



资深餐馆 快餐连锁店门店 超级盈利手册

张秀清◎编著

揭示餐馆快餐连锁店门店财富增长的核心秘诀
破译餐馆快餐连锁店门店丰厚利润的内在密码

你是否为自己的餐馆管理感到茫然无措；
你是否想开一家快餐店却不知从何下手；

你是否为开快餐店怎样赚钱感到困难重重；
你是否为如何让餐馆快餐连锁店门店盈利而绞尽脑汁？

那么，打开本书吧，它将为你答疑解惑，
为你出谋划策，让你第一次开餐馆快餐连锁店门店就轻松上手、客满盈利。



中华工商联合出版社

资深餐馆 快餐连锁店门店 超级盈利手册

张秀清◎编著



中华工商联合出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

资深餐馆快餐连锁店门店超级盈利手册/张秀清编

著. —北京: 中华工商联合出版社, 2014. 2

ISBN 978 - 7 - 80249 - 954 - 6

I. ①资… II. ①张… III. ①快餐业 - 商业经营 - 手册 IV. ①F719.3 - 62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 019320 号

资深餐馆快餐连锁店门店超级盈利手册

作 者: 张秀清

责任编辑: 于建廷 高尚

封面设计: 杜帅

责任印制: 迈致红

出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司

印 刷: 香河县宏润印刷有限公司

版 次: 2014 年 8 月第 1 版

印 次: 2014 年 8 月第 1 次印刷

开 本: 700mm × 1000 mm 1/16

字 数: 230 千字

印 张: 17

书 号: ISBN 978 - 7 - 80249 - 954 - 6

定 价: 35.00 元

服务热线: 010 - 58301130

销售热线: 010 - 58302813

地址邮编: 北京市西城区西环广场 A 座

19 - 20 层, 100044

<http://www.chgslcbs.cn>

E - mail: cicap1202@sina.com (营销中心)

E - mail: gslzbs@sina.com (总编室)

工商联版图书

版权所有 盗版必究

凡本社图书出现印装质量问题,
请与印务部联系。

联系电话: 010 - 58302915

前言

常言道：“生意做遍，不如开店。”但开店要有智慧，赚钱要靠诀窍。要想生意兴隆，首先要读懂生意经。本书在编写过程中总结了开店成功人士的宝贵经验，教给你脱胎换骨的开店理念、出奇制胜的经营战术、极富创意的营销高招、别出心裁的揽客诀窍，帮你打造顾客盈门、生意兴隆的吸金旺铺！不管你是初出茅庐的新手，还是久经商场的老将，相信它都能对你有所帮助，带你快速走上盈利的道路。

本书内容丰富、完整，涉及了商业领域的多个业态的内容，包括餐馆、快餐店、连锁店、门店四个部分。民以食为天，人要活着就得吃饭，餐饮业是个常青的行业，但并不是每个餐馆、快餐店都生意兴隆。餐饮业的经营到底有什么秘诀呢？许多高速成长的餐饮企业告诉我们：餐饮业的竞争异常激烈，而决定餐饮店永续生存的关键，在于餐饮店所提供的附加价值。连锁店、门店如何提升销售力、战斗力，在残酷的竞争中所向无敌？本书介绍了顶尖的销售战略和方法，帮你打造“业绩为王”的狼性业务团队，让连锁店、门店做大做强。本书将揭密提升终端业绩的方法，为你提供可借鉴的操作模式。这些规则看似通俗，但却是保证生意长青、业绩倍增的秘诀。

本书从细节入手，清楚准确、细致入微地指出餐馆、快餐店、连锁店和门店经营中各个环节应注意的问题。为餐馆、快餐店、连锁店和门店提供了最佳的解决方案，为店铺成功盈利铺平道路。

