

<<餐饮店就该这样管>>

图书基本信息

书名：<<餐饮店就该这样管>>

13位ISBN编号：9787301143674

10位ISBN编号：7301143672

出版时间：2008-11

出版时间：北京大学出版社

作者：王心广

页数：246

字数：253000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<餐饮店就该这样管>>

### 前言

在众多的餐饮管理书籍中，王心广的新书《餐饮店就该这样管》以其独特的案例、生动的情景、实用高效的管理方法，让我眼前一亮。

“好心情从迎宾部开始”“不要因为候餐而让你的客户走掉”“送客时不要再说‘先生慢走’”……一个个鲜活的服务案例串成的情景故事，像一道道鲜关无比的菜肴，从冷菜到热菜，从热菜到主食，款款而来，恰到好处地把餐厅服务中出现的各种各样的问题展现在读者的面前，仿佛带着管理者来到了餐厅里面，亲耳听到服务员的说话，亲眼看到服务员的操作一般。

而心广老师就像一个称职的餐饮店经理。

## <<餐饮店就该这样管>>

### 内容概要

本书是为餐饮业管理者量身打造的实用参考书，是解决餐饮店管理难题的制胜宝典，也是餐饮店管理人员的行动指南。

餐饮管理，千头万绪，琐碎芜杂；管理餐饮，殚精竭虑，鞠躬尽瘁。

本书浓缩作者十年培训实战精华，从餐饮店管理的实践出发，将错综复杂的餐饮店管理实务，提炼成40个至关重要的环节，用99个典型案例，再现餐饮管理的实情实景。

餐饮管理专家现场说法，有针对性地做出诊断，形成制度，设置流程，让广大餐饮管理者能够拿来就用，全方位提升管理效率。

你的餐饮店难管吗？

你的餐饮店挣不到钱吗？

你希望成为餐饮店管理的高手吗？

那么，请打开这本书，它将为你排忧解难，助你成功。

典型的情景，权威的诊断，实用的指导，本书将促使你的管理水平迅速升级，让你的店面利润迅速提升！

## <<餐饮店就该这样管>>

### 作者简介

王心广，中国特级餐饮管理师、特级餐饮培训师，北京时代光华特聘高级讲师，中国餐饮人俱乐部高级顾问，一尊实业（集团）有限公司董事长助理。

10年餐饮生涯中，负责开办运营及后期管理督导的餐饮店达到100家以上。先后被邀在全国50多个城市成功举办了餐饮专题公开课，内

## &lt;&lt;餐饮店就该这样管&gt;&gt;

## 书籍目录

- 推荐序一 推荐序二 第一章 如何做好迎宾部的工作 预定与迎客的管理 情景1：好心情从迎宾部开始  
情景2：迎宾员的信息沟通真的到位吗？  
情景3：不要以为客人在跟你开玩笑 情景4：谁偷走了迎宾员的微笑 候餐与返台的管理 情景5：  
：不要让你的客户因为候餐而跑掉 情景6：领班与迎宾员的沟通顺畅吗？  
送客与收尾的管理 情景7：餐饮服务要有始有终 情景8：送客时不要再说“先生慢走” 情景9：  
：送客时把你的祝福送给客人 值班与临时接待管理 情景10：餐厅的值班制度完善吗？  
情景11：值班时间到底如何处理私人电话 情景12：值班人，请管好餐厅的报刊栏 情景13：不  
能做主的别做主 情景14：不要让值班人把优秀人才挡在门外 第二章 如何完善服务部的流程 餐前准  
备环节 情景15：向麦当劳学习餐前准备 情景16：净、静、敬、精的服务要求 情景17：备料不  
足时，别轻易说出“这道菜卖完了” 情景18：两厘米，该不该挪 情景19：生日餐应该如何准备  
席间技能展示环节 情景20：新员工最基本的服务技能 情景21：为什么要多放一套餐具 情景22：  
：服务要真诚，特色展示也一样 情景23：三满三干净 情景24：给点烟也要给烟灰缸 情景25：  
把就餐特色表演出来 情景26：不是所有顾客都需要主动服务 席间上菜服务环节 情景27：一句话  
就让顾客笑 情景28：上菜时要了解当地的文化禁忌 情景29：练好自己的眼力见儿 情景30：服  
