# 餐饮员工管理技巧与方法

来源：网络 作者：雪海孤独 更新时间：2025-06-25

*第一篇：餐饮员工管理技巧与方法餐饮员工管理技巧与方法近年用工荒情况困扰各大餐饮企业，企业人事管理面临重重难题。针对餐饮行业目前普遍存在的人事问题，中国吃网数十位专家联手打造的“餐饮人事管理包”已于7月1日正式上线，旨在为各位餐饮同仁提供企...*

**第一篇：餐饮员工管理技巧与方法**

餐饮员工管理技巧与方法

近年用工荒情况困扰各大餐饮企业，企业人事管理面临重重难题。针对餐饮行业目前普遍存在的人事问题，中国吃网数十位专家联手打造的“餐饮人事管理包”已于7月1日正式上线，旨在为各位餐饮同仁提供企业人事管理的借鉴，破解目前企业面临的人事管理困局。

近年来，很多行业被“用工荒”困扰，企业用尽各种招数，依然难以招到适合自己的人才。“用工荒”已经逐渐演变成为企业发展战略的重要影响因素之一，此类问题也严重困扰着人力资源管理者。而相当而言，餐饮行业表现的尤为突出，一方面是招人难，一方面是留人难，“内忧外患”的局面给餐饮企业的日常营运带来了巨大的压力。

人才难招，优秀员工又频繁出现离职现象，各企业在指责员工的背弃之时，是否应该更多的思考自身企业制度是否完善？企业的人事管理体系是否全面？企业的人事管理工作到底该如何有序开展？如何才能让员工在企业安心的工作„„

针对餐饮行业目前普遍存在的人事问题，中国吃网数十位专家结合自身深厚的实战管理经验以及长远目光，联手打造的“餐饮人事管理包”已于7月1日正式上线，旨在为各位餐饮同仁提供企业人事管理的借鉴，破解目前企业面临的人事管理困局。

用工荒重创餐饮业人事管理资料包助力破题

广州餐企用工缺口超十万；武汉餐饮业涨工资依然招不到人；哈尔滨用工紧张局面蔓延„„用工荒成餐饮业常态，餐饮业招工难的新闻频繁出现在各大媒体报道中。何破解用工荒困局？如何让人事管理工作有序开展？让员工能安心的在企业工作？如何留住企业优秀员工？这些都是行业关注的焦点。

中国吃网运营官表示，餐饮企业之间的竞争，实际上是人才之间的竞争，谁拥有人才，谁就能够在市场竞争的浪潮中挺立潮头。而餐饮业人事管理的根本目的是通过科学的方法、正确的用人原则和契合企业实际情况的管理制度，调整人与人、人与事、人与组织的关系，谋求对企业员工的体力、心力和智力作最适当的利用与最高的发挥。

因此，招聘、解聘、培训、评估、激励等基本的人事管理工作显得尤为重要。只有高度重视人事管理，规范人事制度，充分挖掘人的潜在能力，企业才能永保创新的活力；只有健全人事制度，完善人事管理，企业才能在当今激烈竞争中求得生存发展。

基于以上几点，中国吃网资料库作为一个专业的餐饮问题解决方案和资料提供平台，诚邀了一批拥有十年以上企业运营实战经验的专家团队，集齐数十位精英的智慧编制了一套餐饮人事管理资料包，通过提供一套完善、实用、专业的人事管理资料，决心助力广大企业解决目前严峻的人事管理困境。

员工管理有难度 管理模式要量身定做

用工荒让企业遭受打击，然而除了人才难以招募之外，员工管理问题是广大餐饮管理者一直在孜孜不倦探讨和研究的问题之一。员工管理的好，员工的满意度高，流失率低，工作氛围好，顾客的满意度和忠诚度上去了，餐厅就自然而然的生意红火了。然而，受行业特性、工作环境、用工条件的限制，餐饮业的员工管理与一般企业的员工管理还是有着很大区别的。

餐饮企业的员工既有年轻、朝气、有活力、接受力强等优势，同时也存在着学历不高、自我管理缺乏、容易“随大流”等不足，加之他们的素质参差不齐以及接受“管理”的形式和程度不同等原因，餐饮人事管理的难度也被加大了。如何培养员工积极的工作态？员工管理有哪些基本技巧？如何消除人力资源浪费？„„一系列的人事管理问题让员工管理成为餐饮经营者必须面对的新课题。

**第二篇：酒店餐饮收款技巧与管理**

一、宾馆酒店应收款的回款技能

应收款回款是不是顺利决定着饭店利益能否真正实现在尽量短的时间内收回 应收款项已成为现代饭店销售管理的一个基本原则。然而，在当前社会背景下，回款任务能否顺利完成，其实不取决于饭店本身，关键在于客户能否进行积极的合作。就旅行社和旅游公司客户而言，不论是国内还是国外，他们的资金其实不总是处于充 余的状态，更为重要的是，有相当一部份的旅游企业道德信用日益恶化，一些旅行社和旅游公司乃至以欠款、赖账作为发达致富的捷径。由此而来的旅游企业三角债 成为长时间困扰受害企业良性发展的一个老大难题目。因此，企业为了不由于回款 不力而堕入被动经营的怪圈，就必须加强回款工作管理，进步回款工作的技能。

（一）建立回款信念 回款信念

回款收账，他却似乎变了一个人似的，脆弱不堪。在他的心理上、在他的潜意 识中存在着一种向客户收账非常过意不往的心情」有些销售员直言不讳地说道： 我很会向客户倾销，但是回款收账实在是难以开口，无能为力。我们知道销售行 为是在回款收账以后才告结束的，而销售员也只有在回款收账以后，才有可能评价 其销售业绩。因此，饭店管理者应加强销售员回款信念的教育和培养，教育他们把销售与回 收账视为一个整体。对饭店而言，销售员将饭店产品预订出往，饭店既无收进也 第一部份宾馆酒店规范化管理

无用度发生，但是当客户或客人进住以后，假如销售员不把客人的用度收进来，那 么饭店将承当着客人消费的全部用度，也许在账册上出现的是利润，但此利润是虚的，是并未实现的利润。这不能说是很好的经营状态。唯有在完全回收账款以后，真实的利益才会出现。假如终究账款没有收进来，那末饭店将发生亏损。因此，作 一个销售员，其立足本职工作的基本原则就是尽可能在短时间内收回应收款销售员必须建立起这样一种信念：回款收账是正当的贸易行为，是饭店的权利，是客 户必须履行的义务。

