

风格独特的小店经营系列丛书

乐乐◎编著

旺铺

专家教你开旺铺

餐馆

100个小技巧

开个小店，虽然本小利微，但既可以养家糊口，又可以通过经营小店逐步积累资本，摸索赚钱的经验，为今后事业的发展奠定基础。世界上许多成功的商界富翁，不就是从经营小店开始起步的吗？您不妨也从开个小店做起吧……

小投入，赚大钱
腰缠万贯，不如开个小店



中国戏剧出版社

专家教你开旺铺餐馆的 100 个小技巧

乐乐 编著



中国戏剧出版社

图书在版编目(CIP)数据

专家教你开旺铺/乐乐编著.-北京:中国戏剧出版社,2005.9

ISBN 7-104-02258-9

I.专… II.乐… III.商业经营-经验 IV.F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 117598 号

专家教你开旺铺

策 划:万晓咏 孙朦

责任编辑:万晓咏

责任出版:冯志强

出版发行:中国戏剧出版社

社 址:北京市海淀区紫竹院路 116 号嘉豪国际中心 A 座 10 层

邮政编码:100089

电 话:010-84042552(发行部)

传 真:010-84002504(发行部)

电子信箱:fxb@xj.sina.net(发行部)

经 销:全国新华书店

印 刷:北京市鸿鹄印刷厂印刷

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:12.875

字 数:200 千

版 次:2005 年 12 月 北京第 1 版第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-104-02258-9C·208

定 价:69.00 元(全三册)

版权所有 违者必究



前言

风格独特的小店经营系列丛书

看着大街上林立的店铺,很多人想要开一家店,自己做老板,虽说经营一家小店无需太多的技术,但同样存在着各种各样的诀窍。

《专家教你开旺铺服饰店的 100 个小主意》一书将开一家服装店所需的各种技巧归纳整理,将其分为选址技巧,装修设计技巧,服装陈列技巧,促销技巧,定价技巧等几大部分,书中的每一个小主意都是服装店在现实的经营过程中所发生的真实事件,它们就是服装店的真实经营技巧,这样更容易开启读者的灵感之门。

如今,美容美发店开遍了大街小巷,甚至在一个住宅小区内就有好几家美容美发店。因此,单靠老一套经营方法就能大赚一笔的美容美发店已不多见。而且美容美发店的市场空间已十分狭窄,谁再想凭借“独此一家,别无他店”招徕顾客,根本就是不可能的了。

那么,在美容美发店满天飞的今天,如何才能成功经营一家高盈利、高收益的美容美发店呢?

《专家教你开旺铺美容美发店的 100 个小智慧》一书在系统总结美容美发店成功经验和充分吸收国内外先进管理经验和技巧的基础上,从开店、妙管理、服务细节、巧营销等多方面为你全面系统的提炼出了 100 个美容美发店经营的成功诀窍。



前言

在市场经济日益向前发展的今天,各行各业的竞争都非常激烈。餐饮业当然也无法幸免于难。如何在众多的餐馆、饭店、酒楼中脱颖而出、异军突起是众多餐馆老板一直思考的问题。

开一家小餐馆,表面上看起来,开餐馆就是找个店面支起炉灶,把菜炒了端给客人。实际上,即使开一家很小的餐馆,都有很多环节、很多琐碎的事情。原料如何采购最省钱省心?设备怎样配置最合理……有时候,一些环节是否做到位,直接影响着这个餐馆的成败。

《专家教你开旺铺餐馆的100个小技巧》一书将从开餐馆前的筹备工作(选址、选时)、店面装修、菜单制作、饭菜标价、人员管理和培训、服务管理等多方面进行系统的阐述。相信读者朋友读了该书以后,能百分之百得掌握经营餐馆的真谛。

本套丛书用通俗、简洁的语言,将方便、直接、可行的方法展现在广大读者的面前,相信会对您有所启迪,进而使您的小店具有超强的竞争力,在市场竞争异常激烈的今天成为您的赚钱旺铺。



目 录

风格独特的小店经营系列丛书

第一章 前期工作 / 1

1. 现代餐饮业的标准 / 2
2. 现代餐饮业的特点 / 3
3. 不可缺少的商圈调查 / 6
4. 选址要考虑周边环境和就餐对象 / 7
5. 选址应避开市政设施建设的影响 / 9
6. 餐馆前厅的面积要适宜 / 10
7. 餐馆位置的选择 / 11
8. 餐厅的声像装置 / 13
9. 餐厅装修对温度湿度与气味的要求 / 14
10. 餐厅装修及装修技巧 / 15
11. 餐饮业的营业场所的选择与设计 / 17
12. 餐饮种类的选择与装修设计 / 18
13. 厨房内装修布局设计重点 / 24
14. 错位的“前瞻性”评估 / 26
15. 接易手店更要作评估 / 28