务很细致，打扰很频繁 返台与二次摆台 情景31：不要以为送不送小菜是你的权利 情景32：这肯  
定不是大厨掌勺的 情景33：别让台布赶走你的客人 收尾环节 情景34：垃圾桶里传来了手机声  
情景35：台布 拖布 情景36：夜班检查——隐患预防很有效 情景37：饭店用品可视化管理  
情景38：瓶盖到底要怎么管 第三章 如何提高服务部的工作技能 彻底消灭卫生死角 情景39：你的墙  
上有蛛网吗？  
把礼貌用语刻在心底 情景40：让新员工尽快进入角色 情景41：使用特色化的服务语言 行为也  
要有规范 情景42：小动作一点都不小 产品介绍有诀窍 情景43：都是特色菜，就是没有特色菜  
情景44：既是营养师也是服务员 仪表谈吐需得体 情景45：半小时的化妆带来更多的客源 情  
景46：尊重自己，别人就会尊重你 员工间的协调与合作 情景47：1+1>2 情景48：分工越细越好  
吗？  
情景49：员工也能救企业 客诉矛盾处理 情景50：客户投诉处理流程 情景51：顾客是来吃饭  
的，不是来投诉的 情景52：新店员惹恼了老顾客 第四章 如何保障收银台的准确性 收银台，准确高  
于一切 情景53：100-1=0 情景54：如果账单出了错 库存中的饮品管理 情景55：多了30瓶高档  
酒 情景56：顾客的存酒不见了 票款管理要谨慎 情景57：谨防恶意顾客换钱诈骗 情景58：赠  
券套现，贪污公款 情景59：摆正你的态度 第五章 如何打造极速的传菜部 “快”即是优质服务的一  
部分 情景60：1.8秒上道菜，你信吗？  
情景61：应该先催谁的菜 上菜服务需要万无一失 情景62：小印章解决大问题 稳是传菜部门的  
基本保证 情景63：多个环节用心，保证菜品质量 情景64：把每一道菜品都当成艺术品对待 第六  
章 如何做好厨政的管理 卫生是厨房起码的要求 情景65：让厨师长带头戴口罩 情景66：让厨房  
不再有苍蝇 情景67：换了个思路，变了个结果 情景68：请你打开厨房的门 标准是厨房遵循的尺  
度 情景69：标准保证好品质 情景70：利润也应该有标准 特色是厨房打造的目标 情景71：找  
到市场的夹缝 情景72：我要试试看，我想尝尝看 情景73：外炼特色，内抓管理 创新是经营追求  
的方向 情景74：给你的餐厅加个主题 情景75：创新要有升级思路 速度是厨房优秀的条件 情  
景76：你们上菜的速度够快吗？  
情景77：流程再造，提升速度 第七章 如何管理好餐饮店的卫生间 坚决杜绝厕所文化 情景78：  
别让厕所门板变成BBS 设施设备管理有方 情景79：不要让你的卫生间永远维修 情景80：在卫  
生间里放几本杂志 卫生与气味不容忽视 情景81：厕所里点香，是香是臭？  
客用品管理必须到位 情景82：你让我怎么用洗手间？  
第八章 如何做好后勤部的保障工作 采购部门的管理 情景83：不是什么钱都能挣到手 情景84：  
产品高质量，顾客未必买你的账 情景85：别等黄花菜都凉了 工程部门的管理 情景86：硬件功能  
是良好服务的首要条件 情景87：“P”牌让问题贴在脸上 库管部门的管理 情景88：生意好的餐

<<餐饮店就该这样管>>

厅也会有长了毛的辣椒酱 情景89：别让你的员工把餐巾纸当成福利 情景90：用4000元保障物品在库房中的存放 财务部门的管理 情景91：目标分解——经理请客之后拿奖金 情景92：流程设置——一个菜筐子少用1升水 情景93：成本控制——采购身上装两种烟 情景94：利润分析——我这个部门可以再减一个人第九章 做好员工的生活管理工作 员工的安全高于一切 情景95：别让悲剧发生在你的酒店 给员工一个干净的家 情景96：宿舍卫生很差，谁之过 给员工属于自己的时间 情景97：宿舍不是监狱 生搬硬套的制度不能要 情景98：今天刘海请假了 情景99：一个馒头引发的思考后记