餐馆篇

第一章 餐馆要开出特色 / 3

- 1.1 巧借时尚效应，开特色餐饮店 / 3
- 1.2 超人思维，非常之地取非常之财 / 6
- 1.3 面向潮人，赚钱源自酷体验 / 9
- 1.4 减肥餐馆，瘦了别人“肥”了自己 / 12
- 1.5 小本餐饮，赚足千万 / 15

第二章 进货渠道，餐馆赚钱的支柱 / 18

- 2.1 小小餐馆渠道多，精挑细选利为先 / 18
- 2.2 自产自销，“全自助”餐馆利润更可观 / 21

第三章 折扣与特价的窍门 / 24

- 3.1 利益先行，餐馆折扣有门道 / 24
- 3.2 餐馆定价有窍门，灵活选择巧赚钱 / 27
- 3.3 品牌效应，声望定价利更高 / 31

第四章 靠新鲜感赚钱 / 35

- 4.1 自助式经营，我的餐馆你当家 / 35
- 4.2 在菜单上做文章，要的就是这股新鲜劲儿 / 38
- 4.3 餐馆就餐有条件，新鲜怪招引客来 / 42

第五章 餐前餐后的赚钱门道 / 46

- 5.1 吸引顾客方赚钱，上菜中的学问 / 46
- 5.2 “化妆”，菜肴上桌前的必修课 / 49

- 5.3 先入为主，餐厅环境让顾客驻足 / 53
- 5.4 餐饮服务真功夫，点菜推销的窍门 / 56

第六章 看看餐馆大鳄是怎么赚钱的 / 61

- 6.1 小肥羊，来自草原的特色美味 / 61
- 6.2 全聚德，皇城老字号的辉煌 / 64
- 6.3 小蓝鲸，“餐饮改革”的神话 / 68
- 6.4 赛百味，品牌快餐的经营之路 / 71

快餐店篇

第一章 快餐店的采购控制 / 77

- 1.1 选择适合的采购形式 / 77
- 1.2 建立完善的采购流程 / 81
- 1.3 控制成本，提高效益 / 84
- 1.4 吉野家的采购智慧 / 87

第二章 快餐店的营销策略 / 91

- 2.1 拓展品牌知名度 / 91
- 2.2 口碑营销，让顾客为你宣传 / 98
- 2.3 利用互联网来宣传你的店 / 102
- 2.4 肯德基营销的艰难历程 / 106

第三章 快餐店如何打好服务牌 / 109

- 3.1 于细微处取胜 / 109
- 3.2 狠狠把握质量关口 / 112
- 3.3 让服务“动”起来 / 116
- 3.4 麦当劳服务的称王之路 / 118

连锁店篇

第一章 拉开连锁经营的序幕 / 123

- 1.1 连锁经营的概况 / 123
- 1.2 连锁经营成功的秘籍——3S 原则 / 127
- 1.3 迎接连锁加盟店的时代 / 132

第二章 加盟老字号，赚信誉的钱 / 136

- 2.1 连锁加盟热门行业投资大盘点 / 136
- 2.2 选择适合自己的行业，成功创业 / 144
- 2.3 如何找寻优秀的加盟项目 / 148

第三章 店铺促销赚钱的钱经 / 153

- 3.1 店铺促销秘籍 / 153
- 3.2 店铺促销技巧 / 158

门店篇

第一章 门店装修的大学问 / 171

- 1.1 好马配好鞍，给门店装上“金字招牌” / 171
- 1.2 招牌里面的大学问 / 176
- 1.3 店要“精”装——为自己营造一个良好的“赚钱”环境 / 180
- 1.4 店门——通向财路的窗户 / 186
- 1.5 装修细节让门店业绩倍增 / 188

第二章 销售攻心法，顾客就是财脉 / 191

- 2.1 简单一句欢迎语，打开赚钱的渠道 / 191

- 2.2 选对池塘选对鱼——各类顾客的销售“抢钱”法 / 192
- 2.3 把握销售四大阶段，不让钱悄悄溜走 / 198
- 2.4 化干戈为玉帛——搞定难缠的顾客，让你的店更赚钱 / 207
- 2.5 销售用语的诀窍——让顾客心甘情愿买单 / 214
- 2.6 商品定价的“吃亏”赚钱法 / 220
- 2.7 聪明的促销手段笼络人心 / 223