账款完全回收 为了能完全回收账款，销售员应当借助客户应收款回款一览表和客户应收款管 理卡来把握应收回款的必要事项及题目点，及时了解不同客户在预订与付款方面酌具体数额。借助客户账款回收一览表和客户账款管理卡，销售员可以对客户的信用 限度进行跟踪控制。所谓信用限度就是能赊卖至某种程度的限度，对客户信用 限度进行跟踪控制，既可避免倒债的发生，也能无阻碍地达成账款的回收。在际销售工作中，当销售员发现客户预订的数额超过其信用限度时，就能够不再让对方 继续预订，同时要求客户结消前款。这样就不会让客户欠款越积越多，也不会无穷 期拖延账款的回收万一被倒债，损失也可控制在最低的程度。固然如此，实际工作中还是有些销售员让客户预订的数额超过了设定的客户信 用限度，究其缘由是他没法谢绝客户预订的要求，畏惧与客户的交易关系从此中断。另外，再一个缘由是销售员主观上以为客户不会逃账、赖账，只要客户轻易推 销，便疏忽信用限度的存在。因此，饭店管理者应及时查对每一个销售员的实际倾销情况，发现题目及时处 理，催促销售员完成账款回收的使命。销售之前即开始回款 在销售进程中，除花上大量的时间、精力用在产品的销售上之外，销售员还 应学会判定预订客户在支付款项上是否是会有题目对付款有题目的客户，或直觉判定付款有题目的客户，或实际操纵中账款回收情况确切较差的客户，则应限 制他们的预订，或干脆中断其预订。这是进步回款速度与回款保险系数的根本。销 售员必须在销售之前就学会判定回收账款的行动是不是能够顺利进行。以下的留意事项可以帮助销售员增强判定的能力： 确定客户是不是真的是可以销售产品的好客户

第二部份宾馆酒店规范化管理 这个题目实在其实不难解决，只要经过具体信用调查就可以确定。从理论上讲，销 售员应当与经营状态和账款回收情况良好的客户交易，这是一条销售活动不变的 基本原则。确认自己没有淡化回款原则 有些销售员为了急于倾销，或为了单纯寻求销售量，不能坚持一些本来应当坚 持的原则，成为很好说的销售员，特别是对账款的回收采取较低姿态。例如，了成交，关于付款期限，有些销售员竟然对客户说：甚么时候都可以。或到 时再说吧。结果在糊里胡涂中开始交易，等到要回收账款时，题目就发生了，不是客户说没钱，就是叫你再等上一段时间更有甚者，客户踪影全无，不但跑了和尚，而且连庙都一块跑了。超出权限，胡乱许愿 有些销售员不能很好地重视自己，片面夸大所谓的将在外，君命有所不授，自答应客户自己权限之外的条件，乃至是饭店不能满足、或是不应当满足的条 件。被饭店管理者发现以后，不但遭到指责，而且\*\*\*往向客户表示歉意，要求收 回成命。结果，终究发生了麻烦，客户对销售员的信任感完全消失，有时乃至威胁饭店，不但停止一切交易，而且借口饭店违约而拒付已发生的用度。因此，销售 员切勿为了赢得客户欢心而任意答应客户提出的要求或条件，特别是超出自己权限 之外的要求或条件。硬性销售 有时账款回收不顺利的缘由也在于销售员的倾销方式上，最初销售员采取硬性 销售的方式，或谓逼迫式销售、牛皮糖式销售，结果弄得客户不是很情愿，到 了要回收账款时，客户捉住销售员的弱点，借机报复，从而致使账款回收困难。我其实不需要预订你们饭店，是你千拜托万拜托的，不得已之下才预订的。现在又 急于要钱，你烦不烦人啊！当客户以这句话回敬时，销售员固然不敢再坚持回收 账款了。

**第三篇：辞退员工的方法与技巧**

辞退员工，HR您做到位了吗？

受金融危机的尾巴影响，公司的裁员风气似乎比任何公司都来得慢，这是本季度要辞退的“第五个”员工了。在很无奈又感觉略带无情的HR会议上，大家都在议论着裁员的策略。作为一名HR从业人员，我想这样的场面，已经见怪莫怪了。也因为这样，HR曾成为无数老板的“帮凶”，被誉为“职场中最无情的杀手”。

这次辞退的是公司在上海分公司的区域经理，由于是管理层，公司对本次的辞退也格外小心，不然也没必要开这样一个“无情的会议”，大家坐下来商量“诡计”了。

这位区域经理入职公司的时间比我还短，我可是见证着她一路以来的发展。给予绩效考核打分的话，我想最多只是凑合“60分”，追究理由的话，我想各有所见，在此不作详谈。由于她的综合表现一般，甚至徘徊在不及格的队伍中，故此本次裁员\*\*，肯定少不了她。

辞退她的决定，是公司的原因也好，她个人表现不佳也罢，最终结果还是“离开此地”。

作为一名HR，辞退员工，我们都做到位了吗？这是我接下来想要探讨的一个小问题。辞退员工，无非就两种情况，一是公司效益不佳；二是员工表现不佳。

假如：公司效益不佳。在这样的情况下，HR是否该拟定详细的裁员计划。

1、综合分析公司经营情况，客观事实的告知被辞退员工，希望能得到理解；

2、考虑员工心理感受，抓住有利时机应对；

3、按劳动法要求，给予最恰到的经济补偿。

个人看法：

A、因公司原因辞退员工的，应该提前做好完善的准备，不要这头决定那头马上执行。做好员工的面谈工作，很多时候，HR只会关注应当找合理的理由去辞退，避免劳动仲裁。往往忽略了被辞退员工的个人感受。如果将心比心的话，您希望在特殊的日子、关键的日子，收到不好的消息吗？因此辞退员工时，我们要对员工情况有充分的了解，例如辞退当天是员工的生日（或者家属的生日）、或者一些纪念日、又或者员工的经济情况处于艰难时期......一些会让员工心情作360°转变的特殊日子，我们是否应该适当的避开，以把受伤程度降到最低。

