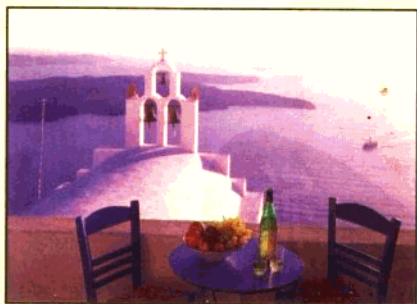


开店指南

▲ 二毛 朱小兰/著

最新开店实务 A
餐馆·茶楼

开店规则
管理技巧
最新策略



最新的经营实例及全部方法

南方出版社

目 录

A 卷

茶楼经营实务

小 序 / 3

第一章 茶楼初开时

茶楼第一步 / 9

选择地点的条件 / 11

茶楼应开多大才合适 / 17

资金筹备与开店计划 / 20

正确对待资金问题 / 21

店铺规划的首要任务 / 24

因地制宜的开店感觉 / 25

第二章 茶楼如何开拓客源

开拓客源的前提条件 / 30

会员制的实行 / 33

制作介绍卡 / 34

地图的妙用 / 35

客源为什么稳定 / 37

有效的宣传 / 38

富有节奏的宣传活动 / 41

使商品具有吸引力 / 42

第三章 茶楼经理的营业管理

独立的责任能力 / 47

如何与老板共处 / 48

提前采购必需品 / 49

不惜现金的采购原则 / 50

批发商是行情风向标 / 51

顾客带来上帝的信息 / 52

采购的技巧 / 53

如何招聘新人 / 54

淡季的故事 / 57

合理安排人员的作息时间 / 58

确认工作已完毕 / 59

营销计划的制定 / 60

寄存物品的核对 / 60

制定宿舍的规章制度 / 62

电话是茶楼的财产 / 64

第四章 茶楼经理的财务管理

应用开支表 / 67

零钱能提升茶楼的品味 / 68

- 支票就是信用 / 69
管好你的收银机 / 70
核查银行存款与对帐单 / 71
支票常识 / 72
工资之外的津贴 / 73
切勿拖欠茶款 / 74
办公用品要节约 / 75
发工资的秘诀 / 76
每天都要认真记帐 / 77
善待发票 / 78
现金的处理 / 79

第五章 茶楼接待技巧

- 必须的服务 / 85
形象代表 / 87
站在客人的立场 / 89
迎客和送客时的寒暄 / 90
附加语言的妙用 / 91
服务态度与客人心情 / 93
笑迎天下客 / 94
态度的问题 / 95
茶楼气氛的营造 / 97
接待客人的方法 / 100
中间服务时不要破坏气氛 / 101
收银台边的对话 / 102
表达清楚的能力 / 104
客人的理解能力 / 105