## &lt;&lt;餐饮店就该这样管&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 如何做好迎宾部的工作 迎宾服务是餐厅给顾客提供的第一个服务项目。

迎宾部是餐厅为顾客服务的第一个环节，是每一位就餐顾客抵离餐厅的必经之地。

迎宾部的员工不像值台服务员，主要为自己负责的区域或包房的顾客服务，迎宾员几乎要为所有的顾客提供服务，所以说，优秀的或者素质较差的迎宾员的表现，会给顾客留下非常深刻的印象，也就直接影响着顾客对餐厅的评价。

有位酒店管理专家曾说：“一进酒店大堂，只要看一下员工的形象，再告诉我客房的数量，我就能大致评估出这家酒店的营业收入和利润。

”员工的形象直接反映着酒店的经营状况，如果宾客接触到的酒店从业人员都是仪表堂堂、彬彬有礼、精神焕发、富有朝气、充满活力，那么，宾客自然而然地会认为该酒店正处于兴旺发达的景况之中，会对酒店的服务增强信心，充满期待。

因此，顾客在酒店就餐的心情好坏与迎宾部工作的好坏是密不可分的。

顾客一进酒店，最先感觉到的就是员工的形象。

形象代表档次，档次决定价格，价格提高效益，这是一个连锁反应。

迎宾员良好的形象会为酒店产生积极的宣传效果，同时还可以弥补某些服务设施方面一时未能同步跟上的不足。

预定与迎客的管理情景1：好心情从迎宾部开始 情景描述 顾客在进入餐厅后，经常会看到下面一些情景：1.两排仪容仪表干净整齐的迎宾员；2.各种各样的产品推介牌；3.服务员在你眼前往返穿梭，却无人理会自己；4.悬挂在餐厅正中的奖牌与餐厅老板和名人的合影；5.迎宾区满满的候餐者；6.迎宾员在大声地喊着候餐顾客的号码；7.顾客在和主管说好话，希望尽快给自己安排一个位置；8.三三两两的管理人员说说笑笑，丝毫没有把顾客放在眼里；9.排队的人很多，大厅中的空台却一直没有人收拾；... ...专家诊断以上这些情景，饭店的管理人员和服务人员司空见惯，所以很可能不会有什么反应，会对这些情景视而不见。

然而，顾客看到这样的情景，会产生正反两种截然不同的反应，比如：1.看到了两排仪容仪表干净整齐的迎宾员：正：哇，这家店的服务员长得挺漂亮！

反：唉，没有经过正规培训，素质太差！

2.看到了各种各样的产品推介牌：正：哇，这家店的特色菜真多！

反：唉，没有一个家常的，还挺贵！

3.看到了服务员在你眼前往返穿梭，却无人理会自己：正：哇，这家店生意真好！

反：唉，服务员培训不到位，没礼貌，顾客来了也不知道招呼！

4.看到了悬挂在餐厅正中的奖牌以及餐厅老板和名人的合影：正：哇，这家店的评价不低啊！

反：唉，和他们的实际不符！

5.看到了迎宾区满满的候餐者：正：哇，这么多人排队，生意这么好，我一定要尝尝！

反：唉，管理太差，他比我来得还晚，怎么都到我前面安排就座了！

.....餐厅老板看到这样的情景，也会有正反两种反应：一是为自己餐馆拥有这么多顾客感到高兴，二是看到饭店迎宾部的工作不到位或无序工作而着急。

员工、老板、顾客，三者形成了一家餐厅的主体。

员工们会花更多的精力研究老板，因为在他们看来，工资是老板给的，必须关心老板对自己的评价。

而餐厅老板会更更多地考虑顾客的感受，只有顾客满意才有老板的财路。

而顾客更在乎员工怎么服务，酒店的声誉、收益，从某种程度上都表现在员工的服务上，所以员工的服务直接影响着酒店的综合管理水平，直接体现着酒店的服务水平。

酒店服务员的服务会给顾客留下最直接的印象。

管理升级对于一家酒店或者一家餐厅而言，不管其经营思路是什么样的，也不管投资多大，要想做大做强，其管理者就必须从顾客的角度考虑问题，从顾客的角度去审视自己的餐厅。

那些影响顾客就餐的服务行为，在餐饮店管理者看来，可能习以为常，也可能是所谓的酒店行规或“潜规则”的做法，而这些，却正好是酒店需要改进的地方。



## &lt;&lt;餐饮店就该这样管&gt;&gt;

如果不改进，就很可能成为束缚餐饮店发展的瓶颈。

作为酒店最先与顾客接触的迎宾员，更应从顾客的角度考虑问题，为顾客提供优质服务，千万不要觉得迎宾工作是一种简单而重复的工作，就因此而忽视它。

情景2：迎宾员的信息沟通真的到位吗？

情景描述这家餐厅有A、B和C三个迎宾员。

在酒店302包房就餐的王先生告诉迎宾员A，等一会儿会有一个姓刘的先生来找他，到时候请告诉刘先生某某银行的王先生在302包房。

A答应了。

过了一会儿，在A领着其他客人上房间时，刘先生来了，门口有B和C在。

刘先生问这两位迎宾员：“某某银行的王先生在这里，请问他在哪个房间？”