第三章 赚钱的终极秘方 / 231

- 3.1 战略+执行=简单+勤奋 / 231
- 3.2 生意恒久远，诚信永留存 / 236
- 3.3 卖苦力岂能赚大钱 / 241
- 3.4 合作意识：保证双赢的人脉学 / 245
- 3.5 生意无小事，细节赚大钱 / 254
- 3.6 做好钱途行业的“掌门人” / 261

1

餐馆篇



- 第一章 餐馆要开出特色
- 第二章 进货渠道，餐馆赚钱的支柱
- 第三章 折扣与特价的窍门
- 第四章 靠新鲜感赚钱
- 第五章 餐前餐后的赚钱门道
- 第六章 看看餐馆大鳄是怎么赚钱的

第一章 餐馆要开出特色

1.1 巧借时尚效应，开特色餐饮店

餐饮市场风起云涌，瞬息变化的新思潮和时尚潮流此起彼伏，各种风味菜肴竞相争荣。许多餐饮店在保持自己特色的前提下，紧跟时代步伐，不断开发创新产品，巧用时尚效应，引领餐饮潮流。

随着顾客追求时尚已经成为潮流，不少餐饮店将时尚作为新的利润增长点，吸引顾客眼球，成就自己的创业致富之路。餐饮店除了在菜肴上追求新颖时尚之外，他们更多的是考虑到顾客的个性化需求，利用环境、时尚、文化、高贵、品位和优质的服务展现餐饮店的最大卖点，用时尚特色吸引顾客光临。

“亲近消费”，我的菜肴我做主

进餐馆点菜，就像在超市买东西，客人看菜下单。眼下，一种借鉴超市量贩概念的“亲近消费”，在餐饮业中日渐盛行，为商家赚得更多商机。到餐馆吃饭，想吃什么鱼，直接到鱼池边用鱼兜网起，餐馆的厨师当面剖杀，送到厨房里烹制。由于顾客对于就餐需求的多元化，成就了餐饮店的“亲近消费”模式，“亲近消费”模式也成就了这类特色时尚餐馆。

一般人下馆子，习惯于服务员端菜上桌。有的商家却另辟新意，他们允许顾客自己到厨房炒菜。特别是一些农家菜、农家院它们可以让顾客自己磨豆浆煮着喝，这类餐馆正在逐渐兴起，并逐渐成为一种潮流。这场景让被“下放”农村的顾客能感受昔日的纯真年代。而且这样的环境也让平时很少去

乡下的现代小“皇帝”们在时尚玩具熏陶之外，有了体验农村生活的机会。

到餐馆就餐，顾客很多时候根本看不到原材料新不新鲜，但是，在武汉市硚口宗关的一家鱼村餐馆，更像一个卖场。大厅清一色的原木桌椅，漆色斑驳的木窗棂取代了现代的塑钢窗。几个不同的区域，摆着一长溜老式酒坛、青花瓷泡菜坛以及汤罐，墙上挂着腊肉，顾客需要什么，可看样点菜，十分方便。

这种卖场式的餐馆，一经出现，就备受顾客追捧。它比一度盛行的广东量贩式海鲜餐馆显得更大胆，用形式的构建唤起顾客的自我意识，促使顾客去感受、去关注、去欣赏，从而实现“透明消费”，给顾客“家”的感觉，让顾客觉得花得开心，花得值得。

“亲近消费”是对超市量贩概念的借鉴，在顾客“身临其境”中实行消费的无障碍。餐饮营销已不单纯地看重店堂装饰，而是更注重走向多元化经营策略。“我的菜肴我做主”，在这种独特的文化氛围里，让顾客有更多的选择和满足。

