

《餐饮品牌建设与管理》

【培训课时】	2天/12课时	(可1天,内容以企业需求调整)	【培训师】	孙老师
【培训对象】	餐饮企业中高层管理人员			
【培训特点】	融顾问式、教练式于一体;“讲授+方法+工具+实务”结合: 案例剖析+角色扮演+情景模拟+小组PK+答疑分享+音乐视频+故事游戏+室内拓展			
【培训优势】	系统专业:十一年餐饮经营管理经验总结与积累,非行业外“空降兵”。 品质高端:九年总裁班培训经验,课程内容前沿高端,非普通培训层次。 深层互动:课堂氛围激情生动,互动紧绕课程主题内容,非哗众取宠。 易懂易用:案例剖析,讲解深入浅出,方法简单实用,非业外案例方法,好听不实用。			
【课程背景】:	<p>新常态下,我国企业所处的大环境可以概括为市场化、全球化、信息化和常态化。新环境、新形势对我国企业既是一种机遇,更是一种挑战。强化管理,不断进行管理创新已成为企业在竞争中制胜的根本保证。</p> <p>老板一马当先、每天的计划被各种偶然事件打断、没有时间做大事、酒店没有计划、中层管理总是跟不上、中层的责任心和执行力十分欠缺,身心乏力。管理层次太多、员工无从寻求帮助,流程不规范、数据不准确、制度不执行、缺乏科学管理的方法与执行力度。乏预算目标管理、不知道酒店的优势在哪里?无法为客户提供差异化的服务产品,员工目标短浅、企业急功近利。员工抱怨、中层迷茫、酒店官僚作风严重、优秀人才不断流失?员工士气低落,感觉没有受到重视,没有发展前景。</p> <p>本课程以系统性管理模式打造入手,可以快速打造优秀的中层管理团队,从管理思维创新,管理素养提升,管理技能水平提升,科学管理机制建立等,将有效解决中层执行、管理效能、日常运营、人才打造等问题。</p>			
【课程收益】:	<ul style="list-style-type: none">✚ 对新常态下餐饮业和企业所面临的形势认知✚ 对战略思维的基础概念和分析方法有明确的认识✚ 能够运用战略理论和模型对内外环境进行深入的分析✚ 解读行业发展走向,分析行业发展周期中的雷区和趋势导向			
【课程大纲】:	<p style="text-align: center;">第一版块：餐饮品牌战略管理环境面临的困境分析</p> <ol style="list-style-type: none">1、品牌战略定位不清晰2、品牌战略与管理策略相脱节3、管理策略与管理流程相脱节4、管理细节规范不能有效支持管理流程			

- 5、管理基础工程与管理平台建设的先天不足
- 6、政策的不确定性与市场的不确定性
- 8、中高层思维模式与行为模式上的几个误区

第二版块：新时代餐饮主流业态与品牌特征解析

一、餐饮 9 大业态类型解析

- 1、9 大业态类型发展趋势
- 2、投资环境、项目特征、优势弊端
- 3、市场兼容、目标客群、主题定位

二、餐饮品牌盈利亮点分析和风险规避

第三版块：新时代餐饮品牌战略剖析与创新

一、餐饮 PEST 工具运用

- 1、企业对宏观环境适应与变化能力测试与分析
- 2、企业对宏观环境影响因素适应与变化能力测试与分析
- 3、企业对宏观环境把握失误的调整创新

二、餐饮 BCG 工具运用

- 1、对企业问题、明星、现金、瘦狗项目测试与分析
- 2、对企业问号、明星、现金牛、瘦狗产品测试与分析
- 3、企业项目产品调整创新

三、餐饮 TOC 工具运用

- 1、现状图：找出企业内部经营与管理现状症结逻辑关系
- 2、冲突图：挖掘企业经营管理的核心瓶颈问题与原因
- 3、未来图：测试企业经营管理解决方案的可行性

四、餐饮 SWOT 工具运用

- 1、企业内部因素剖析挖掘企业核心潜力
- 2、企业外部因素剖析扬长避短制定战略调整规划

第四版块：新时代餐饮品牌建设与战略调整方法

一、品牌聚焦定位与市场区隔的 9 种方法运用

二、市场细分与品牌特色建立的 3 种方法运用

三、品牌管理、经营、营销 3 大战略调整规划方法

四、品牌经营管理体系调整优化建立方法运用

五、品牌文化提炼，建立独特企业基因的方法运用

第五版块：新时代餐饮品牌运营策略创新

一、业态走向 4 大分析与创新运用

二、产品经营项目创新策略与运用

三、竞争环境竞争创新策略与运用

四、消费行为迎合创新策略与运用

五、经济环境适应创新策略与运用

六、传媒渠道优化创新策略与运用

【备注】：

- ✦ 本课纲内容将在课堂现场根据学员反馈信息对本主题课件内容作适当调整；
- ✦ 企业需按照《**培训物料清单**》与“**会场布置要求**”提前做好充分准备工作；
- ✦ 企业、机构未经授权不得在课堂现场录像和录音。

本课纲为孙老师版权内容，抄袭、贴用、伪原创均属侵权。