”B和C回答不知道。

刘先生只好站在门口打电话找王先生。

但他还不知道王先生的电话，还得通过另外一个人，才能找到王先生，这样就耽误了好多时间。

电话终于打通了，王先生下来接刘先生，正好这时A也回来了。

王先生就责怪A说：“我刚才不是跟你说了嘛，如果刘先生找我，告诉他在302房间。”

”迎宾员A说：“是啊，您是说了呀。

但是，我……”王先生非常生气，打断了她的话，批评了迎宾员两句以后，就请刘先生上楼了。

迎宾员A也就失去了向王先生解释的机会。

事情并没有结束。

就餐完毕，王先生送走刘先生后，没有去吧台结账，而是到迎宾部又开始批评迎宾员A：“我请的客人是我们的贵宾，他对我们的业务有多重要，你知道吗？”

你敢怠慢他，这就是不负责任！”

”领班过来，一个劲儿地道歉，王先生还是不依不饶。

最后，领班只好做出让步：“先生，不好意思，为了表示我们的诚意，今天的消费给您打八折。”

”王先生也算是好说话：“好吧，我就给你们一个改正错误的机会，打七折吧。”

”这个顾客算是走了。

专家诊断这件事显然让饭店蒙受了损失。

我们来分析一下，究竟是谁错了？

错在哪里？

第一，迎宾员要把自己的工作变成一个部门的工作。

当王先生把这个任务交给迎宾员A的时候，A没有把它写下来，也没有把这件事通知B和C，只是自己知道王先生交给她的工作，没有把它变成一个部门的工作，所以在她离开以后，就没有人知道这件事情。

第二，迎宾员之间要及时沟通。

当刘先生来找某某银行302房间王先生的时候，B和C虽然不知道这件事情，但应该通过电话或者对讲机等联系方式问一下A，及时沟通情况，就能解决这个问题。

第三，要做服务补偿工作。

比如，当王先生生气之后，在就餐的过程中，迎宾员A、B、C可以到王先生的包间里去敬酒；如果能够及时和领班沟通信息，也可由领班到包间里给王先生或者刘先生敬杯酒，做一下服务失误的补偿，那么后来的事就不会发生。

第四，当客人走的时候迎宾员或者领班也只是以打折来应对这件事，并没有把王先生的电话号码、单位、地址记下来以便去做以后的回访，让这个投诉的顾客，变成饭店的回头客。

管理升级那么，迎宾部的管理，如何避免因为信息沟通不畅而引发的顾客投诉事件呢？

这就需要饭店设立一个流程，要求迎宾部门做到：第一步，接待登记；第二步，传达通报；第三步，某一个员工实施执行；第四步，通报汇报，信息解除。

通过这个流程把某一个员工的工作变成一个部门的工作，让部门的每一个员工都知道。

情景3：不要以为客人在跟你开玩笑情景描述一桌客人在某家餐厅就餐，由于菜品、服务、卫生、环



## <<餐饮店就该这样管>>

境都还不错，所以在服务的过程中，其中一位顾客对迎宾员说：“晚上我还来这里吃饭，还在这个包间。”

”迎宾员答应了。

晚上，这位顾客带着朋友来到了这家餐厅，径直走到预定的包间，推门一看，发现已有其他客人在此用餐，于是一场争执开始了。

顾客：“我中午已经预定了，为什么没有给我留包间？”

”迎宾员：“我以为你中午是在开玩笑。”

”顾客：“谁在跟你开玩笑？”