B、面谈时，尽量暗示其主动提出离职，并答应不告知任何人，留给她最后的面子，可以的话真诚的表示也许日后还有合作的机会，做人做事有始有终。在员工离职当天，同事们出来聚餐、欢送。营造良好的气氛，让其把最后的微笑留下。

C、无论是劝退还是辞退，公司应该按情按法，支付其经济赔偿金，甚至多给予一定的生活补助。

假如：因员工表现不佳。在这种情况下，HR须收集有理的证据。

1、跟其上司了解，收集最有理的证据；

2、合理分析辞退员工的综合表现，帮助其规划职场发展道路；

3、按劳动法要求，给予经济补偿。

个人看法：

A、因业绩、表现不佳的，最了解员工的莫非是其直属上司。HR应向其上司了解最全面的情况，收集有理的数据，有可能的话，还可以邀请员工一起参与。这样的话，HR的劝退面谈将会更有说服力，正所谓以理服人。

B、无论对错，员工都曾为公司贡献过自己的劳动，无功也有劳。在这个关键的时刻，我们更应该表现出友善的一面。根据员工在公司过往的工作表现及业绩，帮其分析职场的道路，给出一些合理的建议，让员工知道公司还是有人情味的，正所谓以情动人。

C、员工因业绩不佳，HR有合理的证据，那么按照劳动合同法第四章第四十条

（三），公司可提前一个月通知或者额外支付一个月工资，可解除劳动关系。另还须支付一个月的经济补偿金。按规定，足额支付员工经济补偿金，以法待人。

辞退员工，做为HR，我们应该懂得更多的技巧，做到辞退工作也得体面，把员工的心理负面影响降到最低。

以上只是个人的小小看法，希望有更多的HR同行提出更多的建议或意见。做好员工的离职面谈工作，发挥人力资源最有价值的作用。哪怕HR是公司的“夹心层”，也要做到顾此，也不失彼！

**第四篇：餐饮饭店促销活动方案方法与技巧**

餐饮资料库·中国最大的餐饮资料下载平台 http://www.feisuxs

餐饮饭店促销活动方案方法与技巧

时值金融风暴席卷全球，给餐饮企业也带来较严峻的挑战，一些餐厅也因此受到冲击，使得原有的特色风光不在。有的餐厅，在菜式定价上，以前惯用的毛利率加成定价法已行不通，只能“降低身份”采用随行就市定价，营业额大大减少，效益严重下滑。不少餐饮企业管理人员发现即使他们引进市面流行菜式，采取降价、优惠、特价菜点等等多种措施，仍然收效甚微。餐饮陷入迷惘，出路何在？对于餐饮行业之间的竞争，餐厅不能只靠宣传自己的菜系、价格、品种来参与竞争，其结果往往达不到预期的效果，需要组织一些促销宣传活动来配合整体的广告宣传和相关的促销活动。对此，餐饮企业如何通过正确的策划促销活动来打造自己的饮食文化，让餐厅特有的文化，感染给每一个来就餐的客人呢？

一、人员推销

在餐厅中的每一个人都是潜在的推销员。这包括餐厅经理、厨师、服务人员以及顾客。有效地发挥这些潜在推销员的作用同样会给餐厅带来利润。

1、厨师

利用厨师的名气来进行宣传推销，也会吸引来一批客人。对重要客人，厨师可以亲自端送自己的特色菜肴，并对原料及烹制过程做简短介绍。

2、服务人员

鼓励登门的顾客最大限度地消费，这重担主要落在服务员身上。服务员除了提供优质服务外，还得诱导客人进行消费。其中，服务人员对顾客口头建议式推销是最有效的。但是有些口头建议不起作用，如“你不想要瓶酒来佐餐吗?”，而另一些则具有良好的效果，如“我们自制的索特恩白葡萄酒味道很好，刚好配你们订的鲽鱼片”。可见，服务人员的推销语言对推销效果起着至关重要的作用，要培训所有服务人员(尤其订菜单人员)掌握语言的技巧，用建议式的语言来推销自己的产品和服务。

建议式的推销要注意几个关键问题：

(1)尽量用选择问句，而不是简单地让客人用“要”和“不要’’回答的一般疑问句。(2)建议式推销要多用描述性的语言，以引起客人的兴趣和食欲。“一份冰淇淋”远没有“一份新鲜加里福尼亚桃子做的冰淇淋”来得有诱惑力。

(3)建议式推销要掌握好时机，根据客人的用餐顺序和习惯推销，才会收到更好的效果。

3、顾客

“顾客是餐厅的上帝”。餐厅赢得他的一句好话，胜过餐厅任何人的

餐饮连锁加盟招商代理领域权威诚信品牌：吃网餐饮加盟 餐饮资料库·中国最大的餐饮资料下载平台 http://www.feisuxs

一句好话都不止。在潜在顾客中的影响尤其大。因为潜在的客人宁愿相信顾客的话也不相信餐厅人员的话。

富源餐馆董事会主席唐-托马斯曾在《餐馆业》杂志上刊登的一篇文章中写到：“如果你对顾客的抱怨听之任之，不加以改正，那么你将会发现，你们餐馆的客人会一天一天地减少。”

可见，在推销过程中，客人报怨是不容忽视的。所以对报怨客人应给予一个补救机会，即提供免费服务，或折扣优惠等方法，纠正顾客对本产品和服务的偏见，使他们再度光临，并乐于向别人推荐你的餐馆。

4、餐厅经理

传统饭店总裁比尔·伯恩斯说过：“我们饭店的总经理、销售部经理和我，每天从12点到下午1点都站在饭店的大厅和餐厅的门口，问候每一位客人，同他们握手。当然我们希望以此赢得更多的生意。”

如果餐厅经理也采用此法，就会让客人感到自己被重视、被尊重了。就乐意来就餐，并有利于刺激消费。

不要轻视经理的名片。经理不管在什么地方，甚至在社交场合，对遇见的每个人，特别是接待员和秘书要非常礼貌，面带微笑但不过分地一边向潜在顾客作自我介绍，一边递上名片。这样，潜在顾客就能清楚地知道你的名字和你所属的餐厅。在下次选择餐厅就餐时，你的餐厅不能说是没有希望的。