目 录

- 16. 酒店饭店如何装修改造 / 29
- 17. 开店前要先“长”十个心眼 / 30
- 18. 起店名是一门学问 / 31
- 19. 前厅其他用品的设置 / 32
- 20. 中小餐馆的照明有讲究 / 35
- 21. 中小餐馆的装修应大众化 / 37

第二章 餐厅经营 / 39

- 22. 价格策略 / 40
- 23. 菜点定价要合理 / 42
- 24. 餐馆菜品最好自制 / 43
- 25. 餐馆成功经营的秘诀 / 45
- 26. 餐馆促销经营的方法 / 46
- 27. 餐厅菜单的使用 / 48
- 28. 餐厅的推销艺术 / 49
- 29. 餐厅日常工作检查细则 / 52
- 30. 厨房承包有利有弊 / 55
- 31. 点菜心理学之妙谈 / 59
- 32. 饭店营销要关注的要点 / 61
- 33. 红火饭店管理方法 / 67
- 34. 积极做好送餐服务 / 71
- 35. 如何保护菜肴品牌 / 73
- 36. 餐饮企业如何进行成本控制炒菜类 / 74
- 37. 降本升利十八法 / 77
- 38. 经营家常菜效益会更好 / 79
- 39. 酒楼管理应重视厨房卫生 / 80
- 40. 令顾客惊喜的“素材” / 82
- 41. 起菜名要贴切 / 84



- 42. 浅谈前厅与后台的协作 / 86
- 43. 巧揽散客 / 88
- 44. 现在的客人喜欢“原汁原味” / 90
- 45. 选对“池塘”做自己的特色 / 91
- 46. 要善待回头客 / 93
- 47. 怎么样才能管好厨房 / 94
- 48. 餐饮业的推销技巧 / 95
- 49. 重视餐饮店气氛的营造 / 97

第三章 厨房管理 / 99

- 50. 餐饮的核心——厨房管理 / 100
- 51. 厨房的设计原则 / 101
- 52. 厨房岗位人员配备 / 104
- 53. 烹调厨房设计要求 / 108
- 54. 如何布置开放式厨房 / 110
- 55. 用科学方法管理厨房 / 111
- 56. 厨房管理的几个关键环节 / 113
- 57. 厨房烹饪原料的分类 / 115
- 58. 冷菜、点心生产管理 / 116
- 59. 原料的贮藏 / 118

第四章 服务细则 / 122

- 60. 25 个最容易让客人感到不满的问题 / 123
- 61. 餐具上桌与撤换技巧 / 124
- 62. 餐厅用具的选择与摆放 / 131
- 63. 餐饮人的实践绿色餐饮的需要 / 133



目 录

- 64. 服务语言的“六要”与“六不要” / 136
- 65. 微笑服务是永不过时的通行证! / 137
- 66. 特殊菜肴上菜方法 / 140
- 67. 体态语言——服务技能 / 142
- 68. 餐厅服务的五大忌 / 143
- 69. 读懂客人的“身体语言” / 144

第五章 人力资源管理 / 147

- 70. 安排好员工的吃与住 / 148
- 71. 餐馆要请经验丰富的厨师做指导 / 150
- 72. 餐馆员工队伍要稳定 / 152
- 73. 餐厅服务员的素质要求 / 154
- 74. 餐厅服务员的职责要求 / 155
- 75. 店员要掌握特殊的服务语言 / 156
- 76. 服务员的用语与言谈 / 158
- 77. 留人也有绝招 / 161
- 78. 如何招聘厨师有学问 / 163