我就是在订餐！

”最后经过经理的协调，总算为这位客人另外安排了一个包间。

专家诊断餐厅房间预定一般由迎宾部部长或咨客预订，有些餐厅由销售部预定，还有些大型餐饮连锁机构由总部预定中心统一预订。

当顾客在出门时跟迎宾员或者在房间里跟服务员提出预订要求时，由于说话的方式、语气或者当时气氛的关系，服务员有时候会把这种预订当成玩笑。

这种做法是非常错误的。

作为一个服务员，面对客人提出的要求，无论是在什么情况下，以何种语气表达，都应该在顾客离开饭店前予以确认，以免造成以上误会。

还有一些服务人员，不敢正面跟顾客交流，顾客说的什么都没有听清楚，也不敢问，只是一味地答应，答应了什么他自己也不清楚。

自然，这些服务人员也不能满足顾客的要求，直接的结果是造成顾客的投诉，间接的结果就是影响饭店的生意。

管理升级在饭店服务的过程中，类似情况很多，比如顾客说“我认识你们老板”，服务员不能像没有听见一样，或者没有任何表示，这会让顾客很没有面子。

再比如，顾客说“你们这道菜很好吃”，服务人员也同样要予以回应。

优秀的服务员能够辨别顾客说的哪些话是玩笑话，哪些话是正常的要求。

饭店的服务人员，会遇到各种各样的顾客，无论遇到什么情况，我们必须保持不卑不亢的心态，始终以一种乐观积极的态度面对，把所有的顾客都想象成绅士，千万不能把任何一个顾客当成自己的敌人。

情景4：谁偷走了迎宾员的微笑情景描述在服务的过程中，一些饭店服务人员不能把微笑常挂脸上，有些甚至愁眉苦脸，说话带气，跟谁说话都爱理不理的。

如果带着这样的表情服务，即使我们的酒水斟倒得很标准，动作很规范，也不会让顾客感到满意，甚至会直接影响到顾客进餐的心情。

专家诊断服务行业，态度决定一切，而态度具体体现在三个方面：1.神态；2.微笑；3.姿态。

其中，最为重要、作用最明显的是微笑。

对一个服务人员来说，养成微笑的习惯非常关键。

习惯一旦形成，就会成为无意识的、不受人的理智所支配的一种本能，只要遇到相应情况，就会毫不费力地、下意识地表现出来。

例如，一个习惯了待人接物有礼貌的人，在交际场合遇到他人时，就会不假思索、主动热情地向对方问好；当不慎碰了别人时，就会自然说声“对不起”；归还别人物品时，就会说声“麻烦您了”“谢谢”等。

而当一个饭店的服务人员养成了“微笑”的良好习惯之后，对顾客微笑就成为服务员的一种本能。

当顾客的心理需要得到满足时，就感到精神愉快。

因此，服务员保持温暖真诚的微笑，就成为一种随时随地的行为。

这既是社会的需要，也是餐厅服务的需要，更是服务人员自身的需要；既是尊重他人，也是一种自尊。

管理升级微笑，是一个良性循环圈。

饭店服务的目的是让顾客笑，让他们在这里愉快地消费；要想让顾客笑，饭店的员工必须先对顾客笑。

## <<餐饮店就该这样管>>

；而要让员工笑，管理人员必须先对员工笑；要让管理人员笑，老板必须对管理人员笑；要让老板笑，必须看到顾客笑。

所以，微笑能够让所有的人受益。

候餐与返台的管理情景5：不要让你的客户因为候餐而跑掉情景描述一家四川火锅餐厅，在全国已开设100余家连锁店，无论哪个地方的连锁店，生意都很火爆。

其成功的原因是什么呢？

就因为其成功营造了“餐餐满”的候餐效果。

为了营造“餐餐满”的候餐效果，这家店在顾客尚未满座的情况下，会预留一部分餐台作为留座假象来制造候餐氛围，借机增加各种候餐服务以留住顾客并赢得口碑。

在候餐的队伍中若有顾客因候餐时间太长欲离开时，便会有咨客前来挽留并承诺5分钟内安排就座。

专家诊断火锅店不像高档中餐或海鲜酒楼消费那么高，属于大众消费。

这样的餐厅，要想赢得更多利润，就要尽量扩大接待顾客的数量，正所谓“薄利多销”。

一方面，店面的台位要设计得比较多，好容纳很多人；另一方面，就是尽可能地多返台。

上述情景中提到的餐厅，很清楚自己的经营特色和优势所在，把候餐服务进一步发展为自己的特色服务。

候餐服务相当重要，从餐厅角度考虑，留住一桌顾客，就可以多创造一些利润；从顾客角度考虑，就餐高峰交通堵塞，好不容易找到了车位，把车停好，顾客一般是宁愿等一会儿也不愿意再找别的饭店。