二、气氛

对整个饮食行业来说，室内装饰是一个有力的推销手段。像情调和气氛这些难以捉摸的东西却对餐馆的收入有直接影响。

一个餐厅的气氛是在几种因素影响下形成的、即音响、餐厅摆台、餐厅民族特色、座位布置和形式、餐桌和椅子数目、餐厅形状和面积，服务人员(年龄、性别、外表、服饰)、餐厅卫生和服务人员的个人卫生，其他客人，餐厅温、湿度，餐厅装璜(灯光、色彩等)，舒适程度以及这些因素的协调性。

在设计餐馆时，你得让自己成为好莱坞的一名“导演”，下面的介绍 会帮助读者打开一些思路，提高创造力。

1、异国情调的设计

餐厅选用某一国的特色来设计布置，收集该国的民俗工艺品在店内展示装饰，用该国的国旗、餐饮连锁加盟招商代理领域权威诚信品牌：吃网餐饮加盟 餐饮资料库·中国最大的餐饮资料下载平台 http://www.feisuxs 国花和民歌渲染气氛，其家具、设备也有一定的异国特色，推销该国的菜肴或酒水。在办异国食品节时也适用此法。

2、宠物餐厅

有许多供应野味的餐厅和吸引儿童为主的餐厅常布置成动物园似的餐厅，顾客一进餐厅就听到动物的叫声：鸟、狗、青蛙等，还用鹦鹉招呼客人“欢迎、请进”，或用英文招呼客人。餐厅内张贴各种宠物的照片，如各类狗、猫、昆虫的图片等，附有简介和笼物比赛的新闻，来吸引客人。

3、运动餐厅

有些餐厅在一侧设小型室内高尔夫练习场，依照顾客打入洞次数，餐厅可打折扣。也有的餐厅备有握力计、背肌力测定器、飞标、扩胸器等，来吸引爱好运动的顾客。

4、未来世界情调的餐厅

以新型太空材料装璜，让人有置身时光隧道般的气氛中。将未来世界的知识性、超现代感来作为吸引人的推销手段。

5、明星餐厅

在餐厅内张贴各种明星们的照片(也许是当代大红大紫的明星的照

片，也许是几十年前著名的明星照片)，陈列明星们用过的东西(服饰、拍片用的道具等)、放些资料片或歌曲，并附有简介，以吸引客人，尤其追星族人。

6、一厅多风格

把大餐厅分隔成一个个小间，每一小间用不同的装饰风格，体现不同的主题。例如有些餐馆每晚都变换一个主题。星期一是“巴黎之夜”，配上法式菜单和法式装饰，女招待也穿法国式服装。星期二又变成“威尼斯之夜”，场景也随之改更。不光改变菜单，整个视觉环境也随之改变。这些做法已被证明是成功的。

7、餐饮形象设计

对整个饮食行业来说，室内装饰是一个有力的推销手段。像情调和气氛这些难以捉摸的东西却对餐馆的收入有直接影响。

三、服务花招与推销

寓推销于提供的额外服务中是常见的推销方法。许多餐厅常常用各种服务上的名堂来吸引客人，如：

餐饮连锁加盟招商代理领域权威诚信品牌：吃网餐饮加盟 餐饮资料库·中国最大的餐饮资料下载平台 http://www.feisuxs

1、附加服务

如在午茶服务时，赠送一份蛋糕、扒房给女士送一支鲜花等等。

2、表演服务

用乐队伴奏、钢琴演奏、歌手驻唱、现场电视、卡拉oK、时装表演等形式起到推销的作用。

3、情调服务

白天是正统的餐厅，晚间则改为俱乐部、酒廊、卡拉oK歌舞厅等，具有充分利用场地的优点。这些服务上的名堂，在推广时要注意：(1)有一定的新奇性，不落俗套；

(2)有话题性，能吸引人们的注意，并产生影响；(3)具有幽默性，生动活泼。

4、知识性服务

在餐厅里备有报纸、杂志、书籍等以便客人阅读，或者播放外语新闻、英文会话等等节目。或者将餐厅布置成有图书馆意义的餐厅。

四、广告

1、免费广告

免费广告是由信用卡公司提供的。当餐馆是信用卡公司的客户时，该公司会及时地为其客户购买广告版面，另外公司还在发给个体信用卡持有者的信函上登广告，这些广告都是免费的。如你拥有某信用卡公司的信用卡，则应及时与他们取得联系，希望他们给你登广告。

2、路旁广告牌

路旁广告牌能将广告的内容传递给成千上万个驾车驶过的人。如果这些广告牌位于市中心的道路两侧，看到这些广告牌的，除了车主和乘客以外，还有众多的过往行人。不管怎样，许多高速公路上的标牌仍使许多旅行者住宿在其指定的汽车旅馆。

3、标志牌

标志牌都应详细地说明餐厅的名称和地址，告诉顾客餐厅待售的服务，有助于说服潜在的顾客到餐厅来。假日旅馆建筑物上面的标牌起着多方面的作用。它不仅指明了假日旅馆就在此处，并且，标牌上的可以

变动的字母还能及时地告诉人们饭店的活动和服务项目。

餐饮连锁加盟招商代理领域权威诚信品牌：吃网餐饮加盟 餐饮资料库·中国最大的餐饮资料下载平台 http://www.feisuxs

4、餐厅门口的告示牌

招贴诸如菜肴特选、特别套餐、节日菜单和增加新的服务项目等。其制作同样要和餐厅的形象一致，经专业人员之手。另外，用词要考虑客人的感受。“本店下午十点打烊，明天上午八点再见”，比“营业结束”的牌子来得更亲切。同样“本店转播世界杯足球赛实况”的告示，远没有“欢迎观赏大屏幕世界杯足球赛实况转播，餐饮不加价”的推销效果佳。

5、电梯内的餐饮广告

电梯的三面通常被用来做餐厅、酒吧和娱乐场所的广告，这对顾客是一个很好的推销方法。陌生人一道站在电梯内是较尴尬的，周围的文字对其则更为有吸引力，也能更好地取得效果。

6、帐篷式台卡

用于推销某种鸡尾酒、酒水、甜品等等，印刷比较精美，也应印上店徽、地址、电话号码等资料。

7、借约广告

借约是指以服务抵偿债务，即餐厅以食品饮料的服务来抵偿餐厅为登广告而购买的版面和时间。一般说来，餐厅在缺少广告经费时，才会考虑采用借约广告。而且，必须把这种抵偿的时间限制在餐厅生意清淡的日子，否则借约就不值得了。

