时/51

第三章

客人落座后,如何推荐我们的特色菜品

- 服务情景① 向客人建议点某菜时,客人就是不肯采纳/55
- 服务情景② 热情建议某道菜,可客人冷冷地回答“我先看看”/57
- 服务情景③ 客人不停翻菜单,迟迟不点菜/59
- 服务情景④ 当客人询问本店有哪些特色菜/61
- 服务情景⑤ 客人招待重要客户,要求本店做好安排/63
- 服务情景⑥ 客人请主宾点菜,而主宾客气地让服务员代点/65
- 服务情景⑦ 客人没目的地翻看菜单,询问菜品价格时/67

第四章

如何发现并把握服务中的菜品销售时机

- 服务情景① 客人的朋友说:“不要总给我们推荐什么特色菜,简简单单就行。”/71
- 服务情景② 客人要求再加些菜/73
- 服务情景③ 客人要求把菜退掉或换掉/75
- 服务情景④ 巡台、整理台面、撤空酒瓶时/77
- 服务情景⑤ 客人点菜时,及时向客人建议漏点的菜肴/79
- 服务情景⑥ 结合菜品加强酒类饮品的销售/81
- 服务情景⑦ 客人在进餐过程中,根据用餐情况主动询问/83

第五章

如何引导客人理性地消费

- 服务情景① 客人看了看菜单,什么都没说就走了/87
- 服务情景② 客人表明自己嗓子不好,不宜吃辛辣食物/89
- 服务情景③ 客人嫌价格太高,拒绝服务员推荐的菜/91
- 服务情景④ 客人问:“你们的菜式怎么这么少呀?”/93
- 服务情景⑤ 客人说:“这些菜我在别的地方都吃过。”/95
- 服务情景⑥ 看见偏胖的客人点了一道油腻的菜肴时/97

第六章

如何处理饭店产品的品质问题

- 服务情景① 菜肴脆、焦、硬,客人送入口中又吐了出来/101
- 服务情景② 客人用餐时皱着眉头说:“这菜味道怎么这样呀?”/103
- 服务情景③ 客人问:“这虾是别人不要的吧,怎么有些凉?”/105
- 服务情景④ 客人问:“你们饭店的菜的口味和对面那家比,哪家更好?”/107
- 服务情景⑤ 客人发现菜的口味变了,质疑本店是否换厨师/109
- 服务情景⑥ 客人批评本店的菜永远是老一套/111
- 服务情景⑦ 客人嫌菜做得太咸了/113

第七章

如何处理客人的异议与特殊要求

- 服务情景① 客人点了某道特色菜,同伴却说价格太高/117
- 服务情景② 客人将本店与其他店比较,嫌本店价格高/119

- 服务情景③ 客人声称是老顾客,要求打折/121
- 服务情景④ 客人嫌某道菜太贵/124
- 服务情景⑤ 客人问:“这道菜不就是素菜加工的吗?怎么这么贵?”/126
- 服务情景⑥ 客人声称是老板的朋友,要求优惠/128
- 服务情景⑦ 客人听某菜介绍时很满意,但一听价格就找理由换别的/130
- 服务情景⑧ 客人拒绝赠品和积分活动,要求换成现金折扣/132
- 服务情景⑨ 饭店促销时,客人却问以后会不会有更低的折扣/134
- 服务情景⑩ 客人自带食品要求给予加工/136
- 服务情景⑪ 上菜时客人不承认点过这道菜/138
- 服务情景⑫ 客人要求自带酒水/140

第八章

如何处理客人的投诉及其他棘手问题

- 服务情景① 客人嫌上菜速度太慢,要求退菜/145
- 服务情景② 客人发现菜里居然有根头发/149
- 服务情景③ 客人落座后,却迟迟不见有人来服务/151
- 服务情景④ 服务员不小心把汤汁洒到客人身上/153
- 服务情景⑤ 无法证明是菜品问题,客人却要求退菜,不退不买单 /156
- 服务情景⑥ 填写VIP资料时,客人不愿意登记 /159
- 服务情景⑦ 客人质疑菜品的制作方法/161
- 服务情景⑧ 菜里有蟑螂,客人要求赔偿/163
- 服务情景⑨ 客人怀疑鱼不新鲜,而且分量不足/166
- 服务情景⑩ 客人点的两道菜全都卖完了/169
- 服务情景⑪ 晚上快打烊了,有客人要用餐/171

服务情景⑫ 面对醉酒客人的谩骂/173

第九章

销售实战中的语言技巧归类

- 语言技巧① FABE 销售法/179
- 语言技巧② 富兰克林成交法/181
- 语言技巧③ 家庭策略成交法/183
- 语言技巧④ 非此即彼成交法/184
- 语言技巧⑤ 行为暗示成交法/185
- 语言技巧⑥ 附加语法/186
- 语言技巧⑦ 加除成交法/188
- 语言技巧⑧ 引导问法/189
- 语言技巧⑨ 赞语法/190
- 语言技巧⑩ 建议法/192
- 语言技巧⑪ 正反法/193
- 语言技巧⑫ 附和认同法/195
- 语言技巧⑬ 举例法/196
- 语言技巧⑭ 激励法/198
- 语言技巧⑮ 贴身秘书成交法/200
- 语言技巧⑯ 选择法/202
- 语言技巧⑰ 恭维应对法/204

附录一 点菜服务八步骤/207

附录二 服务点菜七大方式技巧/209

后 记/211

第一章

客人进店时，
如何**预测**客人的
消费需求

拖着行李的客人走进饭店

错误应对

◀请不要着急，马上就好！

◀您再等一下。

◀这是我们的特色菜。

问题诊断

“请不要着急，马上就好”、“您再等一下”这两句话几乎成了餐饮业服务员的日常用语，只要客人询问“怎么还没有上菜”，有的服务员就下意识地想到“请不要着急，马上就好”之类的回答，可实际上根本不可能“马上就好”，服务员只不过是想当然地用这句话敷衍客人。这样的服务员并没有真正做到想客人之所想，急客人之所急，把客人放在心上。这种毫无意义的废话，也使客人听得几乎耳朵都起老茧了。

“这是我们的特色菜”，爱说这句话的服务员缺乏预测客人需求的能力，推荐特色菜肴在多种情况下固然是对的，可看见客人带着行李，就应考虑到他是否赶时间，所以不要推荐烹调比较慢的所谓特色菜。

有时候，只要客人问某道菜怎么样，服务员就只会笼统地说“很不错”，结果客人点了，亲口品尝却产生了落差，最终导致客人不信任服务员，甚至不相信这家饭店。可以说，客人不理睬服务员的建议，往往是由于服务员的表现所致。