第六章 饭店餐饮大众化经营之道 / 166

- 79. 大众化经营的策略 / 167
- 80. 常采用的大众化经营的方式 / 170

第七章 服务常识 / 173

- 81. 国内宾客口味总的区别是什么? / 174

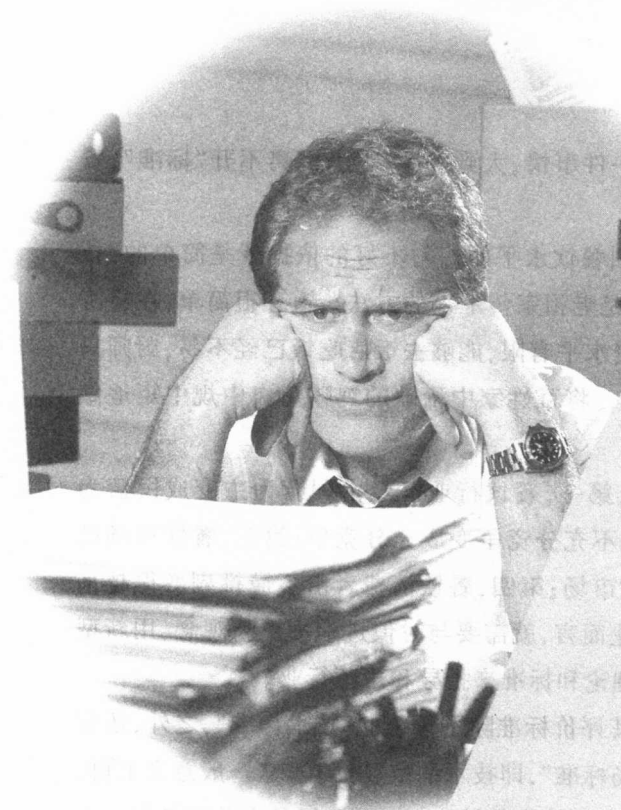


82. 东北人的主要饮食习惯是什么? / 174
83. 河北人的主要饮食习惯是什么? / 175
84. 山西人的主要饮食习惯是什么? / 175
85. 苏南人饮食的主要特点是什么? / 176
86. 浙江人的主要饮食习惯是什么? / 176
87. 湖南人的主要饮食习惯是什么? / 177
88. 江西人的主要饮食习惯是什么? / 177
89. 广东人的主要饮食习惯是什么? / 178
90. 蒙古族人的主要饮食习惯是什么? / 178
91. 藏族人的主要饮食习惯是什么? / 179
92. 回族人的主要饮食习惯是什么? / 179
93. 维吾尔族禁忌主要有哪些? / 180
94. 朝鲜族人的主要饮食习惯是什么? / 181
95. 满族的禁忌主要有哪些? / 181
96. 日本人的饮食习惯是什么? / 182
97. 泰国带有普遍性的忌讳是什么? / 183
98. 韩国人的主要礼俗与忌讳是什么? / 183
99. 英国人的文明与礼貌主要表现在哪四个方面? / 184
100. 餐厅服务方式 / 185

第一章

前期工作

专家教你开旺铺餐馆的100个小技巧





1. 现代餐饮业的标准

评价任何东西,小至一件事情,大到一个行业,都离不开“标准”,餐饮也不能免俗。

在计划经济年代,判别餐饮水平的好与不好的依据就是简单的“技术”,而确定技术的标准就是老祖宗传下来的方法。道理很简单:在经济短缺的情况下,人们的消费水平有限,能够去饭店吃饭已经不易,厨师只要按照师傅传下来的手艺,将百姓家中稀缺的鸡鸭鱼肉中规中矩地做熟,就可以让客人满意了。

今天,情况不一样了,第一,餐饮行业已经由国营为主变成民营为主;第二,餐饮行业已经由不充分竞争变成充分竞争;第三,餐饮市场已经由卖方市场转变成买方市场;第四,餐饮消费者由不懂挑剔变得越来越挑剔。因此,就整个行业而言,就需要与时俱进地去更新观念,用新型的、符合现代餐饮潮流的理论和标准来指导和规范行业。

就现代餐饮业而言,其评价标准除了传统的“技术标准”,之外,还应存在一个更为重要的“市场标准”,即技术的市场价值。从一般意义上讲,一个技术含量高的产品往往比较容易被市场接受。但是也并不是每一个这样的产品就一定会被市场所接受。大家都知道川菜中有一个“干煸牛肉丝”,它曾经是川菜的代表菜之一,从加工到制作最后到装盘,整个过程对技术的要求非常讲究,工序相当复杂。首先,它对刀功的要求就很高,否则不但外观不美,同时还难以将肉丝煸干;其次它对火候的要求也很高,火候小了发苕,火候大了发糊。以至于在以往的川菜考试中,都是保留节目。然而如今我们观察川菜馆的餐桌,它的踪影已很难见到了。是



