

广州唯高协会

广州唯高策略发展有限公司

香港唯高餐饮管理策划公司



★★★★★

唯 高 餐 饮
经 典 书 库

第三辑

打造千百家世界一流水平的五星级餐馆
让中国人都能享受满意的餐馆服务

拾贰

餐馆广告

奏效秘诀

张志和 著

广州出版社



唯 高 餐 饮 业

经 营 管 理 书 库

餐馆广告奏效秘诀

餐饮经典(三)

张志和 著



广州出版社

图书在版编目(CIP)数据

餐馆广告奏效秘诀/张志和著. —广州: 广州出版社, 2001. 9

(餐饮经典. 第3辑)

ISBN 7-80655-324-X

I. 餐... II. 张... III. 餐厅-商业广告

IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 068687 号

餐馆广告奏效秘诀 餐饮经典(三)

广州出版社出版发行

(地址: 广州人民中路同乐路 12 号 邮政编码: 510121)

新会市印刷有限公司 印刷

(地址: 新会市紫云路 33 号 邮政编码: 529100)

开本: 850×1168 1/32 字数: 23.7 万字 印张: 11

插页: 4 印数: 1—10000 册

2001 年 12 月第 1 版 2002 年 1 月第 1 次印刷

发行人: 黎小江

责任校对: 林元启 欧安年

责任编辑: 李宝聪 朱 颀

装帧设计: 刘伟建

发行专线: 020-83781097 020-83793214

ISBN 7-80655-324-X/F·31

定价: 20.00 元

总序



乘改革开放的快车，经历了二十多年的风风雨雨，现今的中国餐饮业已经成为市场化程度最高、竞争最充分、发展速度最快的行业之一。它曾经吸引了成千上万投资者的目光，并给了其中许多人以丰厚的回报。只有经营过餐饮业的人才更明白，日进万金其实不是神话，而是完全能够实现的事实。

但是，面对新开的餐馆越来越多，赔钱的餐馆也日见增多的残酷现实，不少业内人士既感到惶恐不安，又感到困惑不已。为什么昨天还客似云来的海鲜城，今天却少人问津？为什么仅一墙之隔的两家火锅店，一家烟雾腾腾，一家却锅冷人稀？为什么麦当劳、肯德基等洋餐馆能春夏秋冬没有淡季，而不少中餐馆却时冷时热，有时甚至该旺不旺？为什么有些昨天还几乎是两袖清风的下岗职工，今天已经变成了腰缠万贯的餐馆老板；而有些昨天还是指指点点地吆喝着的老板，今天却又重新回到了打工仔的行列……

据我们调查得知，从投资者、老板到各级从业人员，都很想探究所有这些问题的奥秘，很想在餐饮业这一宝山



中挖到金矿。但是，一个实际困难却摆在他们的面前，那就是在茫茫书海中，介绍健康食品、家庭菜式的不少，但有关开办、经营餐馆的书籍却不多，有也是零零碎碎，且不够通俗易懂，缺乏可操作性。

现在，我们可以满怀信心地告诉读者，这个困难可以解决了！

我们在经过长期准备和酝酿之后，与广州出版社、广东烹饪协会、香港维高餐饮经营管理策划公司联合策划、出版了《唯高餐饮业经营管理书库》系列丛书，填补了这方面的缺陷，以推动中国餐饮业的发展，帮助众多餐饮业老板和从业人员圆其创业梦与发财梦。

《唯高餐饮经营管理书库》的作者们，既有资深的餐饮业老板、总经理、高层主管、培训人员，也有专家、教授、作家、记者、编辑，他们都以强烈的责任心，深入餐饮业基层，对老板、员工反复采访，搜集了大量的第一手资料，并认真研究餐饮业理论知识。这些书，是他们为餐饮业创造的宝贵财富。

本系列丛书已列入计划的选题达数十种，涵盖的范围广，涉及到餐馆运作的方方面面，包括经营技巧、经营理念、管理方法、服务技能、员工培训等许多细节，内容极其丰富，知识面极其广阔，因而具有全面性和实用性。

本丛书既有深入浅出的理论阐述，也有生动有趣的实例，可操作性强，可读性也强。

本丛书还力求在创作理念上与时代同步，并有一定的超

前性。因此，它又蕴含着一定的指导意义。

我们深信，《唯高餐饮业经营管理书库》一定会成为广大读者的良师益友，一定会为他们带来美好的“钱景”。



广州唯高策略发展有限公司



前言

亦文亦商，是大多儒商和能人的奢望。多少年以来，又有多少人惨遭碰壁，却始终难以实现。一直到广告业的出现与形成，才圆了有志者的梦想。因为在三百六十行当中，恐怕只有广告这一行才能实现这一奢望。为此才有了“宁可不做总统也要做一名广告人”的现代佳话。也许，正是从小就希望长大后能成为一名儒商的思想孕育与家庭熏陶，以及广告所特有的诱惑，才有成为广告人后 4380 个日夜夜的难忘经历。

毫无疑问，12 年的广告生涯给了本人不少酸、甜、苦、辣，更耗费了本人的不少血汗。其间尽管也出了几本书，编了几本书，暗地里却也曾告诫自己不要再苦费心机去写书、去“书划”人生。但 30 多年的写作习惯和从前当宣传部长形成的责任感，以及多年在饮食服务系统工作的缘由和从事多年饭店广告策划、发布的体会与经验，还是有了《餐馆广告奏效秘诀》一书的写作冲动和动机。

