

<<海底捞你学得会>>

图书基本信息

书名：<<海底捞你学得会>>

13位ISBN编号：9787115262073

10位ISBN编号：7115262071

出版时间：2011-8

出版时间：人民邮电出版社

作者：杨铁锋

页数：184

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>

<<海底捞你学得会>>

前言

我写海底捞 今年五月初的时候，有朋友告诉我书店有了一本新书，书名是《海底捞你学不会》，大家很感兴趣，觉得从这本书里能够受到很多启发。

于是，我赶到北京西单图书大厦买了一本黄铁鹰先生写的《海底捞你学不会》，回到办公室便急切地读了起来。

应该说，《海底捞你学不会》这本书文笔流畅，构思巧妙，很好地反映了以海底捞人为代表的餐饮人的生活现状，生动地描绘了海底捞人的喜怒哀乐，刻画了海底捞员工在老板张勇的带领下，不畏艰辛用双手改变命运的心路历程和创业轨迹，读来让人为之感动。

但是，正如黄铁鹰先生所说，按照《海底捞你学不会》的视角，海底捞是无法让其他人学会的。因为，这本书关注的是员工的感受，而对于方法的解析几近于零。

所以，学不会在所难免。

我所从事的工作是餐饮咨询和运营培训，日常的工作内容也是帮助餐饮企业调整模式、制定战略、改善经营、规范管理、植入文化和塑造品牌。

所以，在阅读《海底捞你学不会》的过程中，很快便产生了一种想法：应该写一本《海底捞你学得会》，解析海底捞模式，破译海底捞的成功密码，总结海底捞发展的因果关系，让更多的人能够领会海底捞的经营精髓，学得会海底捞的经营方法，为企业创造更多的财富。

当我把这个想法讲给《东方美食》杂志社刘广伟社长时，得到了他的充分肯定，认为这个想法非常好，海底捞能够学得会！

应按照这个想法尽快成书。

他即表态可以安排《东方美食》旗下的《餐饮经理人》杂志从2001年8月份开始，专门设立一个专栏讨论海底捞现象，连续刊载《海底捞你学得会》。

于是，从5月23日开始，我着手写《海底捞你学得会》。

其实，我对于海底捞的关注已经有三年多的时间，期间搜集过海底捞的一些资料，与同行们在不同场合也进行过相关的交流，所以写起来比较顺畅。

6月26日初稿完成，从动笔到完稿，竟然仅仅用了35天。

也许是感受颇多，也许是目的清晰，整个写作过程是在一种亢奋和快乐中度过的。

在我的眼前、在我的脑海里、在我的笔下，海底捞的一切似乎都是我曾经的过去和即将迎接的未来，我知道结果，于是去寻找原因，再用这个原因去推证结果。

在这样反复的研磨下悄然成书。

我把这本书的一些观点整理出一篇文章寄给素以文风严谨的《哈佛商业评论》（中文版），素不相识的编辑回复道：“编辑部对您的文章进行了讨论，大家一致认可您的观点确有独到之处，给大家提供了另一个了解海底捞成功的角度，近期即可刊用。

”我感到很欣慰。

毕竟，有了专业媒体的认同，我的努力没有白费。

人性的光辉是伟大的。

张勇的智慧和善良创造了海底捞，海底捞也用揽金夺银的能力回报张勇。

这就是因果。

栽什么树苗结什么果，撒什么种子开什么花，还真是有道理。

杨铁锋 2011年7月于北京

<<海底捞你学得会>>

内容概要

近年来，随着海底捞火锅店在经营上取得的巨大成功，海底捞现象已经在企业界具有广泛影响，国内外很多企业都把如何复制海底捞模式当做重要课题来研究。

海底捞现象的本质是什么？

海底捞靠什么在经营中赢得顾客、赢得员工？

杨铁锋编著的《海底捞你学得会》从破解海底捞火锅店的经营管理方法入手，把海底捞的经营系统拆解成八大板块进行透彻研究，从中总结出企业成功的规律性法则，再结合现代企业运营理论，给出企业能够快速学习、马上能用的实施方法，帮助广大企业走上健康发展之路。

《海底捞你学得会》适合广大企业管理者、经营管理理论研究者及高等院校相关专业师生阅读。

<<海底捞你学得会>>

作者简介

杨铁锋，北京津之道餐饮管理有限公司首席顾问。

2000年开始专业从事餐饮咨询和培训工作，曾为300多家餐饮企业提供过经营定位、模式创新、特色塑造、品牌提升、营销推广、流程再造等管理咨询服务。

近年来，多个餐饮成功运营案例和实战经验被《餐饮经理人》、《餐饮世界》、《易餐》、《餐营者》等杂志刊用，并在国内多个餐饮行业高峰论坛讲授过《餐饮创富系统解决方案》、《餐饮组织系统解决方案》、《20天让餐饮火爆》等课程。

