

《餐饮连锁门店高质量胜任的模型》

主讲：宋德标

课程概述

通过本课程的学习，使学员掌握现代酒店连锁餐饮管理的基本理论和基础知识，把握连锁餐饮业务经营的发展趋势和科学管理方法；掌握现代酒店、连锁餐饮管理的内容与特点，有能力解决连锁餐饮管理中所面临的各种问题；培养学员的爱岗敬业及吃苦耐劳精神，为以后的餐饮门店团队建设和从事实际工作打下坚实的基础。

课程收益

通过本课程帮助学员是抛开外因（外部因素）比如说门店地理位置，商圈客流以及竞争对手同行经营情况等外部条件，主要是如何修炼我们的内功（内因），帮助店长认知店长工作内容，快速掌握门店管理与团队领导的方法。培养负责任、懂经营、善管理，能够行使店长的行政权力，为企业持续创造利润的店长。

内训对象

本课件适用于连锁店门店店长及储备店长的培训、学习。

课程时长

2天/12课时

授课风格

讲授方式极具亲和力，擅长互动，注重双向沟通，视频、讨论引发学员自主思考。课程注重解决学员实际问题，实用性强，始终遵循理论+实践的教学理念。

课程纲要

模型一：高品质的连锁餐饮门店现场管理

一、优秀的餐饮现场是什么样子

二、餐饮现场管理分类及包含那些要素

1、餐饮现场管理的分类

2、餐饮现场管理的目标

3、餐饮现场管理的重要性

三、餐饮现场管理的主要内容

1、QSC&V

2、顾客满意

3、利润管理

4、员工保留与发展

5、安全管理

四、高品质餐饮门店如何做好现场管理

1、高品质餐饮门店管理工具简介

工具 1：4D

工具 2：5S/6S/8S

工具 3：6常管理法

工具 4：EHS 管理体系

工具 5：HACCP 和 ISO22000

工具 6：全面质量管理

工具 7：PDCA

五、海底捞营运现场主要管理工具及方法

1、海底捞年现场管理的主要要求

2、海底捞现场管理工作评价

六、课程小结

模型二 疫情后高品质餐饮门店建设发展前景

学员思考；餐饮人的三个疑惑

一、连锁餐饮业发展依然保持高速

二、原材料价格上涨快速，毛利率相对稳定

三、人力资源匮乏、经营成本高涨、标准化难度大构成三大挑战

四、大多数餐饮企业战略调整立足长效发展

五、乐观判断当前经济发展态势对餐饮业发展的影响

六、审时度势，营销策略的改变。

模型三 餐饮门店与产品的高品质建设趋势

前言

一、中国现代餐饮高质量品牌化的四个阶段

1、打造响亮的餐饮品牌主要把握三大要素

2、创建强有力的品牌的含义

模型四 现代连锁餐饮门店高质运营解密

一、现代餐饮品牌的含义

1、案列：现代餐饮品牌麦当劳

二、现代高质量餐饮品牌的形象构成

1、形象五要素

三、现代高质量餐饮品牌量化与组合

1、品牌的解说

2、案列王品集团

模型五 现代连锁餐饮门店高品质建设的要素

一、餐饮品牌建设 DCPA 环

二、餐饮品牌建设阶梯模型

三、追求卓越的餐饮服务

四、建立顾客满意度战略

五、服务品牌建立实践

1、服务品牌建立模型

六、海底捞服务质量差距模型

1、海底捞服务质量差距模型

差距 1：不了解顾客期望

弥合差距 1 对策

2、差距 2：未选择正确的服务设计和标准

弥合差距 2 对策

海底捞的服务设计（“三心”）

3、差距 3：未按服务设计和标准提供服务

弥合差距 3 对策

4、差距 4：未能履行承诺

弥合差距 4 的对策

5、海底捞弥合差距思考

模型六 连锁餐饮门店店长职责与胜任力提升

一、店长角色认知

- 1、门店的代表者
- 2、政策的执行者
- 3、门店的经营者
- 4、问题的协调者
- 5、员工的培训者
- 6、学员思考

二、店长岗位职责

1、营运管理

--思考一下

2、菜品管理

--思考一下

3、人事管理

--思考一下

4、基础管理

--思考一下

5、顾客服务

--思考一下

6、资金、资产安全

--思考一下

7、信息、数据管理

--思考一下

三、店长胜任力

--思考一下

- 1、诚信的职业道德
- 2、自我学习与创新的能力
- 3、使命感与承担责任的能力
- 4、过硬的专业技能
- 5、沟通、表达能力
- 6、心理测试：你的沟通能力
- 7、经营管理能力
- 8、组织领导能力

模型七 高质量连锁餐饮门店的文化落地建设

一、课前思考：为什么多个品牌没有一个特别成功

二、企业文化落地的目的

三、责任感与使命感

四、企业文化落地的具体目标

五、了解特许经营

六、“知”的文化落地措施

七、“信”的文化落地措施

八、“行”的文化落地措施

九、高质量口碑维护的方法—服务（service）法则

连锁餐饮餐厅服务九条

餐厅服务示例；补偿性服务

十、课程小结；高品质餐饮门店品牌致胜的真理