《餐馆广告奏效秘诀》一书之所以称之为“秘诀”，因为它是自己多年积累下来的数十个饭店广告成功案例的“没公开的巧妙办法”，以及十几个饭店广告失败案例“没公开的糟糕办法”的总结。通过对比和反思，经过实践和理论，



在感性与理性的基础上，形成了《餐馆广告奏效秘诀》一书的主题。

或许，《餐馆广告奏效秘诀》一书有它的局限性；或许，《餐馆广告奏效秘诀》一书有它的片面性；或许，《餐馆广告奏效秘诀》一书有它的…但它却有很强的实用性，即可操作性。

目前，中国已由计划经济逐步转变为市场经济，中国的饮食消费市场也由幼稚走向成熟、由卖方市场走向买方市场。这种转变将使广大的消费者享受到物有所值的服务。同时也使部分的餐饮企业品尝到必然的失败。过去，只要你开饭店就可以赚钱，但现在光是开了、做了还不行，而是要做到最好（包括广告及各个方面）才行。有人说饭店的成败关键在广告，有人说关键在服务，有人说关键在价格……但实际上是包含了整个的管理过程，其中包含了广告、服务、价格等等。但本书只是从饭店广告这个方面去阐明，并以“精义入微，为致用也”作为宗旨，但求可以“活学活用”，真正解决餐饮企业现实中



▲作者张志和在法国巴黎

所面临的具体问题。

一己之见，肯定还存在诸多的不足之处，欢迎并希望广大读者与广告界的同行多多赐教。





★ ★ ★ ★ ★
唯 高 餐 饮
经 典 书 库

打造千百家世界一流水平的五星级餐馆 让中国人都能享受满意的餐馆服务

第三辑

拾壹 城郊餐馆经营要诀
拾贰 餐馆广告奏效秘诀
拾叁 升一家赚钱的茶餐厅
拾肆 创品牌为餐馆赚钱
拾伍 餐馆留客实例分析

第四辑

拾陆 避免餐馆经营管理的误区
拾柒 火候
拾捌 新世纪餐馆赚钱之道
拾玖 餐馆楼面管理艺术
贰拾 厨艺小百科

广州唯高策略发展有限公司向各类餐饮企业推广世界先进的餐饮企业经营理念、管理经验、服务技能……希望您从中得到借鉴和启发，使您的经营迈上一个新的层次。

广州唯高策略发展有限公司是一九九七年创办的中国首家专业化的餐饮业经营管理咨询机构，为国内外各类餐饮企业提供高水准、专业化和可操作的经营管理知识。

多谢您在百忙之中阅读《唯高餐饮经典书库》。唯高公司愿与餐饮业各方人士交流合作，共同促进中国餐饮业经营管理水平的提高。

餐飲經典揚美名
唯真定能步之真
姜明
二〇〇七年一月

原中国烹饪协会会长、世界中国烹饪联合会名誉会长姜明先生为本书题词



出席首届全国粤菜烹饪技术大赛的中国烹饪协会及省市有关方面的领导称誉本书的出版并与唯高公司总经理亲切交谈。



在全国粤菜烹饪技术大赛现场的唯高公司展台前读者踊跃购阅本书。



中国烹饪协会、广东烹饪协会的领导和唯高公司总经理在首届全国粤菜烹饪技术大赛闭幕颁奖会上合影。



首届全国粤菜烹饪技术大赛组委会向广州唯高策略发展有限公司授与锦旗——“携手共创粤菜辉煌”。



中国合肥
SHENJI CO., LTD 沈记企业

状元楼

酒店



状元楼酒店, 酒店中的状元!
这是我们的目标, 这是我们的自豪!

色调和谐、安宁优雅、宽敞明净的餐
饮环境, 当然是有档次食客之首选。



一店: 安徽省合肥市长江中路317号
二店: 安徽省合肥市阜南路168号



广州唯高策略发展有限公司

人力资源部

餐饮培训部

餐饮经营策划部

餐饮产品研发部

唯高餐饮经典书库

第二辑

第一辑

壹 中国餐饮业盈亏大揭秘

贰 第一次当餐馆

叁 第一次当主管

肆 餐饮业经营管理实用图表

伍 挑战麦当劳

陆 从侍应到主管

柒 餐馆礼仪

捌 第一次当厨师

玖 刀功

拾 顾客应对技巧

责任编辑：李宝聪

朱 颀

责任校对：林元启

欧安年

装帧设计：刘伟建



目 录

第一章

餐馆广告出色的创意——秘诀之一 3

第二章

餐馆广告优秀的策划——秘诀之二 37

第三章

餐馆广告成功的媒体运用——秘诀之三 71

第四章

餐馆广告受众的精心培养——秘诀之四 103

目 录



第五章

餐馆广告管理手段严谨的执行
——秘诀之五133

第六章

餐馆广告准确的市场定位——秘
诀之六169

第七章

餐馆广告独特的品牌创立——秘
诀之七203

第八章

餐馆广告诱人的目标——秘诀之
八237

第九章

餐馆广告奏效应具备的前提与条
件271

第十章

餐馆广告奏效个案剖析309