五、内部宣传品推销

在店内餐饮推销中，使用各种宣传品、印刷品和小礼品进行推销是必不可少的。常见的内部宣传品有；

1、火柴

餐厅每张桌上都可放上印有餐厅名称、地址、标记、电话等信息的火柴，送给客人带出去做宣传。火柴可定制成各种规格、形状、档次，以供不同餐厅使用。

2、小礼品

餐厅常常在一些特别的节日和活动时间，甚至在日常经营中送一些小礼品给用餐的客人，这些小礼品要精心设计，根据不同的对象分别赠送，其效果会更为理想。常见的小礼品有：生肖卡、特制El布、印有餐厅广告和菜单的折扇、小盒茶叶、卡通片、巧克力、鲜花、口布套环、精制的筷子等等，值得注意的是，小礼品要和餐厅的形象、档次相统一，要能起到好的、积极的推销、宣传效果。

3、定期活动节目单

餐饮连锁加盟招商代理领域权威诚信品牌：吃网餐饮加盟 餐饮资料库·中国最大的餐饮资料下载平台 http://www.feisuxs

餐厅将本周、本月的各种餐饮活动、文娱活动印刷后放在餐厅门口或电梯口、总台发送、传递信息。这种节目单要注意，一是印刷质量，要与餐厅的等级相一致，不能太差；二是一旦确定了的活动，不能更改和变动。在节目单上一定要写清时间、地点、餐厅的电话号码，印上餐厅的标记，以强化推销效果。

六、用价格来进行推销

1、折扣优惠

折扣优惠一般是要鼓励客人反复光顾和在营业的淡季时间里购买、消费。因此在消费达到一定的数额或次数后，将给予一定的折扣优惠，另外，餐厅在淡季和非营业高峰时间推广“快乐时光”，实行半价优惠和买一送一等推销方法。

对大量积压的产品，也可采用此法进行推销。但是，并不是所有的降价手段都能为餐厅产品带来更多的销售量、相反，它有时甚至可能引起餐饮产品在市场中的地位或形象的降低。所以折扣考虑以下因素：

(1)价格折扣能否促进销售数量和增加销售额；(2)是否处于经营的低谷时间；

(3)是否非价格折扣不可，能否采取其他措施提高销售额；(4)价格折扣后能否保本，能否盈利。

2、奇数订价法

针对客人的不同心理进行产品的订价，并以此进行促销，同样会引导、刺激顾客消费。心理订价最常用的是奇数订价法。

有人对美国二百四十二家餐厅作过一次调查，结果发现，58％的餐厅的菜单价格以阿拉伯数字9结尾，35％的价格以5结尾，6％的价格以0结尾。

餐厅价格的末位数上以不出现1、2、3、4、6、7这几个数字。在经济等级餐厅的菜肴价格的尾数常是9，而在一些档次较高的餐厅，数字5常在价格的尾数上出现。

七、用菜单进行推销

固定菜单的推销作用是毋庸置疑的。除固定菜单外，还有其他类的推销菜单，如：

1、儿童菜单

增加对儿童的推销，供应符合儿童121味的数量的菜肴

餐饮连锁加盟招商代理领域权威诚信品牌：吃网餐饮加盟 餐饮资料库·中国最大的餐饮资料下载平台 http://www.feisuxs

2、情侣菜单

供应双份套餐，菜名较浪漫，菜肴也比较符合年轻人的口味

3、中年人菜单

根据中年人体力消耗的特点，提供满足他们需求的热量的食品，吸

引讲究美容的这部分客人。这种菜单往往被客人带走的较多，应印上餐厅的地址、订座电话号码等等，以便推销。另外房内用餐菜单和宴会菜单等都具有同样的推销作用。

餐厅应根据具体情况，交换菜单进行推销，但变换菜单必须依据：(1)根据不同地区的菜系变换；(2)根据特殊的装饰和装璜变换；(3)根据餐厅中特殊娱乐活动变换；(4)根据食品摆布及陈列的特殊方法变换。

4、特选菜单

特别推销一些时令菜、每周特选和新刨品种等，可以丰富固定菜单，也使常客有新的感觉；

八、餐厅烹制

将部分菜肴的最后烹制在餐厅里进行是一种有效的现场推l销形式。它可以渲染气氛，通过其烹制，让客人看到形，观到色，闻到味，从而促使他们的冲动型决策，使餐厅获得更多的销售机会。餐厅烹制要具备一定的条件，特别是有较好的排风装置，以免油烟影响到其他客人，污染餐厅。

九、试吃

有时餐厅想特别推销某一种菜肴，可采用让顾客试吃的方法促销。用车将菜肴推到客人的桌边，让客人先品尝一下，如喜欢就请现点、不合口味的再请点其他菜肴，这既是一种特别的推销，也体现了良好的服务。大型宴会也常采用试吃的方法来吸引客人，将宴会菜单上的菜肴先

请主办人来品尝一下，取得认可，也使客人放心，这同时也是一种折扣优惠，免费送一桌筵席。

十、名人效应

餐厅邀请当地的知名人士或新闻人物来餐厅就餐。并充分抓住这一时机，向新闻机构大力宣传，并给名人们拍照，签名留念。然后把这些像片、签名挂在餐厅里，来增加餐厅知名度，树立

餐饮连锁加盟招商代理领域权威诚信品牌：吃网餐饮加盟 餐饮资料库·中国最大的餐饮资料下载平台 http://www.feisuxs 餐厅形象。

十一、让客人参与的推销

推销只有能让客人自己参与进去才能起到好效果，也才能成为话题，让客人留下较深的印象。如：当某一特别的菜肴推出时，附一张空白的烹制方法卡给客人，让客人填写后交还餐厅，这种类似小测验的推销，既能为客人赢得中奖免费用餐的优惠，又提高了该莱肴的销售量。又如为了鼓励客人反复购买某一菜肴产品，像汉堡包、意大利pi’zza等，附一张卡片，说明收齐10张卡片后，可免费获得一份赠送品。