其技术含量降低了吗?当然不是,问题出在它的市场价值上:从消费者的角度看,把牛肉做鲜做美的方法多种多样,“干煸”已经不再符合大众的口味;从经营者的角度看,这道难以卖出好价钱的“名菜”却费工、费火,生产成本甚高,经营起来得不偿失。类似的情况并不少见,比如过去曾经很被一些人推崇的各种各样的花式冷拼,现在也很少看到了,个中原因不难分析;餐前的口布摆放也是越来越简单,因为叠口布花虽然是技术,但却不一定卫生。所以说这些“技术”就没有什么市场价值,就要走向衰落。与此形成对照的是,那些诸如“重庆火锅”、“水煮鱼”之类的技术含量相对较低的菜倒是出尽了风头,赚足了钱。因此,我们已经不应该再僵化地死抱着传统的“技术”不放,把它作为判别餐饮水平的惟一标准,更不可以把那些只是被所谓的“圈内”人士认可的、但已经过时的“标准”强加给消费者,否则,再好的技术都难以具有持久的生命力,也就难以逃脱被最终市场淘汰的命运。

在生活水平得到普遍提高的今天,消费者对餐饮的要求已经发生了巨大的变化,求得市场的认同已经成为餐饮业追逐的目标,对技术的追求需要与市场需求紧密地结合起来。实际上,市场标准在解决的是一个方向问题,只有方向正确了,技术才会有充分发挥的空间,也才更具有实际意义。

2. 现代餐饮业的特点

现代餐饮已呈百花齐放之势,现代餐饮的竞争如同百舸争流,但总结、归纳其中成功范例的经验,大体集中在以下几个方面:

1. 兼收并茂。综观现代餐饮业,凡是有市场的菜系都有一个共同



第一章 前期工作

的特点:在完善、发展的过程中,注意学习他人,兼容并茂,取长补短。广东菜之所以能风靡全国,与它在香港地区的发展有着密切的关系,它借鉴了很多其他菜系在辅料使用和制作方法上特点,如对咖喱、椰奶的使用和对局、烤等工艺的运用。上海(本帮)菜能够后来居上,更是由于它几乎吸取了各个菜系的优势。在上海菜中,人们几乎可以找到川、鲁、粤甚至西餐的明显痕迹,但都是被海派厨师改良过的痕迹。西餐也同样如此,也可以细分为更多的菜系,比如法式、意式、德式、葡式等等。以前人们好像从来没有听说过瑞士菜,只知道瑞士有一些风味菜肴,但似乎没有人认为它已经形成了独立的菜系,可是在众多的跨国饭店管理集团管理的饭店总厨师长中,瑞士人却占据了相当的比例,他们把法餐改良发展了,并且逐步形成了自己的风格。

2.特点突出。广东菜的卖点是“鲜活”,正是依靠这一鲜明的特色,它牢牢抓住了餐饮市场的高档消费者;同广东菜相比,川菜的特点主要不是体现在原材料上,而是在于注重口味的变化,依靠这一特色,川菜占据了中低档的餐饮消费市场,这种准确的定位使得川菜始终保持了旺盛的生命力;上海菜海纳百川,处理不好很容易造成平庸,但是一个“精”字就使得海派饮食形成了能与粤、川菜系并驾齐驱的态势。反观一个有着悠久历史的鲁菜,振兴多年仍不见实质性的起色,原因自然是多方面的,但丢掉了特点恐怕是一个重要的原因。以至于它现在比不过曾经比它名气小得多的东北菜和浙江菜。

3.创新意识。饮食习惯的现代化使得一个餐馆或着某个餐饮品牌的生命周期大为缩短,更新周期明显加快,餐饮市场近几年的运转实践证明了这一基本判断。很多经济活跃地区的餐馆也只能各领风骚三五年,这几乎成为餐饮市场的一个定式。这是由于现代餐饮业自身的发展规律所决定的,这个规律依赖于人们生活质量的提高,依赖于人们与生俱来的喜新厌旧的秉性,这种秉性在饮食方面就显得尤为突出。所以追求饮食结构、口味变化、营销方式等方面的创新就成为餐饮业最终追求市场认可的必由之路。如生食龙虾曾一夜之间成为潮流,又很快地被人们诮称为一“傻”的过程,就是对这种餐饮习惯变化周期急剧加快的最好诠释。因此在大城市里每天都有老餐馆倒闭,每天也都有新店开张,也就



不足为奇了。

承认更新周期加快的事实,就是承认创新的重要性和必要性。在鼓吹“创新”的同时,需要强调的是,第一,我们所说的创新一定是那些有市场需求的创新,而不是几个或一群“圈子”里的人孤芳自赏的创新。第二,创新并不仅仅是厨师的责任,它是一项应该由经理人和厨师共同完成的任务。在创新的过程中,经理入应该根据市场需求明确创新的思路、指导创新的方向,厨师的任务是在此框架下,完成具体的技术工作。反之,如果经理入认识不到自己在创新中的重要作用,而是简单地让厨师去“闭门造车”,这种“创新”的结果往往是事倍功半,以至导致创新主体对创新的必要性发生动摇。