“轻食餐饮”，时尚新概念

轻食是指简单的料理，就是便餐、点心的意思，是由日本百货公司美食街规划区中传出来的一种另类饮食形式，而台湾则由于近年来流行日本风，开始慢慢风行起来。而轻食最主要的概念就是吃七分饱，只要让肚子不饿的食物量就足够了，另外还在饮食内容注重健康概念，少油、少盐、少调味料和多一些天然素材，而这正是轻食目前盛行的原因之一。

“轻食”和简餐并不完全一样。简约而不简单，注重饮食健康，是此类餐饮的最大特点。随着生活水平的提高，饮食已成为一种追求，一种时尚。而以天然、健康为特色的“轻食主义”更是受到人们的青睐。

2008年以来，武汉的一家餐厅在汉口解放公园路、前进一路等地，连开

了三家分店。店内不见富丽堂皇的大厅，餐桌少则十来张，多的也只有三四十张。菜肴都是家常小菜，分量不大，味也清淡，讲的就是个清新、自然。

武汉汉口的一家餐厅也奉行“轻食主义”，这里光南瓜菜就有一二十道，如此“粗粮菜”很受顾客喜欢，用白木耳、百合和山药做的炒三白，还有芝士焗红薯等“轻食”，也让人津津乐道……

“轻食”餐馆是2007年才问世的，有的也叫时尚餐厅。其最大特点是，店里没有嘈杂的人群，只有简约的长桌、舒适的软椅，简单而又合口味的吃食。这对腻烦了吃大餐的时尚人士来说，是一种不错的选择。

“轻食”意味着对某些美味的适度“收敛”，常被解释为餐饮店中快速、简单而又不失精致的食物。随着人们健康观念的增强，工作节奏的加快，轻食餐厅将吸引更多的顾客，让饮食不再是一种负担。

时尚“马桶餐馆”，“异味”惹人眼

在深圳，“马桶餐馆”成为一些年轻人的热门话题。由于媒体报道和网络的宣传，更引来了全国各地关注的目光。那么，这家以“马桶”为名的餐馆是什么模样？哪些人会去光顾？在“马桶餐馆”里，会品出怎样的味道？

其实，“马桶餐馆”并不是让顾客真正坐在马桶上用餐，而只是布置了一种类似厕所的环境。“马桶餐馆”可以说是一次有益的“厕所文化”，是一种善意的轻松，在愚弄中得到欢乐和快活。

在深圳松园路这条小街上，各种各样的餐馆一家挨着一家，要不是当街放着大浴缸和抽水马桶，路人是绝对不会注意到这家小店的。店里的摆设完全是“厕所”的“味道”：墙壁上挂着小便池，天花板上装饰着彩色塑料水管。餐桌，就是在白色的蹲厕上加了块玻璃，蹲厕里有贝壳、彩色玻璃球等小玩意儿；椅子，就是洗手间里最常见的马桶，马桶盖的图案各式各样，让每把“椅子”都有不同的“味道”。

“马桶餐馆”受欢迎，支招的餐饮管理公司干脆在店门口挂起了“创



意行销时代，大便也能变黄金”的加盟广告。广告这么一挂，有兴趣的人到店里实地考察，亲眼目睹“马桶餐馆”的火爆，马上有让人有掏钱加盟的冲动。现在，“马桶餐馆”在深圳已有4家分店。

一些年轻人喜欢到“马桶餐馆”吃饭休闲，这不仅是一种空虚，一种无聊，更是一种“心灵饥渴”。人们常说，人在饥饿的状态下，吃什么都香。反之，在物质要求得到充分满足、饱食终日的生活背景下，当一些人在平淡的生活中品味不出滋味的时候，便会去寻找刺激和另类。

