

<<肯德基餐饮方法>>

图书基本信息

书名：<<肯德基餐饮方法>>

13位ISBN编号：9787545406177

10位ISBN编号：7545406176

出版时间：2010-10

出版时间：广东经济

作者：李书婷//吴昊

页数：190

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>

<<肯德基餐饮方法>>

前言

对餐饮业来说，哪里有人，哪里就有市场。

早在1985年，时任肯德基总经理的迈耶，就对世界人口第一，蕴涵着无限潜力的中国市场产生了浓厚的兴趣，萌生了开发中国的念头。

在经过与中国市场相似的新加坡市场试水之后，1987年11月12日，肯德基在北京前门开设了在中国的第一家餐厅。

从1987到2004年，差不多花费了17年的时间，肯德基在中国开了1000家餐厅。

面对“宿敌”麦当劳咄咄逼人的攻势，肯德基所属百胜集团的发展策略俨然是：退守欧美，“押宝”中国。

因此，在2004年后的6年时间，肯德基新开了2000家。

2010年6月1日，肯德基中国内地第3000家餐厅在上海开业，至此，肯德基在中国大陆的门店已遍及除西藏之外的30个省市自治区的500余个城市。

它演绎了一种美国速度，更演绎了一个关于标准化的发展神话。

在中国，肯德基的市场占有率已经大大超过麦当劳，中国市场已经成为肯德基压倒性对抗麦当劳的“大本营”。

正是依赖在中国的这一策略，百胜2009年美国本土营业利润出现高达23%下滑的同时，整体营业利润反增长5%，达到15.9亿美元。

肯德基在中国20多年的成功，其背后值得探讨的东西有很多。

但有一点是普通百姓都知道的秘诀，那就是他们不断地实行“变脸”，无论是店面的装饰风格还是食品的种类。

大多数跨国公司来到中国，是复制在全球的模式，肯德基所属的餐饮集团百胜要打造中国消费者需要的品牌。

肯德基甚至确立了“立足中国、融入生活”的总策略。

1987年肯德基进入北京，当时肯德基只有8种产品，大多是从美国引进的传统产品；但是在二十多年的时间里，肯德基不断扩充菜单，逐渐走出洋快餐传统老三样——汉堡、炸鸡和薯条的老路。

现在肯德基已有52种产品，其中有很多产品都是为了中国的消费者开发的。

虽然快餐业并不涉及特殊的高新技术，但要不断推新品，这涉及协调一个个复杂的、相关的系统。

<<肯德基餐饮方法>>

内容概要

肯德基在中国20多年的成功，其背后值得探讨的东西有很多。

但有一点是普通百姓都知道的秘诀，那就是他们不断地实行“变脸”，无论是店面的装饰风格还是食品的种类。

大多数跨国公司来到中国，是复制在全球的模式，肯德基所属的餐饮集团百胜要打造中国消费者需要的品牌。

肯德基甚至确立了“立足中国、融入生活”的总策略。

本书深度挖掘肯德基内部经营管理标准化的各个方面，系统而详尽地剖析和总结了肯德基取得成功的关键所在。

本书既可作为标准化作业的管理教程，也可作为餐饮企业细节化管理的培训、学习用教材或参考。

该书在写作过程时查阅、参考了与肯德基有关的报纸杂志文章、资料及图书作品，从中借鉴了许多对本书写作非常有价值的观点及案例，因此，可以说《肯德基餐饮方法》一书是众人智慧的结晶。

<<肯德基餐饮方法>>

书籍目录

第1章 标准化的核心理念 全程细节标准化 为中国而改变 本土化的运作方式 定位家庭目标市场 “为顾客疯狂” 发挥集团优势第2章 CHAMPS——标准化服务的核心理念 C：环境整洁优雅 H：接待真诚友善 A：供应准确无误 M：设备优良统一 P：产品高质稳定 S：服务快速迅捷第3章 特许经营标准化 肯德基特许经营的开端 不从零开始经营 精挑细选加盟商 限定加盟地区 收取加盟费 对加盟商进行培训第4章 “新快餐”的行业标准化 定位“烹鸡专家” 不断更新产品品种 盯上早餐市场 推出更健康的快餐 推出新套餐 实施食品安全全面管理第5章 品牌标准化 标准化的CIS设计 店址选择标准化 将店址布局更加广泛 品牌宣传 妙用价格策略 肯德基的促销方法第6章 管理标准化 标准化的激励方式 低要求人员招募 群策群力、共赴卓越 员工基本管理 餐厅经理第一 施行“神秘顾客”制度 管理实现信息化第7章 员工培训标准化 多维培训方式 餐厅员工岗位基础培训 餐厅管理技能培训 职能部门专业培训第8章 供应链标准化 供应商本土化 供应商星级评估 提供技术支持 实现“链式共荣” 依托强大的物流支持 物流流程标准化 实施多温配送 规划动态路线 部分物流外包第9章 异常状况不忘标准化 主动、坦诚面对媒体 向公众传递信心 主动采取措施 使用可替代产品 调整营销策略 未雨绸缪，积极准备 总结经验教训第10章 肯德基的亚洲扩张 在中国大陆 在日本市场 在中国香港市场 在中国台湾市场参考文献后记

