

超一流服务品质

千万别忘记：每个人之间都有关系

跟我学做

餐饮业

金牌服务员

CANYINYE JINPAI
FUWUYUAN

准确周详的行业服务培训

既然是服务，在客服工作中对某一个人的和善也许不一定就能替你争取到顾客，但是，如果对某一个人服务的不好，可能就会伤害到你自己。

萧野→编著

中国纺织出版社

超一流服务品
千万别忘记：每个。

跟我学做

餐饮业 金牌服务员

CANYINYE JINPAI
FUWUYUAN

准确周详的行业服务培训

萧野→编著

中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

跟我学做餐饮业金牌服务员/萧野编著. —北京:中国纺织出版社, 2005.7

ISBN 7-5064-3428-8/F·0582

I. 跟… II. 萧… III. 饮食业-服务人员-技术培训-教材 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 051749 号

责任编辑:苏广贵 特约编辑:孙 玲

责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京宏飞印刷厂印刷 各地新华书店经销

2005 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

开本:640×960 1/16 印张:23

字数:230 千字 印数:1—6000 定价:32.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

前言

“民以食为天”这句老话,真可算是“至理明言”,什么都可以不干,但饭一定不能不吃。同样,这也是我国餐饮业几千年来一直长盛不衰的原因。近些年来,随着改革开放的不断深入,人民生活水平的不断提高,餐饮业作为第三产业的重要一支,也逐渐迎来了它的另一个春天。

随着餐饮业的不断发展,餐饮服务行业也逐渐呈现了供需两旺的局面,特别是中高级服务人员,往往是供不应求。服务员也从旧社会的社会底层一跃成为人才市场的抢手货。作为一个餐饮服务人员,要想在自己的岗位站稳脚跟并且创造良好的业绩,必须注重自身素质和服务技能的提高。

为此,我们根据我国餐饮业的实际,特别编写了这本《跟我学做餐饮业金牌服务员》,献给大家。本书特别咨询了长期从事餐饮业研究的专家和具有丰富经验的餐饮服务人员,从服务员的形象设计、仪表修养再到餐饮服务的基本操作和业务规范;从最基本的概念讲到涉及服务领域的各个方面的专业知识,以整个服务流程贯穿全书,深入浅出地介绍了现阶段餐饮服务领域的技术和经验。它既可以作为宾馆、酒店、咖啡屋等餐饮服务场所工作人



员的一本难得的培训教材,也可以作为志在从事餐饮业或服务业人员的一本有用的参考书。

由于时间较紧,编者的经验有限,书中也可能存在着错误和不足之处,对此我们深表歉意,也衷心地希望广大读者能对我们工作中的不足多提宝贵意见。

编 者

2005 年 5 月

目 录

第一章 餐饮服务概论	1
一、餐饮服务的定义及范围	2
餐饮服务的定义	2
餐饮服务的范围	3
餐饮服务的意义	4
二、餐饮服务人员的素质要求	5
服务人员的素质	5
优质服务的意识	8
第二章 餐饮业服务规范	15
一、餐饮服务业的特性	15
餐饮业生产方面的特性	15
餐饮业销售方面的特性	16
餐饮业员工待遇方面的特性	16
餐饮业工作性质方面的特性	16
二、餐饮服务品质的控制及控制程序	17
服务品质的定义	17
顾客对服务品质的需求	19
服务品质的制定	20



服务品质控制的程序	21
高品质的服务态度	22
餐饮服务人员应具备的条件	23
三、高品质餐饮服务	27
怎样做好高品质的服务	27
主要服务人员的岗位职责	35
服务中礼节、礼貌的基本要求	36
服务人员的礼貌素养	46
服务的创新方法	58
服务的安全意识	61
 第三章 餐饮服务心理学	67
一、善于人际沟通	67
二、如何拉近与顾客的距离	70
三、服务的必要因素	72
四、重视补救性服务	76
要善于采取补救措施	77
“顾客至上”并不意味着“服务人员至下”	78
“顾客总是对的”并不意味着“服务人员总是错的”	79
怎样立于不败之地	81
五、沟通为目标的艺术	82
人与人之间的相互作用	82
诱导“成人自我”的艺术	82
诱导的艺术	84
沟通的艺术	85

六、勇于做出成长的选择	94
第四章 餐饮服务人员的业务素质	97
一、餐前准备	97
餐厅的设施与布置	97
餐巾折花	99
摆台	105
迎宾与领位	109
菜单展示	111
斟茶服务	114
二、餐中服务	115
托盘	115
斟酒	117
上菜与分菜	121
换盘与撤盘	122
三、餐后服务	123
结账服务	123
送客与翻台	124
其他服务技能及服务标准	127
第五章 餐饮服务专业知识	135
一、顾客的餐饮文化习惯	135
我国各地饮食文化习俗	135
中国各民族饮食文化习俗	146
主要客源国饮食文化习俗	153