日本麦当劳采用“浮现游戏法”，使每月的销售额提高16％。所谓“浮现游戏法”，就是在卡片上印着3000日元、2025日元和1000日元金额不等的奖金，上面覆盖着一层银色膜，顾客只要用指甲轻搓一下就可以了。对顾客来说，一边用餐，一边参与游戏，实在太刺激、迷人了。

十二、建立信誉

日本麦当劳汉堡店的信条是：不要让顾客等30秒钟以上。经过科学分析，人在对话时，想得到对方的反应，以30秒钟为限，超过这个时间，就会感到焦虑。因此，客人点菜后，必须在30秒钟内上菜，否则，客人一定会不耐烦。麦当劳汉堡店还认为，他们有责任随时为顾客提供卫生的熟食。所以他们的汉堡包做好后lO分钟没有卖出去，就要丢掉，而炸薯条则规定在7分钟后丢掉。餐厅只有把自己的餐饮产品和服务与顾客利益结合起来才能建立良好信誉。良好信誉不仅能提高回客率，又能吸引潜在客人，从而增加营业收入。

十三、展示实例

在餐厅橱窗里陈列菜肴的模型或图片，包括摆设整齐餐桌，宴会现场照片或陈列一些鲜活的禽猛海鲜，以此来吸引顾客，推销自己的餐饮产品。

十四、特别促销

1、节日推销

推销是要抓住各种机会甚至创造机会吸引客人购买，以增加销量。各种节日是难得的推销时机，餐饮部门一般每年都要做自己的推销计划，尤其是节日推销计划，使节日的推销活动生动活泼，有创意，取得较好的推销效果。例如：

(1)元宵节。农历正月十五，可在店内店外组织客人看花灯、猜灯谜、舞狮子、踩高跷、划旱船、扭秧歌等，参加民族传统庆祝活动，可特别推销各式元宵。

另外，中国的传统节日还有很多，如清明节、中秋节、七夕--中国情人节、端午节、重阳节

餐饮连锁加盟招商代理领域权威诚信品牌：吃网餐饮加盟 餐饮资料库·中国最大的餐饮资料下载平台 http://www.feisuxs 等等，只要精心设计，认真加以挖掘。就能搞出有创意的推销活动。

(2)圣诞节。12月25日，是西方第一大节日，人们穿着盛装，互赠礼品，尽情享受节日美餐。在餐厅里，一般都布置圣诞树和小鹿，有圣诞老人赠送礼品。这个节日是餐饮部门进行推销的大好时机，一般都以圣诞自助餐、套餐的形式招徕客人，推出圣诞特选菜肴：火鸡、圣诞蛋糕、李子布丁、碎肉饼等，组织各种庆祝活动，唱圣诞歌，举办化妆舞会，抽奖活动等。圣诞活动可持续几天，餐饮部门还可用外卖的形式推销圣诞餐，扩大销量。

(3)情人节。2月14日。这是西方一个较浪漫的节目。餐厅可推出情人节套餐。推销“心”形高级巧克力，展销各式情人节糕饼，酒吧也特制情人鸡尾酒，一根双头心形吸管可增添许多乐趣。餐厅还可增加一个卖花女，鲜花当是一笔可观的收入。同时，举办情人节舞会或化妆舞会，举行各种文艺活动，抒情音乐会及舞蹈如“梁山伯与祝英台”、“罗密欧与朱丽叶”等等。

(4)春节。这是中国的民族传统节日，也是让在中国过年的外宾领略中华民族文化的节日。利用这个节日可推销中国传统的饺子宴、汤圆宴，特别推广年糕、饺子等等。同时举办守岁、喝春酒、谢神、戏曲表演等活动，丰富春节的生活，用生肖象征动物拜年来渲染气氛。

西方的节日也还有很多，如：复活节、感恩节、万圣节、开斋节、古尔邦节、啤酒节等等，他们不但在外国客人中有市场，对国内客人同样也有一定的吸引力。

2、组织俱乐部进行促销

各种餐厅、酒吧都可以吸引不同的俱乐部成员，酒店是俱乐部活动的理想场所。餐饮部门一方面可以自己组织一些俱乐部，如：常客俱乐部、美食家俱乐部、常驻外商俱乐部等等，让他们享有一些特别的优惠。另一方面也可以和当地的一些俱乐部、协会联系，提供场所，供这些协会活动。如当地的企业家协会、艺术家协会等等。酒店可发给他们会员卡、贵宾卡享受一些娱乐活动和服务的门票免费优惠，赊帐优惠和优先接待的优惠等等。酒吧还可以免费替他们保管瓶装酒。酒店通过组织这样的活动，既可以吸引更多的客人，又可以扩大自己的影响，成为许多当地新闻的中心，起到间接的推销作用。

3、举办培训班

现在该餐厅最受欢迎的项目是为妇女安排的活动。如果举办活动能使妇女们感兴趣，她们就会把她们的丈夫、小孩带来，一起参加活动。所以，最能赚钱的项目就是适合于女性的项目。例如：

(1)烹调技术培训课程。该课程的讲授从讨价还价的技巧开始一直到烹制美味佳肴的技术，聘请有一定知名度的厨师给学员讲解他们的食品制作过程，并邀请他们亲临指导，并示范讲解烹制

餐饮连锁加盟招商代理领域权威诚信品牌：吃网餐饮加盟 餐饮资料库·中国最大的餐饮资料下载平台 http://www.feisuxs 美味佳肴的诀窍。

(2)家政培训班。使学员学会怎样更有效地操持家务并节省钱财。访问那些愿意教给学员修理家具、刷墙等技术的手艺人。

十五、针对儿童推销活动

儿童是许多家庭出外就餐的决策者。儿童常去的餐厅是咖啡厅和快餐店，针对他们的推销有以下几点：

(1)提供儿童菜单和儿童份额的餐饮品，多给儿童一些特别关照；

(2)提供为儿童服务的设施。例如儿童座椅、儿童餐具、围兜，一视同仁接待小客人；(3)赠送儿童小礼物，尤其选送他们喜欢的与餐厅宣传密切联系的礼品；

(4)娱乐活动。儿童对新奇好玩的东西较感兴趣，餐厅常在一角设有儿童游戏场，放置一些木马、积木、翘板之类的玩具，还有的专门为儿童开设专场木偶戏表演、魔术和小丑表演，或放映卡通片、讲故事等。尤其在周末、周日，儿童节日，这是吸引全家用餐的好方法。