<<肯德基餐饮方法>>

章节摘录

原材料选择标准化肯德基的非常详尽且可操作性极强的细节化典范——“冠军计划”，不仅仅是肯德基的行为规范，更是整个企业的长远发展战略。

从“冠军计划”中可以看出，肯德基煞费心机地在细节上运用科学手段，如，肉鸡的大小要合乎标准，于是“分鸡磅”将体重为1.13~1.23千克的鸡挑选出来，然后由电脑控制的机器把肉鸡切成大小都有标准的九块。

装修设计标准化在肯德基，顾客就餐的坐椅也有讲究，不但要让人坐着舒适，又把靠背设计成硬而微矮，以避免顾客坐的时间过长。

从肯德基店门看，统一的店面设计，永远是那个和蔼可亲、笑容可掬的老头迎接你，这是这家美国百年企业的标志系统。

看到这个老头，就会让你感觉到肯德基的宾至如归。

到了肯德基的门口，它的排水沟与众不同，有两道防线，尽管门口在低洼处，但绝不会让雨水涌入店中。

店门口，门外面贴的是“拉”字，里面贴的是“推”字，两重门，依次推开，原来不明白为何这样设计，冬天风大，好多商场内部开始增加门斗，才发现原来这样的门斗设计就是为了防风保温，而且还方便顾客提着食品出门。

进入店内，没有人冲你一遍一遍地说你好，也没有人上前搭讪，犹如进入食品超市，少了拘束，多了自由。

里面的员工个个穿着短袖工作衫，尽管在隆冬时节，仍然精神焕发、如沐春风，丝毫没有寒意。

这就让人觉得奇怪了，我们穿着厚厚的冬衣，并不觉得燥热，他们穿着夏天的衣服，也不觉得寒冷，四季如春在肯德基似乎成了最自然不过的一种状态。

中国肯德基餐厅室内、室外设计因不同的餐厅规模、位置、顾客对象而采取不同的设计规格是另一个“因地制宜”的例子。

比如，一家坐落在儿童众多的居民区的肯德基餐厅在设计时就一定会有“儿童区”作为儿童生日餐会及其他儿童活动的区域，另外还会设计儿童游乐区，包括各式各样的玩具设备如滑梯等；而落在大城市办公区的餐厅则在设计时会更注意柔和的色彩、摩登的形象、宽敞的空间等。

<<肯德基餐饮方法>>

后记

《肯德基餐饮方法》在写作过程时查阅、参考了与肯德基有关的报纸杂志文章、资料及图书作品，从中借鉴了许多对本书写作非常有价值的观点及案例，因此，可以说《肯德基餐饮方法》一书是众人智慧的结晶。

然而，由于《肯德基餐饮方法》查阅的资料来源过于广泛，及时间仓促等原因，部分文献资料未能（正确）注明来源及联系该文献资料的版权拥有者并向其支付稿酬，我们衷心的希望相关版权拥有者见到本声明后及时与我们取得联系，我们都将按国家有关规定向版权拥有者支付稿酬。

在此，深深表示歉意与感谢。

同时，由于作者水平有限，《肯德基餐饮方法》一书内容难免有不足之处，诚请广大读者及肯德基研究专家与学者指正。

另外，感谢秦子茹、符仕文、林雄佳、林泽娇、符华玲、王龙栋、符英妹、张吴慧玲、曾群英、詹育云、赵功松、红芬、张松吉、赵才明、李兴贵、赵斌斌、钟卫、周治明、符玉将、符心风、钟玉舟、梁进平、符星深、陈石良、王永健、符成、唐永评、文武各、庄照云卢强贵、汤美荣、汤少平、汤正吉、赵永征、陈圣凯等人参与编写此书并付出的辛勤劳动。

<<肯德基餐饮方法>>

编辑推荐

《肯德基餐饮方法》是解密连锁标杆企业丛书之一。

<<肯德基餐饮方法>>

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>