在顾客等餐位的过程中，如何把顾客留住，就是餐厅管理者应该考虑的问题了。

要把顾客留住，就得提供好的服务，就要想办法让顾客不无聊，还要让顾客觉得候餐这会儿等得“值”。

很多饭店在顾客候餐服务上出新招、出奇招，以留住顾客。

上述案例中的火锅店，就是其中做得比较好的。

他们采取的营造候餐氛围的做法，会让顾客产生以下印象：这里生意很好，要相信大多数人的选择，从而在这里就餐。

这里的服务很好，让顾客候餐都做得这么好，对餐厅的综合评价分数进一步增加。

预留一些位置，在上客高峰期可以作适当的调整，给服务留有足够的空间。

管理升级要提供或模仿这样的服务方式，必须有以下几个条件做保障：1.餐饮店生意没有问题。

如果本来上座率就不到50%，还去做这个，那只会赶走现在的顾客。

2.候餐服务很有特色，让顾客觉得值；3.候餐的时间不宜过长；4.有专人关注候餐顾客的情绪，随时做出调整，安排就座。

5.预留的位置尽可能相对集中，这样便于调整服务。

6.预留的位置尽可能相对靠后一些，即距离顾客入口处远一些。

## <<餐饮店就该这样管>>

### 后记

《餐饮店就该这样管》终于和大家见面了。  
这本书从开始动笔到现在10个多月了，最初是针对自己在10年的餐饮管理中反复出现的一些问题而写的，书名初定为《餐饮管理抓反复，反复抓》。  
书中大量的素材都是在自己的实际工作中发生的，再结合一些业内权威管理案例，遴选出99个典型情景，将决定餐饮店效益的关键问题通过案例的形式来进行分析、诊断，最终给出读者一些解决问题的方法，希望能够给广大餐饮管理者同行一定的启迪和帮助。  
这本书的出版，首先要感谢我的团队。

## <<餐饮店就该这样管>>

### 媒体关注与评论

这本书和以往看到的餐饮书籍有很大的不同，鲜活的案例和精辟的分析，让我眼前一亮。我喜欢这本书，相信广大的餐饮同行一定会更加喜欢。

——中国烹饪大师、顺峰餐饮公司原常务副总严谨 本书可谓是餐饮行业的MBA教程，书中案例情景之丰富，分析角度之具体，消费者、管理者与餐厅服务人员互动之充分，都展示了近几年餐饮行业的细节管理和人本思想，值得每个餐饮从业人士品味。

——中国饭统网CEO臧力 这本书描述、分析在餐厅中发生的各种情景，并从理论高度上对它们进行诊断，帮助餐饮管理人员分析案例背后的管理漏洞，从而找到规避问题发生的多种方法，值得一看。

——北京禹午京尊餐饮有限公司总经理李自宏 心广在一尊实业已经有10年了，从一尊的诞生到发展至今，他做过培训老师、策划总监、服务总监、人力总监、董事长助理，但大家仍叫他王老师，因为他专业，因为他知识渊博。

如今他将多年经验出版成书，让更多的人分享他的思想，实为餐饮界一件喜事，值得祝贺。

——一尊实业（集团）有限公司董事长曹万勤 可以用两句话来概括这本书：以餐饮智慧构筑智慧餐饮，用实践技巧实现效益突破。

——中国烹饪协会专家委员会委员、陕西省烹饪协会副会长王喜庆 这本书道出了经营餐饮业的一个核心理念——餐饮管理要“以人为本”。

——陕西省委原秘书长、陕西省烹饪协会特邀顾问何金铭 这本书融会众家餐饮店成功的管理经验，从实战出发，声情并茂地阐述了餐饮店管理的方方面面，为餐饮行业的管理者打开了一扇学习的窗口。

——青岛摸错门饮食文化有限公司董事长刘传涛

## <<餐饮店就该这样管>>

### 编辑推荐

《餐饮店就该这样管》是王心广先生多年来从事餐饮管理的经验和心得。书中的许多观念和案例，对餐饮业提升服务水平、培养忠诚顾客、创造稳定持续的餐饮品牌等方面，提供了有益的帮助和借鉴。同时，《餐饮店就该这样管》也是餐饮经营管理者、餐饮从业人员和餐饮研究者了解餐饮经营、了解服务管理不可缺少的工具书和教材。

<<餐饮店就该这样管>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>