餐饮的创新动力来自三股力量,厨师、经营管理人员和营销人员。后者密切地掌握着大量的客人用餐信息反馈,他们的意见可以同经营管理者意见结合起来,形成指导厨师技术创新的思路,只有这样的创新才具有旺盛的生命力。

如今,人们走进餐厅的动机是多样化的。餐饮的消费者不同于酒店的消费者,一个使用高档酒店的消费者,一般就会较长期地在同一(至少是同类)酒店消费,但餐饮业的消费者则根据不同的情况会交替出现在高档酒楼、大众餐厅或是快餐店,因此,餐饮业为满足不同层次的消费者,和不同时段的不同需求的消费者所承担的任务就更加艰巨。人们都承认,饮食是一种文化,特别是现代餐饮早已经超越了解决温饱和改善生活的低级阶段,而需要融进越来越多的文化内涵,因此,提高广大从业人员的文化水平,增长见识就成为了餐饮业内一项迫切的任务,弘扬中华饮食文化的希望也寄托在此。



3. 不可缺少的商圈调查

在众多行业中,餐饮业一向被视为一枝独秀,也是最具吸引力的行业之一。作为投资餐馆的你来说,有了资本金,也拥有了一家理想的店面,但应该经营什么风味呢?这的确是一个令众多业内老板头痛的事。一些经营者自以为对上海本帮菜或粤菜在行,便贸然招兵买马开张,结果因附近的住户均为保守的公务员和一般上班族,经营的结果可想而知。

正如麦当劳对事前店圈调查一向做得很彻底一样,市场部会雇用不少工读生对当地的过往人群归类,对社区的住户人口做消费习惯及消费能力做调查,同时把附近的快餐、小吃店的经营情形一并做了详尽的数据报告,但结果并不一定有预期的营业数字出现。因为大众消费习惯是善变的,从调查到规划开业之后,或许立地的人口结构已经起了变化,这就成了正确评估之后的变数。例如大型社区尚未完成时,大批工作人员消耗不少快餐,但当工程完工时,突然间失去了快餐人口。若不积极采取应变措施,快餐便会乏人问津。

真的是“远来的和尚会念经”吗?在广州曾有一家外国速食店推出墨西哥“大哥”小吃,以“V”字形的玉米烤饼夹上煎牛肉饼、辣酱、生菜丝、乳酪丝、番茄片,调味与本地口味大异其趣。此原本是时髦青少年的新奇小吃,其立地条件自然以公园、游乐场附近为较佳的选择,但该店地处一条繁华街的末段,显然与正规的评估背道而驰。单靠强力的广告是无法奏效的,除非是大型的连锁店,否则青少年不太可能老远搭车专程前往消费。



州人爱进补的想法是正确的,而且店家也提供中医保健常识,针对各种体质的消费者做适合的进补建议,但经营始终不见起色,原因何在?问题就出在高成本的食材上,加上应有的合理利润,定价当然不可能便宜,很难为广大消费层所接受。又因如今许多食用药材大批入市,一般家庭均可自行在家炖制,成本低而且全家共食,早已蔚为风气。因此,一般简易小店的炖补品,每款均在三至八元以内。在种种比较之下,店家若是每款十五至三十元的价位出售便无生存的空间,这年头谁傻。

风格独特的小店经营系列丛书

4. 选址要考虑周边环境和就餐对象

开餐馆选址要考虑周边的环境和就餐的对象,这些都是十分重要的。只有考虑成熟了,才可以确定相关的装修档次、经营的内容、菜肴的价格、营业的时间等等。

(1) 商业区选址

在城市中选择商场或商业大厦周边开餐馆应该是不错的。因为这些地方购物人群广泛,客源也相对丰富。虽然这些人群是以购物为主,但也有一部分人需要休闲和就餐。针对有些顾客购物时间紧迫,餐馆的经营内容应以中、西餐和快餐形式为主。因为这些群体在就餐过程中不太注意菜品的价格高低和烹饪水平,多数菜品基本都能接受。而最喜欢就餐环境卫生、洁净、舒适,喜欢菜的内容新、奇、特,以及时髦的创新品种,并且有可选性。在用餐方法上要求简单,时间上求一个“快”字。所以选择在这样的地区开餐馆,应以中式快餐或大排档形式为好。