1.2 超人思维，非常之地取非常之财

古人云：天时不如地利，充分强调了地利的重要性。尤其是开餐馆，地理位置的优劣更显得重要。人们把地理位置好坏与否视为餐馆赚钱的第一要素，这自然是有道理的。餐饮业的传统规律是“一步差三市”，足以说明地理位置的好坏直接影响餐馆的盈亏。然而，在社会日趋多元化的今天，地理位置并不一定就限制餐饮店日后的发展空间。只要我们能够突破传统思维，充分发挥餐馆“地”之特色，就能变“不利”为优势，在非常之地，取非常之财。

闹市中的天堂——天台餐馆

在城市迅猛发展的今天，早已习惯钢筋混凝土建筑充斥其间的我们，往往对清幽、宁静的环境有着难以抗拒的热情。粤语中，天台亦被称为“晒棚”，顾名思义就是晾衫晒被的好地方。此外，它更是人们茶余饭后喝茶聊天的好去处。但当都市的楼房越建越高时，这昔日的西关风情也渐渐消失了。天台餐馆独守着喧嚣城市中的那一份独特与安宁，既提升了魅力，也赚足了人气。

广州为数不多的天台餐馆中，大部分都是以做西餐为主，因为西餐厅优雅的气氛刚好适合情侣拍拖幽会，再加上夜色的衬托，感觉更为浪漫。

无怪乎位于滨江中路的一家法式越南餐馆，会那么受情侣欢迎。

这间法式越南餐馆是属于法式餐厅 37°2 旗下的一间分店。该餐馆共分为三层，与一二层华丽的风格相比，顶楼的半露天餐厅只有简单的挂灯雕饰，餐桌也不过是五六张，装修最为简陋。但每到夜幕降临时，最简陋的天台却最火爆。据餐厅服务员介绍，有时即便露天座位已满座，依然会有顾客要求，在有位置时相告知，大部分顾客都是冲着三楼的露天餐馆而来的。的确，在春末夏初的夜晚，坐在凉风习习的江边，开瓶红酒与恋人边赏珠江夜景，边品美酒与松软芝士蛋糕，是一件非常浪漫的事。

昂贵租金逼出新奇创意——巴士餐馆

非常之地取非常之财，而对于连非常之地都没有的老马来说，经营餐馆简直就是“巧妇难为无米之炊”。餐馆租金太贵，如何是好？老马所选的“非常之地”给了我们满意的答案。

南京江宁区的殷富街上，一到晚上路边就摆满了大排档的摊位，摊主们摆开炉灶，整条街飘香四溢，顾客络绎不绝。可要说这里哪家餐馆的生意最好，还得数这家“巴士餐馆”：店面是一辆大巴车，厨房由一辆混凝土搅拌车的底盘改制而成，这样一个流动餐馆开上街头，真是想不红都难。

2008 年夏天开始，老马便着手开始实现这个“巴士餐馆”的想法。他先是从江心洲买来了这辆原来用于单位接送职工的“高龄”大巴，一番改造后，就有了属于自己的“门面”。

买来车后，他又花了 1 000 多元把车里车外重新装修一番。大巴车的内部经过改造后，撤去了原来的车座，摆上了 7 张餐桌，每张桌子周围都放着 4 把椅子。车内照明，电扇，空调等设备一应俱全，驾驶座位旁边还放着两箱啤酒和几张菜单，与一般餐厅无异。大巴车的旁边，还有一辆两轮自制铁皮车，由四个可拆卸的铁架子支撑在地。

“巴士餐馆”每天下午 5 点钟左右就正式营业了，顾客络绎不绝，一直到夜里 12 点钟才打烊，生意相当火爆。新奇的就餐地点，质朴的服务，外加物美价廉的食物，来这儿吃过的顾客都赞不绝口。

