

<<海底捞能捞多久>>

图书基本信息

书名：<<海底捞能捞多久>>

13位ISBN编号：9787506043007

10位ISBN编号：7506043009

出版时间：2011-10

出版时间：东方出版社

作者：陈禹安

页数：160

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>

<<海底捞能捞多久>>

内容概要

海底捞火锅连锁全国也不超过百家，为何会吸引如此大量的关注，对顾客有这样的吸引魔力？

陈禹安提出了海底捞的三大悖论。

复制悖论：为什么海底捞没有确立标准化（高度同质化）的制度与流程，却能够复制成功？

激情悖论：为什么海底捞的员工能够激情四溢、乐此不疲地去对待一份单调、繁琐、强度巨大的工作，甚至为了捍卫门店的利益而奋不顾身？

人治悖论：为什么海底捞近乎奇迹般的成功能建立在广被诟病的人治基础之上，而和我们惯常认为的科学管理背道而驰？

作者详细分析了海底捞的缘起和火爆，探索它成功的奥秘，并对它的未来进行了预测。

的海底捞火锅连锁全国也不超过百家，为何会吸引如此大量的关注，对顾客有这样的吸引魔力？

陈禹安提出了海底捞的三大悖论。

复制悖论：为什么海底捞没有确立标准化（高度同质化）的制度与流程，却能够复制成功？

激情悖论：为什么海底捞的员工能够激情四溢、乐此不疲地去对待一份单调、繁琐、强度巨大的工作，甚至为了捍卫门店的利益而奋不顾身？

人治悖论：为什么海底捞近乎奇迹般的成功能建立在广被诟病的人治基础之上，而和我们惯常认为的科学管理背道而驰？

作者详细分析了海底捞的缘起和火爆，探索它成功的奥秘，并对它的未来进行了预测。

- 1、本书主题是时下大热的“海底捞”火锅连锁，尤其是有大量的网络关注，非常有利于宣传。
- 2、作者不但重点分析了海底捞的发展、成长和火爆原因，还用大量篇幅分析了小肥羊、麦当劳、东方既白等知名餐饮连锁的发展之路，既有趣味性，又能吸引很多相关读者和餐饮业管理人员的重视。
- 3、本书的写作既有经管类作品的严谨，也穿插了很多心理学方面的剖析，同时引用了许多生动的真实故事和网络内容，读起来绝不乏味。

<<海底捞能捞多久>>

作者简介

陈禹安，管理学硕士、法律本科、工学学士（石油储运专业、给排水专业），曾赴日本全面考察研修日本经济、社会状况，重点了解日本媒体行业，先后考察了NHK、朝日新闻、富士电视台、岐阜日报、岐阜放送（电视台）、福井日报、福井放送、街角电台等各类媒体。
《每日商报》编委、《她他周刊》主编。

陈禹安是心理说史首创者，心理学经营管理专家，代表作品《心理三国》三部曲（包括《心理关羽》、《心理诸葛》、《心理曹操》）由三国秦汉史专家张大可先生作序推荐，于2010年出版。
其他作品有：《麦当劳悖论》、《如何成为带头大哥——金庸武侠管理学》、《如何管好韦小宝——鹿鼎记领导启示录》、《巧辩不如攻心——三国的说法智慧》等。

<<海底捞能捞多久>>

书籍目录

第一章 海底捞悖论

大象涌进蚂蚁窝
东方既白何时白
海底捞的三大悖论

第二章 定性与定量的分野

并不完美的扩张
复制的悖论
西式餐饮也没那么简单
麦当劳的成功之道
定性与定量的分野
极致的量化
极端复杂的中式餐饮
小肥羊的成功之道
火锅胜经五要素
海底捞的成功秘诀

第三章 激情的源泉

“变态”的服务
顾客的感受与评价
两个商业机密
海底捞的苦与累
激情的悖论
激情的燃点
海底捞的“燃料”
激情的秘诀

第四章 人治的胜利

开除、提拔、师徒制与责骂管理
科学管理溯源
管理的一般原则
对科学管理的误解
人治背后的心理学原理
分工负效应的消除

第五章 三大悖论的逻辑关联

正向的循环
津工超市的“预期策略”
逆向的循环

第六章 预期的转变

服务员的“预期”
抱怨的滋生
抱怨之后的迁怒
大学生的“预期”
外面的诱惑
制度化“扼杀”预期

第七章 信任的畸化

服务的创新与退化
个体性滥用信任

<<海底捞能捞多久>>

“钓鱼式”执法
制度性滥用信任
失去员工的信任
失去顾客信任
承诺与食言
顾客的滥用信任
第八章 海底捞猜想
梅特卡菲魔咒
官僚化倾向与匿名者效应
复制的关键
制度化的弊端
把店开到美国去