<<海底捞你学得会>>

书籍目录

- 第一章 商业模式: 只比别人高一点
 - 海底捞经营的真功夫
 - 经营者的理念是关键
 - 关于商业模式
 - 模式创新你学得会
- 第二章 定位在青年白领
 - 满足顾客需求
 - 海底捞的定位
 - 为青年白领服务
 - 不是第一, 就是唯一
 - 找准服务对象你学得会
- 第三章 商品: 卖出不同的感觉
 - 海底捞的菜单
 - 普通商品卖不同感觉
 - 如何做到好吃
 - 制造特色方法你学得会
- 第四章 价格的秘密
 - 海底捞的高定价
 - 深透了解顾客心理
 - 高定价更容易受关注
 - 商品定价法则你学得会
- 第五章 员工行为管理
 - 员工队伍: 海底捞的发家秘籍
 - 信任的力量
 - 沟通无处不在
 - 海底捞精神你学得会
- 第六章 感动员工
 - 海底捞的福利待遇
 - 员工凭啥对海底捞忠诚
 - 海底捞你学得会
 - 要法治, 不要人治
 - 企业文化“五要”你学得会
- 第七章 超值服务
 - 海底捞的超值个性服务
 - 发自内心的微笑
 - 塑造服务应强调差异
 - 提升服务员素质你学得会
- 第八章 品牌是自然而然的事情
 - 水到渠成海底捞
 - 诚实做事是品牌基础
 - 口碑传播效果更佳
 - 品牌打造你学得会
- 第九章 各行各业学习海底捞
- 附录 海底捞管理经典集萃

<<海底捞你学得会>>

<<海底捞你学得会>>

章节摘录

制造特色方法你学得会 我国传统商谚有很多强调特色经营的内容，如“不怕有缺点，就怕没特色”、“一招鲜，吃遍天”，这些都是主张以特色带动整体经营。

所谓经营特色，是指企业主打的商品或服务同其他企业相比有明显不同，这主要表现在以下三个方面。

其一，把原有的原材料重新搭配，采用新工艺，独家秘制，申请专利保护。江西的瓦缸煨汤并无太多神秘之处，就是把传统老火靓汤的制作方法改变为大缸煨制，将原来的后堂制作变为店前演示，受到消费者的追捧，引起众多同行纷纷效仿。

其二，外地有，本地没有，把这种风格和特色引到本地，变为本地的特色。海底捞在四川属于常规模式，但进入京城就变成了个性餐饮。

同一个企业，因经营地点不同，所获得的经营定位也不同。

其三，本地虽有，但粗制滥造不精不细，企业通过精工细作提升品质，也是值得光顾的特色。黑龙江省方正县德莫利活鱼在选料上大做文章，有意识地烘托东北菜肴粗犷大气的商品形象，采用绿色无污染的活鱼、粉条、豆腐，深受食客欢迎，现在已经成行成市，成为哈尔滨到佳木斯公路旁的一大美食景观。

制造特色的方法有两种。

一是做加法。

拿来一个普通菜品，加高档材料，加复杂工艺，加精美器皿，加文化背景，加隆重推出，再普通的一个菜品，也会变得不同凡响。

以普通的馒头为例，加入少量山野菜，采取原始农家做法，用黑陶大碗盛放，命名为“边疆农垦馒头”，一个如此普通的商品也变得个性十足。

另一个是做减法。

就是从一个庞大的菜系中减掉多余成分，减掉垃圾调料和添加剂，减掉复杂包装，减掉不合理工艺，让食材本味显现，形成特色。

还以馒头为例，有些餐饮企业在包装特色时竭尽所能，在一个普通的馒头里甚至加入增香剂、染色剂等成分，冒充健康食品，有悖特色包装的本意，实为损害顾客健康的害人之举，应该引以为戒。