常识语言与心理常识 / 106

慎用否定语 / 108

B 卷

非常餐饮原理

前 言 / 115

第一章 向市场问路

市场在哪里 / 119

消费者的定位 / 120

餐饮市场预测 / 121

关注竞争者 / 122

针对具体市场的法则 / 123

市场细分的步骤 / 124

在什么地址开店 / 125

地址选择的原则与方法 / 128

花多少费用才够开餐饮店 / 130

第二章 开发新的菜系

顾客的意见包含着财源 / 135

在自己的餐饮店当顾客 / 137

高中低档菜品的搭配 / 139

新菜品的开发与确定 / 141

好菜品不是胡乱弄出来的 / 143

菜单呈现的商业机会 / 147

创新菜产生的过程 / 148

确立自己的品牌菜 / 151

菜名的诱惑力 / 152

好店名等于好形象 / 154

漂亮的标识设计 / 156

第三章 如何培训员工素质

餐饮工作的特殊性 / 161

招聘是培训的开始 / 162

辞职者指明的弱点 / 164

合理使用各年龄层的人 / 165

餐饮店人员的意识培训 / 165

培养领导人才 / 169

让部下听话的技巧 / 170

职务的训练及其实践 / 171

说服力与鼓舞士气 / 173

用事实说服客人 / 174

使对方产生共鸣 / 176

别老是站在自己一边 / 177

弄清对方的想法 / 178

驯服员工的逆反心理 / 181

营造良好环境 / 184

多一点服务 / 187

注意说话方法 / 189

标准语言规则 / 190

接待语语法 / 191

应答语语法 / 192

声音的训练技巧 / 194

第四章 餐馆如何运用价格策略

餐饮价格的几个部分 / 201

小批量的生产特点 / 202

为利润而定价 / 203

为销售而定价 / 204

为生存而定价 / 205

公开牌价的好处 / 206

价格水平及其灵活性 / 207

新商店如何定价 / 209

餐饮店打折原理 / 212

第五章 餐馆的气氛设计

餐饮店气氛的吸引力 / 217

光线决定格调 / 219

色彩影响消费 / 220

桌椅可以控制顾客 / 221

围绕感觉而设计 / 222

餐厅的布局感觉 / 224

餐饮布局实例 / 226

菜单的作用 / 229

不良菜单的坏影响 / 233

菜单设计原理 / 235

菜单设计的注意事项 / 237

A
卷

茶楼经营实务

A
卷

茶楼经营实务

小 序

茶楼是一种具备古老传统但却是新兴的行业。茶楼的前身是民间茶馆，随着人们生活水平的稳步上升，人们不再满足于简单的饮茶设施和粗陋的饮茶环境，于是，茶楼应运而生，使饮茶从传统习俗中脱颖而出，成为精致生活的象征，上茶楼也成为既悠闲自在又极具品味的生活方式。

茶的本性是安逸的、优雅的，茶楼的气氛几乎自然地倾向平和、雅致和豁达的风格，所以茶楼必须是精致而典雅的场所。这样的场所符合休闲的心情，也极其符合冷静平和地谈判的商业洽谈的需要，茶楼的目标顾客就是这些新兴的中产阶级消费者。就目前形势而言，茶楼是利润较高、经营者也极体面的好生意，并且，茶楼的需求市场远未饱和，所以，开家茶楼不失为开店的首选项目。

本书就是为有心开茶楼的人而写的。开茶楼并不是很难的事。很多人不敢开茶楼是因为对自身文化气息的怀疑，以为只有文化底蕴厚的经营者才能经营好茶楼，其实这是不正确的意识。茶楼作为商店的一种，只要遵循了商业规则去经营，是很多人都有能力经营好的。

本书分五部分阐述了茶楼经营的核心内容。第一章说明茶楼初开时在选址、筹备计划方面好的常识；第二章讲述了茶楼开拓客源、如何自我宣传等商法；第三章主讲经营；第四章在财务方面准备了许多可以立即实用的经营技巧；第五章全面讲述了接待技巧及其重要性。这些都是茶楼经营者不可或缺的经营要领。

每一个开茶楼的人，都希望自己的店铺顾客如云，这并非不可能的事。只要你细心地学习经营的学问就可以办到。

相信本书能给开茶楼的朋友带来一定的帮助，祝财运亨通。

第一章

——
茶楼初开时
——

在讨论茶楼之前，先谈一谈茶楼行业的总体概况。对想经营茶楼的人来说，这个行业的状况如何？将来发展如何？都是首先关心的重点。

茶楼的前身是民间茶馆，它是满足人们对精致生活的需求而发展起来的新兴行业，具有很好的发展前途，具前正处于飞速发展期，这个行业的状况也是良好的，无论是经营状况和利润状况都超过其它行业。除了少数根本不按商业规则经营和不讲服务精神的茶楼之外，亏损的茶楼几乎没有。

因此，在进入茶楼经营的正题之前，我们有必要了解一些茶楼经营者的特性和条件。你也许会问：“茶楼经营者还有特性和条件？”那当然，这是毋庸置疑的事情。茶楼的种种特点，从某种程度上决定了茶楼经营者的特性，由这些特性又引出加入茶楼行业的人所应具备的条件，你应该了解这些东西。

成功的茶楼经营者的条件之一是要有科学的经营思想和对知识的关心。许多人以为自己需要的不是读高级经营理论的书，而是急于掌握必要信息，认真掌握现实情况，然而，一旦经营起茶楼，就会因知识经验不足，导致丧失发展壮大的机会。

茶楼是以有闲的有产者为对象的零售店，其主要商品是各种茶叶和相关服务。茶楼的经营者必须对雅致的生活品味具有很深的洞察力，并保持着对时尚的敏锐感觉，由此可见，经营茶楼是发挥悠闲情调、丰富情感感受能力以及文化资源等综合素质极高者最适合的职业，鲁莽之徒绝对开不好茶楼。