(5)儿童生日推销。餐厅可以印制生日菜单。进行宣传，给予一定的优惠。例如日本麦当劳汉堡店记载了约60万名小朋友的出生日期，在每个小朋友生日前几天，会收到麦当劳汉堡店寄来的电脑生日卡，到了生El那天，小朋友便持卡到麦当劳来。这时，店里的工作人员除了对小寿星说一声“生日快乐”以外，还鼓掌欢迎他们的光临。餐厅还推销生日宴有“宝宝满月”、“周岁宴会”等等，从长远看，这些小朋友是餐厅的潜在顾客。

(6)抽奖与赠品。常见的做法是发给每位儿童一张动物画，让儿童用蜡笔涂上颜色，进行比赛，给获奖者颁发奖品，增加了儿童的不少乐趣。

(7)赞助儿童事业，树立餐厅形象。餐厅可以给孤儿院等儿童慈善机构进行募捐，设立奖励学金，赞助儿童体育比赛，绘画、音乐比赛等，可以吸引新闻焦点，树立企业在公众中的形象。

十六、其他推销术

(1)把体现酒吧、餐厅特色的食物广告印在帐单上。(2)让女招待穿上特别的服饰为某种饮料作广告。

(3)在快乐时光里，每隔半小时转一次幸运轮盘来决定饮料的价格，价格可以浮动。(4)举办“名酒鉴赏”活动，即免费供应酒。

(5)餐馆对出租汽车司机免费供应膳食，条件是他们得向搭车顾客推荐这家餐厅。

餐饮连锁加盟招商代理领域权威诚信品牌：吃网餐饮加盟 餐饮资料库·中国最大的餐饮资料下载平台 http://www.feisuxs

(6)赠送优待证或优惠卡。餐厅有庆祝活动可采用此法。

(7)邀请当地居民前来喝一杯，或是买一赠一，即送一张可免费美餐一顿的优待券的膳食。(8)聘用当地邮政人员在分送报纸时顺带分发宣传品。

(9)每周花一个晚上举行侍者工作讨论会，每次讨论如何推销一种餐饮品。

(10)充分调动员工的积极性，鼓励他们多销售；派遣女服务员在生意清淡的午后外出为餐馆揽生意，宣传餐馆举办的周末特别活动。

(11)使用别致的餐饮器具。

当然，餐厅的推销术还有许许多多，这里就不再做介绍，总之，主动推销必然能比守株待免赢得更多的生意，如能明智计划、积极地推销，那么这种推销努力决不会白费，就肯定会获得成功。