<<海底捞能捞多久>>

章节摘录

张钢的做法当然是效仿四川火锅“不蘸小料”的做法。

千百年来，羊肉火锅都是采用清汤涮肉，再将涮熟的羊肉蘸上小料来吃。

但是，这种传统吃法存在着中式餐饮固有的复杂性。

小料的配料包括麻酱、虾油、腐乳、韭菜花等多种成分，具体口味则要看配料厨师的手艺。

所以，涮火锅口味的好坏直接取决于这个配料厨师的水准。

但即便同一个厨师的配料质量也不能保持恒定。

而四川火锅的做法则提供了一种截然不同的创新思路。

这一创新体现在取消了蘸肉用的小料，转而在清汤中加入配好口味的底料。

这一做法与麦当劳当年取消厨师（详见上文）有异曲同工之妙。

这既是一种对操作流程的简化，也更便于标准化，因为火锅底料在研制成功后，就可以批量化工业生产，也就能保证口味的一致性。

从而，火锅成败的关键就取决于火锅底料的调配上。

于是，张钢和几位亲属就不厌其烦地投入了对火锅底料的研发试验中。

张钢后来在接受采访时曾经回忆过这段经历：“（当时）我们家有一个大桌子，专门用来涮火锅。

那段时间，我身边的朋友几乎都来吃过小肥羊的火锅。

”火锅底料研发成功后，小肥羊立即开张，果然一鸣惊人。

2002年11月，小肥羊火锅高新店落户成都，向曾经的效仿对象四川火锅发起挑战，这个门店取得了单日收入最高17万元的惊人纪录。

小肥羊的成功秘诀和麦当劳、肯德基的成功秘诀是不一样的。

麦当劳、肯德基们复制的是流程，而小肥羊复制的是口味。

麦当劳、肯德基不是不注重口味，但他们对口味的把控也是置于极致的量化标准之下的。

只要确保了流程的量化执行，口味就一定能够无偏差地复制出来。

但是，小肥羊这样的中式餐饮，除了口味之外，很难在其他的环节达到极致的量化。

而且，就连口味，也没有强求极致的量化。

这正是中西式快餐连锁的区别所在。

小肥羊的成功告诉我们，火锅业也许是中式餐饮中最适合、也是最有可能大规模连锁经营的品类。

火锅胜经五要素 为什么这样说呢？

第一，火锅解决了厨师不可复制的瓶颈。

这是制约中式餐饮大规模扩张的最大因素。

而火锅底料的各种原料配伍一旦研发成功后，就可以大规模生产而不走样，就像肯德基的炸鸡配方、可口可乐的配方一样。

第二，火锅的烹饪方式——涮，是对纷繁复杂、变化无穷的中式菜肴的一种大幅度简化。

在传统的方式下，不同的食材必须有相应的烹饪方式来操作才能够味尽其极。

但面对火锅，几乎任何食材都可以经由“涮”这种简单的方式而得以完成。

第三，火锅的烹饪方式能够确保鲜美可口。

首先，精心调配而成的底料为火锅提供了一种基底的口味基础。

其次，火锅的基本操作方式是“涮”。

所谓“涮”，就是在清汤或高汤中将各种食材一一放入烫熟或煮熟。

这种烹饪方式能够带来必然的鲜味。

鲜从何来呢？

知名科普作家方舟子在一篇题为《我们为什么觉得食物味道鲜美》的博文中很好地解释了这一问题。

我们能感受到食物的味道，是因为食物中的化学分子刺激了味蕾感受器，这些感受器主要集中在舌头上。

<<海底捞能捞多久>>

就像无数种颜色都可以分解成三种原色的不同组合，无数种味道也可以分解成几种基本味道的组合。

.....

<<海底捞能捞多久>>

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>