制造美食特色，应具备以下要素。

一是好吃。

美食是给人吃的，好吃最关键。

有些餐饮企业包装了许多的怪菜，好看也新奇，但不好吃，顾客尝一次不点第二回，这样的菜品没有生命力。

地域性是美食好吃的前提。

东辣西酸，南甜北咸，地域不同，各有所好。

北方人喜爱大碗酒、大碗肉，南方人喜爱精雕细琢、柔声慢品，无所谓谁好谁坏，谁高谁低，只是消费习惯不同而已。

二是口味突出。

辣是真辣，鲜是真鲜，香是真香；切莫辣非辣、鲜非鲜、香非香，模棱两可。

就美食欣赏而论，一般的厨师确实无法和食客相比。

从事厨师这一行的人，很多是从小家境况贫寒。

他们希望掌握一门手艺通过自身努力来改变自己的命运。

这样说不是瞧不起厨师，而是厨师这一行太累、太苦、太危险，家里条件好的人是不会自讨苦吃的，即使偶尔进入行里，没几天也累跑了。

餐馆厨房工作与外界所了解的情况大不一样，分工极细，有几个厨师能尝遍酒店所有的出品呢？太少了。

红烧大鲍翅比鱼香肉丝难做吗？

当然不是，不过是红烧大鲍翅的原材料太贵，一般厨师没机会尝试罢了。

<<海底捞你学得会>>

所以，从事厨师工作的人对美食的渴望在相当长一段时间内仅仅是吃饱，能进入到美食欣赏境界的人少而又少。

厨师的经历使其本身的美食境界不高，加上菜路子又是叫谁都能适应的“大众口”，菜品口味不突出也就不足为奇了。

任何一种菜品，能使一小部分顾客满意就是成功，使所有人满意，就不是特色而是俗物了。

三是器皿选择与众不同。

选器皿不仅仅是在餐馆用品的范围内寻找，也不仅仅跟在老祖宗的身后因循守旧，还要向其他行业学习借鉴，把其他行业的好东西引进到餐饮的特色创新中来，取长补短，为我所用。

有些餐馆把金鱼缸、花盆、水果盘、笔筒改用于美食器皿，令人耳目一新，应该大力提倡。

四是餐馆字号应个性十足。

有个性的字号易记、上口，由字号可生发出品质、环境、价位、档次、特色、文化等种种联想，内统风范，外创品牌，效果很好。

五是设计主题餐厅。

以文化做主题，用故事或传说增加厚度。

主题餐厅讲究形神统一，风格明朗，跳出在菜品上小打小闹的圈子，比较容易形成特色。

国内一些餐饮策划人经常用主题餐厅方法包装特色，占了知晓历史文化、制造概念的先机。

成气候并经常见诸报端的主题餐厅，有“庄稼院”、“新农村”、“旧社会”、“二人世界”、“渔村”、“分手”等。

我为某餐饮管理公司包装特色品种鱼锅饼子时，主料选用本地鲜度绝好的近海小杂鱼，辅以卤水豆腐、东北土豆粉条、喂养猪五花肉，海水调味，口感奇佳；牌匾请名人题写后用实木雕刻，黑地绿字，端庄古朴；外墙用王羲之行书兰亭序制成写真胶贴装贴，内墙以城墙壁纸装饰，精选所在古城的明清时期的图片悬挂四周；背景音乐播放“梦幻岛”，又编写一则鱼锅饼子的传说置于厅内。

这些举措深受顾客欢迎，曾创下500平方米单店日接待108桌的纪录。

特色品种一旦形成潮流，极易引起同行仿制。

因此，经营者要学会运用知识产权保护手段对字号、原材料原产地、专有设备、独特加工工艺和个性文化构筑保护区，以维护自己的合法权益。

海底捞火锅成名后，很多地方的餐饮企业跟风而上，模仿海底捞的经营风格和字号，开办起山寨版的海底捞。

但是，海底捞在建店初期，便已在国内和国外一些国家注册了海底捞的商标，因此，在打击山寨版海底捞的过程中，事实充分，有理有据，依法力争，非常主动，很好地保护了自己的合法权益。

P58-61

<<海底捞你学得会>>

媒体关注与评论

广大餐饮企业应精心研读《海底捞你学得会》，不仅可以从中学到企业经营的理念和原则，提升企业发展的眼界，也可以作为企业经典案例进行剖析，给本企业创新管理提供有益的启发。

——北京烹饪协会会长 姜俊贤 他山之石，可以攻玉。

企业经营都是相通的，企业之间应该通过相互学习来提高经营能力，取其精华，不断提升企业的核心竞争力。

——乡村基董事长 李红 学习海底捞，首先要学习海底捞的经营理念；学习海底捞，更要学习海底捞创办人张勇为人处世的作风。

——《东方美食》杂志社社长 刘广伟

<<海底捞你学得会>>

编辑推荐

张勇的智慧和善良创造了海底捞，海底捞也用揽金夺银的能力回报张勇。
这就是因果。

栽什么树苗结什么果，撒什么种子开什么花，还真是有道理。

外行看热闹，内行看门道。

杨铁锋编著的《海底捞你学得会》透过现象看本质，全方位解读海底捞模式，破译海底捞成功密码，总结海底捞快速创富内在规律，详述海底捞管理方法，使海底捞不再神秘。

成功的方法是“感动”！

感动别人，必会获得善意的回报。

用自己的努力去感动周边的人，成功将会如期到来。

企业和人生大都如此。

本书适合于执著追求成功的人士阅读。

<<海底捞你学得会>>

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>