主要节日饮食文化习俗·····	162
二、菜系与烹调的知识·····	167
中式各地方菜系特点·····	168
中式餐饮烹调方法·····	170
西餐餐饮菜系·····	170
三、饮料的基本知识·····	172
饮料的分类·····	172
四、酒的基本知识·····	175
葡萄酒·····	175
啤酒·····	182
服务酒类、饮料·····	185
五、茶和咖啡的知识·····	186
茶的种类·····	187
泡茶的用具·····	188
茶的制备·····	189
咖啡·····	190
 第六章 餐饮服务的种类·····	 195
一、餐饮服务的种类·····	195
二、中式餐饮服务·····	195
共餐式服务·····	196
转盘服务·····	198
分餐式服务·····	199
中餐散客服务·····	201
三、西式餐饮服务·····	203

法式服务·····	204
美式服务·····	207
俄式服务·····	208
英式服务·····	211
西餐散客服务·····	211
四、自助餐与客房送餐服务 ·····	213
自助餐服务·····	213
客房送餐服务·····	218
五、酒吧服务 ·····	222
酒吧的类型·····	222
酒吧的布局与设备·····	227
酒吧的服务程序·····	230
酒吧服务注意事项·····	243
六、咖啡厅服务 ·····	244
咖啡的种类·····	244
咖啡的储存应注意下列问题·····	245
常见咖啡冲调法·····	246
 第七章 宴会服务·····	 249
一、宴会部门组织 ·····	249
宴会管理人员·····	249
宴会服务人员·····	251
二、宴会的预约 ·····	253
三、宴会的服务 ·····	255
四、中餐团体宴会服务 ·····	261



五、西式宴会服务	267
六、宴会的促销	274
附录:宴会服务标准作业程序	277
第八章 餐饮产品和推销	283
一、产品推销的基本要求	283
餐厅产品推销要让顾客满意	283
二、餐饮业与广告的联姻	286
大众传播媒介广告	286
户外广告	288
直接邮寄广告	288
走出广告的误区	289
餐饮业公关谋略	297
三、餐饮推销形式	300
人员推销	301
餐饮广告	304
宣传推销	304
餐厅推销方法	305
推销活动	309
四、产品推销的程序	312
人员推销的程序	312
餐饮广告的筹划程序	314
第九章 餐饮服务的信息化与现代化	325
一、餐饮业的信息化的	325

计算机化作业流程·····	325
服务人员所用的自动化设备·····	328
计算机化管理·····	329
二、餐饮业信息化成功的关键·····	334
餐饮业计算机化失败原因·····	334
餐饮业计算机化成功的关键·····	335
 附录一 餐饮服务英语·····	 337
礼仪英语·····	337
服务英语·····	337
常用词·····	338
 附录二 餐饮服务质量通用标准·····	 345

第一章 餐饮服务概论

您了解饮食服务业吗？

中国有句古话“民以食为天”，餐饮业的发展可有其悠久的历史。在商代就有了“肆”，相传姜太公也曾“负饭于朝歌”，“卖饮于孟津”。到了秦汉时期，饮食市场更是日趋活跃，屠败、沽酒、卖饼、斗鸡、蹴口等餐饮游乐业已遍布大江南北。唐朝时“夹路列店肆，待客酒撰丰溢，以供商旅”，到了宋辽金元，更是“集四海之珍奇，皆归市易，会寰区之异味，悉在庖厨”了。明清两代，“一客已开十丈筵，客客对列成肆市，”真是好不热闹。

据统计，至 1997 年底，我国餐饮业网点已达 250 多万家，从业人员达到了 710 万人。当城市的夜幕降临，万家灯火掩映着林立的各色餐馆之时，当小镇的宁静伴随着生意红红火火的餐馆之时，谁不为饮食服务业的蓬勃发展而惊叹呢！随着工作、生活节奏加快，家庭劳务社会化趋势越发明显，餐饮业中蕴含着巨大的商机，谁能把握要领，谁就独占鳌头。

餐饮业可不是简简单单地张罗个摊子，弄几样随手而来的小菜就得了。随着人民生活水平的提高，餐饮业越来越向追求高标准服务，提高科学管理方法，树立自身品牌方向发展。

在餐饮业中，“服务”的概念越发突显出来，追求高标准服务成为业内人士的共识。在北京随便走进一家小规模餐馆，都经过精心布置，桌椅摆放整齐并且风格统一。店家之所以会如此大费



周折,当然是市场的导向作用在其中发挥作用——消费者会选择服务设施好、价格又相对便宜的场所消费。中高档的餐馆更注重服务的档次与质量,以此来吸引目标客户群。

时尚,也是餐厅吸引人的关键,这里所谓的时尚包括空间、菜肴和气氛,进入餐厅可以看见流行的符号,亦即将视觉、味觉、听觉、嗅觉、触觉这五种知觉悉数呈现在餐厅里。眼、耳、鼻、舌、身,餐厅的“内在美”是全面的,它让你把感官享受放在一个时尚、美丽的空间完成。

餐饮服务包含了销售技能,不仅是销售菜肴和饮料等项目,而且是销售全部的经验给顾客。这地方的气氛、食物、酒水及特色服务,使顾客乐意再来,假如一个顾客离开餐厅时非常满意,想第二次再度光临,这代表全体职员的服务是成功的。