另外，茶楼经营者是心理压力很重的劳动者。由于茶楼打烊时间相对较晚，并且受气候条件影响，生意时好时坏，经营者会产生许多不安和烦恼，所以心理压力极大。

由此，我们可以说茶楼经营具有如下特性：

1. 以实际经验为主要经营思想，对科学的管理思想缺乏更多更深入的了解。

2. 对茶道流行文化有预见力，能够收集相关的信息情报，有时盲目引进不符实情的新的饮茶习惯。

3. 对茶客心理有较深的了解，对经营状况有较强的心理承受能力。

从这些特性可以推断出茶楼经营者应具有的条件：

1. 茶楼经营者必须善于学习，不仅是学习新东西，还要学习系统的科学管理思想。能敏锐地捕捉消费动向。

2. 茶楼经营者对知识具备较高关心度，对文化有极好的感受力，能够对流行趋势作出正确分析。

3. 茶楼经营者是休闲专家，不仅了解休闲者的心理，还能充分发挥休闲者的能力和特性。能承受心理压力并在经营活动中应付自如。

茶楼第一步

选择地点是一个策略问题，地点选择是影响投资的多寡和掌握茶楼生死的重要因素。这里实际潜在着很大的问题。

对于开店地点的选择，最初都会在心中做一番构想。

中小茶楼的经营者有很多机会谈论空闲土地的使用。“什么样的生意赚钱？”是首先会想到的问题，其次，一般茶楼经营者大多会问“这次，临街有 100m² 左右的铺面，想开茶楼怎么样？”

谁比较能正确理解地点策略呢？

实际上，这两者都不对，都不能称之为有效的择地观。前者是选定行业种类以适应市场，尚停留在初级的阶段，这种以地点来选择行业的做法显得相当盲从，一不留神就可能功败垂成。而后者，虽然确定了经营茶楼的策略，在这一点上它胜过了未定策略先定对象的前者。但是，它却忘记了必要的原则，即必须将对象纳入到策略中以确立计划方案。因此，后者的择地观也是错误的。既然确定策略为开茶楼，选定实现策略的最佳地点就成了当然的计划。最初决定地点为临街的 100m² 后，计划部分就固定了，没有选择的余地。如果地点不合适，开店就得承受房租的负担，这样开始营业就像 1 赔 8 的赌博，要想成功是很困难的。可见，现实情况下，大多为定好经营行业和开店场地决定后才实施市场调查，这样如果调查结果地为地

点不好时又能怎么办呢？而且决定开店的策略时通常只想到了开店的有利条件和结果，没有看到不好的地方。因此要选择开店的适宜地点。

那么，怎样的选地战略才好呢？有两种方法。首先，在决定茶楼的适宜地点时，瞄准最有利的目标。另一种是根据茶楼最想瞄准的目标搜寻最适宜的地点。这两种方法的共同点是把选择地点作为茶楼成功的策略之本。这对于把土地和店铺看作财产的人来说是难以理解的。尤其是，有的人以得不到流动资金或足够的土地、店铺等理由而决定自己所不熟悉茶楼的地点，结果后来后悔，要知道“人是活的，商业圈也是活的”。这从中央都市，地方城市、乡村繁盛的茶楼都是租地租店铺型或租地自营店铺型中不难理解。

根据以上的原则，刚经营茶楼的人可以选择适合自己状况的方法。那么，现在拥有土地和店铺，正在经营茶楼的经营者应该怎样做呢？此时基本想法都是一样的。一种是固定商业圈，加大市场占有率，另一种则是固定顾客范围扩大商业圈，选择哪一种要由所在地的商业圈的情况而定。如果你的店在中央都市、地方城市的市中心，应该避免不能吸引相当多顾客的封闭型茶楼。但是并不是说在这种地方以外的茶楼就一定经营不好，重要的是商业圈内必须要有一定的消费人口，如果顾客不足就没有发展的可能，而会走向衰退。如果在没有人经过的角落持续经营事业，即使经营者有能力和努力也难以维持。因此要极早发现这种困境，应果断地转移到有利的地点。