巧借“地”之特色，坟场开餐馆

在阴森的坟场做餐馆生意，听来是耸人听闻的奇事。按照常例，一般的人在清明节期间才会去上坟。如果不是，就只有过世的人生辰到了，一家人才来。或者随着社会压力的越来越大，他们来亲友的坟头寻找片刻的清静或是心灵上的寄托。在坟场开餐馆，客流量不大，这不等于自断财路么？然而，没有做不到的，只有想不到的，把坟场这一地理劣势转化为地理优势，我们的主人公杨女士把这奇特的生意经营得红红火火。

杨女士是河南人，2005年与丈夫结婚后，日子过得倒也其乐融融。但随着第一个孩子的长大、第二个孩子的即将出世，经济上逐渐捉襟见肘，杨女士只得想办法挣更多的钱。

2013年5月的一天，杨女士下早班后经过一大片坟地，忽然听到有人说想在父母坟前陪父母吃顿饭。说者无意，听者有心。听了这话，杨女士不由得心里一动，计上心来：在坟地开个餐馆让上坟祭祖的人都能吃上热菜热饭。这一年年尾，杨女士以一年150元的租金租下了一间离坟场200米远的荒房。以柴鸡烙馍为主打菜，她的“坟场餐馆”终于开始营业。

为了吸引源源不断的顾客，杨女士走“心灵救赎路线”，请人做了20多个煤油灯，专供顾客晚上在坟头使用。同时，她请教了一些专家，给自己的饭菜取些独具特色的名字，比如：青菜烫豆腐汤改成“心灵煲汤”，意思是如果在坟头上吃了这道汤，心灵会得到安宁；回锅肉改成了“反复回头”，意思是吃了这道菜，能祝愿过世的人早日超脱，自己也会得到心灵的安宁……

杨女士的这一做法取得了立竿见影的效果。很多前来上坟的人听了她的介绍后，都愿意留下来吃这一顿具有特别意义的饭。有一些顾客还专门慕名前来，他们来这里，已不仅仅是吃饭，而是为了享受一种宁静，暂时远离城市的喧闹，怀念过去的时光。

这样一传十，十传百，杨女士的生意越来越红火！2014年12月，杨

女士大约计算了一下总账，“坟场餐馆”开张近一年，包括购置的所有东西在内，自己竟然赚了20万！

年净赚20万元，看似不大可能的奇迹就这么发生在一个农家女身上。有很多人认为杨女士的成功纯属幸运，其实不然。当今现代人生存压力越来越大，而祭祖和向先人倾诉，业已成为现代人不可或缺的一道“心灵鸡汤”。顾客的特殊需求加上坟场独到的位置，经杨女士超乎常人的大胆尝试，“坟场餐馆”想不红火都难！

1.3 面向潮人，赚钱源自酷体验

时下，餐饮市场上越来越具影响力的消费主力可能就是20世纪80年代后出生的独生子女了。他们简称“80后”，俗称QQ族或潮人。这批人比起他们的父辈过着相对富足的生活，从小受到呵护，依赖成性，却是具有独立个性、有思想、追求酷、努力彰显个人本色的一个群体。面对这一庞大群体，不少餐饮店利用他们追求“酷”体验的心理，在餐饮店装潢、就餐形式等方面突破传统瓶颈。不仅满足了年轻一代的求新求酷的心理需求，也为餐馆带来新的契机以及丰厚的利润。

E时代酷餐厅，迎合时代潮流

网络订餐、触摸式点餐机、殷勤备至的短信服务……这一切都表明，即使是餐饮这样的传统行业，也打上了很鲜明的E时代特征。不知不觉中，它已经慢慢从新生事物变成了我们日常生活的一部分。

到餐馆吃饭，是广大顾客习以为常的一种餐饮消费方式，但一些餐馆脏污的点餐菜单、缓慢的上菜速度，又往往使顾客兴致大减甚至遭遇健康威胁。面对这些，一些餐馆通过掌上电脑或触摸屏幕实现的“电子点餐”，很大程度上解决了点餐时的卫生和速度等问题，受到诸多顾客的欢迎。