餐饮服务是一种亲切热忱的凸现,时时为客人着想,使客人有种宾至如归的感觉,它是餐厅的生命,更是餐厅主要的产品,因此我们必须了解服务的真谛,了解服务对餐厅的重要性,借以建立正确的餐饮服务概念。

一、餐饮服务的定义及范围

⇒ 餐饮服务的定义

所谓“服务”(service),它是一种态度,是一种想把事情做得更好的欲望,时时站在客人立场,设身处地为客人着想,及时去了解与提供客人的所需。

当客人在某家餐厅进餐后,若想再度光临,这就表示他曾受

到热忱的接待与欢迎,此现象就是所谓的“服务”了。大多数人前往餐厅用餐,其动机与目的很多,有些为商务,有些为宴请亲友,有些是为应酬的关系,尽管每人动机不一,但均有一共同意愿,即希望在安逸舒适的气氛下,享受一餐美食佳肴,这种情形也就是接受服务。

⇒ 餐饮服务的范围

当我们提及餐饮服务(food and beverage service),总认为是“一种供应食物和饮料的动作和方式”,其实这只是其最狭义的定义,如果我们能从顾客在用餐时的经验感受和专家学者对服务的观察,来讨论餐饮服务的真谛与范围,我们会发现真正的餐饮服务应不限于此。

著名的行销学家 P. Kotler 曾将服务定义为:“服务是一项活动或一项利益,由一方向另一方提供本质无形的物权转变。服务的产生,可与某一实体产品有关,也可能无关。”

由此可知,广义的餐饮服务,应非仅限于提供餐饮的纯熟技巧,纵观用餐场所的内外,各项设施皆应包括在服务的范围内。而这些构成进餐情境的因素还包括:

- 服务的技能和态度。
- 餐厅主要顾客的类型和水准。
- 餐厅的地理位置与交通网路。
- 内部的装潢与空间的布置。
- 服务设备(桌巾、餐巾、器皿等)的齐全和摆设。
- 景观的陪衬。

高品质餐饮服务所要达成的目标,就是要维护并尽量加强上



述六个因素。如此,有形的餐饮产品和无形的服务条件才能有效地配合,并建立“以合理的价位,提供高品质的享受。以亲切的态度,提供高水准的服务”的经营理念。

⇨ 餐饮服务的意义

一家餐厅的硬件固然十分重要,但是餐厅服务却直接与客人的感受相连。因而搞好餐饮服务对一家餐厅十分重要的意义。

对一家餐厅来说,通过餐饮服务使产品从生产阶段进入消费阶段,从而使客人消费产品,使餐厅的厨房进行再生产。无论是顾客在餐厅接受点菜服务、宴会服务,还是自助餐、快餐等,或多或少地表现出服务的这一功能。因此,就大多数餐厅而言,服务是完成这一转变的重要手段。餐饮服务的过程也是推销的过程。推销功能的发挥直接关系到餐馆的经济效益和服务效果。

对顾客而言,到餐馆点餐,其需求是多方面的,如生理需求、安全需求、尊重需求等等。随着人民生活水平的提高,消费者以产品为目标,进餐厅以服务、卫生、产品质量的优劣与否为满意度标准。20世纪90年代,人民生活水平有了很大提高,尤其是一部分人先富了起来。生活节奏的加快,工作压力的增大,人们进餐厅就餐,追求的是一种品尝、休闲、交友、沟通情感,对这部分人来说,个人情感的宣泄,服务质量的优劣成了满意度高低的衡量标准。只有通过良好的餐饮服务,礼貌、周到、热情地款待客人,才能满足客人的需求。

所以,餐厅只有不断提高服务人员的素质和服务水平,才能在市场经营中取得更好的效益;服务员也只有不断学习和创新,才能在这一行业中取得佳绩。

二、餐饮服务人员的素质要求

⇒ 服务人员的素质

我们看到许多服务人员能够受到顾客的喜爱,顾客很喜欢得到她(他)的服务,那你呢?你想过成为优秀的服务人员吗?那就看优秀的服务人员的素质吧!成功的服务人员的素质可以概括为两种——身体的及行为的。对于有抱负的服务人员,以下的说明可作为参考资料。

作为一个好的服务人员,你要注意,你给人最初的印象是来自于你的外表。要给别人好的印象,修饰对于服务人员是很重要的。工作时穿的制服,即便是女服务员的制服、小晚礼服或很具特色的服装都是专业化的标志,穿着时必须引以为傲。另外,一个修饰良好的人,总是让别人看起来很舒服的。衣服要合身,鞋子必须擦亮及维持良好的状况,并应保持你的日常修饰习惯。

一个真正专业的服务人员所必须具备的另一项重要特点,或许就是与人应对的能力。这项能使客人满意的能力不是任何装饰或知识所能取代的。要想做到这些不是很容易。

下面列出了餐饮服务行业的服务人员应该具备的特征。

1. 专注

服务人员必须随时清楚每一个餐桌的现状。谨慎观察用餐者的用餐进度是必要的,预先估计何时应再倒酒,何时餐具需要清理,或如何协调一些关系,这些都需要服务人员把注意力集中在手边的工作上。