餐饮连锁加盟招商代理领域权威诚信品牌：吃网餐饮加盟

**第五篇：餐饮员工绩效考核标准方法**

餐饮员工绩效考核标准

基层员工的考核项目分工作能力、团队意识和职业能力三项，所占的百分比分别为25％、35％、10％，每个项目所包括的考核因素如下：

一、工作能力

对普通员工工作能力的考核包括工作质量、工作效率、工作方法、出勤情况、执行力，共5个评价因素。每个因素的内容及评分标准如下：

1、工作质量：是指所承担的生产、工作、服务的完成过程情况。

评定标准：若超过，5分；完成指标，4分；尚可，3分；勉强，2分；太差，1分。

2、工作效率：是指单位时间内完成的工作速度。

评定标准：若很高，5分；较高，4分；尚可，3分；较低，2分；太差，1分。

3、工作方法：是指为完成目标所采取的方式、方法是否按照规范。

评定标准：若很得要领，5分；得要领，4分；尚可，3分；欠佳，2分；不得要领，1分。

4、出勤情况：即迟到、早退、事假、病假、公休、其它福利假期和旷工的统称。

评定标准：若正常公休，5分；有其他福利假期，4分；有迟到、早退，3分；

有病假、事假，2分；有旷工，0分。

5、执行力：是指服从能力和落实能力。

评定标准：若很高，5分；较高，4分；尚可，3分；较低，2分；太低，1分。

二、团队意识

对普通员工品德的考核包括学习精神、工作态度、工作责任感、服务性、协作性、个人修养和集体荣誉感共7个评价因素。每个因素的内容和评分标准如下：

1、学习精神：是指对培训学习技术、专业知识、规章制度的兴趣和自觉程度。

评定标准：若很高，5分；高4分；尚可，3分；欠佳，2分；很低，1分。

2、工作态度：是指对完成目标工作所持有的态度。

评定标准：若很好，5分；好，4分；尚可，3分；欠佳，2分；很差，1分。

3、工作责任感：是指对完成目标的责任程度。

评定标准：若很强：5分；强：4分；尚可：3分；欠佳：2分；太差：1分。

4、服务性：即是指在完成工作过程中态度、语言、行为和意识的综合体现。

评定标准：若很强，1分；强，2分；尚可，3分；欠佳，4分；太差，5分。

5、协作性：即是指在工作中要经过相互帮助、协调才能够达到预定效果的配合行为。

评定标准：若很强，5分；强，4分；尚可，3分；欠佳，2分；太差，1分。

6、礼节礼貌

评定标准：很有修养，5分；有修养，4分；尚可，3分；欠佳，2分；很差，1分。

7、集体荣誉感

评定标准：相当具备，5分；具备，4分；尚可，3分；欠佳，2分；很差，1分。

三、职业能力

对员工学识的考核包括专业知识、一般知识和学识应用本职工作程度共３个评价因素。每个因素的内容和评分标准如下：

１、专业知识：是指从事本职工作应掌握的专业基本知识、技能技巧，国家颁布的相应法律、法规、政策等。

评定标准：若很丰富，5分；丰富，4分；普遍，3分；不足，2分；太差，1分。

2、学识应用度：是指专业知识和一般知识在工作中应用的深度、广度。

评定标准：若很好，5分；好，4分；尚可，3分；欠佳，2分；不好，1分。

四、月、季度、年绩效考核得分规定

员工（月）绩效考核得分=员工考核标准+部门考核成绩30%

员工（季度）绩效考核得分=员工该季度3个月考核得分综合÷3+部门负责人综合测评20%+人力资源部综合测评10%

员工（年）绩效考核得分=《绩效考核表》成绩×70%+员工述职评定10%+部门负责人综合测评10%+人力资源部综合测评10%

五、由人力资源部整理汇总，根据（季度）绩效考核成绩评定技能等级。

通知相关部门调整技能工资。

六、原则上评定技能等级按季度执行；

如工作表现特别优秀，可由部门负责人提出申请，人力资源部评定后，报总经理审批。

七、如遇员工调职、升职、离职情况，不做评定。

调职、升职员工将根据新的工作岗位进行评定。

八、季度绩效考核补充说明

（一）以下情况评定标准：

1、该季度累积旷工一天（含一天），维持原有技术等级；

2、该季度累积旷工一天以上，技术等级下调一级；

3、该季度事假、病假累积超过3天（含3天），维持原有技术等级；

4、该季度事假、病假累积3天以内，病假每半天扣绩效总分1分；事假半天扣绩效总分3分；

5、该季度迟到、早退累积超过6次（含6次），维持原有技术等级；

6、该季度迟到、早退累积超过6次以内，每次扣绩效总分1分。

（二）人力资源部将员工本季度内的所有奖惩记录汇总后给予评分，评分标准如下：本季度1.、内若无任何奖惩记录，绩效总分则得10分；

2、奖励：绩效总分嘉励一次加1分；记功一次加2分；记大功一次加3分；

3、惩戒：绩效总分警告一次减2分；记过一次减5分；记大过一次减10分；

4、功过相抵：嘉奖一次抵警告一次；记功一次抵记过一次；记大功一次抵记大过一次。

九、绩效考核补充说明

（一）以下情况评定标准：

1、该累积旷工三天（不含三天）以上，取消资格；

2、该旷工累积三天（含三天）以内，每半天扣绩效总分10分；

3、该事假、病假累积超过30天（含30天），取消资格；

4、该事假、病假累积30天以内，病假每天扣绩效总分1分；事假天扣绩效总分2分；

5、该迟到、早退累积超过20次（含20次），取消资格；

6、该迟到、早退累积超过20次以内，每次扣绩效总分1分。

（二）人力资源部将员工本内的所有奖惩记录汇总后给予评分，评分标准如下：

1.、本内若无任何奖惩记录，绩效总分则得10分；

2、奖励：绩效总分嘉奖一次加3分；记功一次加5分；记大功一次加9分；

3、惩戒：绩效总分警告一次减5分；记过一次减10分；记大过一次减15分；

4、功过相抵：嘉奖一次抵警告一次；记功一次抵记过一次；记大功一次抵记大过一次。

（三）绩效工资作为年终奖金的发放标准。

A级、90分以上

年终奖金1000元

B级、80分——90分年终奖金900元

C级、70分——79分年终奖金800元

D级、60分——69分年终奖金500元

E级、50分——59分年终奖金

200元

F级、50分以下

无年终奖金

注：如员工工龄不满一年（超过半年）可根据季度绩效工资酌情发放，原则上不超过500元；如员工工龄不满一个季度的可根据月绩效考核成绩酌情发放，原则上不超过300元；如员工工龄不满一个月的不予发放。

餐饮员工激励方法

随着今年夏季温度的不断上升，餐饮业的生意多多少少会受到炎热天气的影响，餐饮员工的激情自然也没有平时高了，顾客满意度也自然下降不少。作为餐饮管理者也想了不少的办法来激烈员工，可具体又不知道用什么样的方法？餐饮员工激励，就是激发人的内在潜力，使人感到力有所用，才有所展，劳有所得，功有所奖，从而增强自觉努力工作的责任感。因此，能否建立健全激励机制，能否有效地激励每一个餐饮员工，将直接关系到餐饮业的发展。

一、目标激励

一个振奋人心、切实可行的奋斗目标，可以起到鼓舞和激励的作用。所谓目标激励，就是把大、中、小、不论远、中、近的目标结合起来，使人们在工作中每时每刻都把自己的行动与这些目标紧密联系。目标激励包括设置目标、实施目标、检查目标。

二、奖励激励

奖励就是对人们的某种行为给予肯定和奖赏，使这种行为得以巩固和发展。奖励要物资与精神相结合，方式要不断创新，新颖刺激和变化刺激的作用是比较大的，重复多次的刺激，作用就会衰减，奖励过于频繁，刺激作用就会减少。

三、支持激励

支持激励就是作为一个领导者，要善于支持员工的创造性建议，把员工蕴藏的聪明才智挖掘出来，使得人人开动脑筋，勇于创造。支持激励包括：尊重下级的人格、尊严、首创精神，爱护下级的积极性和创造性；信任下级，放手让下级大胆工作，当工作遇到困难时，主动为下级排忧解难，增加下级的安全感和信任感；当工作遇到差错时，承担自己应该承担的责任，创造一定的条件，使下级能胜任工作。

四、关怀激励

了解是关怀的前提，作为一名领导者，对下属员工要做到“八个了解”，即了解员工的姓名、籍贯、出身、家庭、经历、特长、个性、表现；

“八个有数”，即对员工的工作情况有数、身体情况有数、学习情况有数、经济状况有数、住房条件有数、家庭成员有数、兴趣爱好有数、社会交往有数。

五、榜样激励

通过具有典型性的人物和事例，营造典型示范效应，让员工明白提倡或反对什么思想、作风和行为，鼓舞员工学先进、帮后进。要善于及时发现典型、总结典型、运用典型。

六、集体荣誉激励

通过给予集体荣誉，培养集体意识，从而产生自豪感和光荣感，形成一种自觉维护集体荣誉的力量。各种管理和奖励制度，要有利于集体意识的形成，形成竞争合力。

七、数据激励

用数据显示成绩和贡献，能更有可比性和说服力地激励员工的进取心。对能够定量显示的各种指标，都要尽可能地进行定量考核，并定期公布考核结果，这样可使员工明确差距，迎头赶上。

八、领导行为激励

一个好的领导行为能给员工带来信心和力量，激励员工朝着既定的目标前进。这种好的领导行为所带来的影响力，有权力性的和非权力性的，而激励效应和作用，更多的来自非权力性因素。包括领导者的品德、学识、经历、技能等方面，而严于律己、以身作则等则是产生影响力和激励效应的主要方式。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！