

<<餐饮业员工心理行为分析>>

图书基本信息

书名：<<餐饮业员工心理行为分析>>

13位ISBN编号：9787504736833

10位ISBN编号：750473683X

出版时间：2011-6

出版时间：中国物资

作者：唯高 编

页数：287

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>

## <<餐饮业员工心理行为分析>>

### 前言

乘改革开放的快车，经历了三十年的风风雨雨，现今的中国餐饮业已经成为市场化程度最高、竞争最激烈、发展速度最快的行业之一。

它曾经吸引了成千上万投资者的目光，并给了其中许多人以丰厚的回报。

只有经营过餐饮企业的人才会明白，日进万金其实不是神话，而是完全能够实现的事情。

但是，面对新开的餐馆越来越多、赔钱的餐馆也日渐增多的残酷现实，不少业内人士既感到惶恐不安，又感到困惑不已。

为什么昨天还客似云来的海鲜城，今天却少有人问津？

为什么仅一墙之隔的两家火锅店，一家烟雾腾腾，一家却锅冷人稀？

为什么麦当劳、肯德基等洋餐馆能春夏秋冬没有淡季，而不少中餐馆却时冷时热，有时甚至该旺不旺？

为什么有些昨天还几乎是一贫如洗的下岗职工，今天已经变成了腰缠万贯的餐馆老板；而有些昨天还是指指点点地吆喝着的老板，今天却又重新回到了打工仔的行列……据我们调查得知，从投资者、老板到各级从业人员，都很想探究所有这些问题的奥秘，很想在餐饮业这一宝山中挖到金矿。

但是，一个实际困难却摆在他们的面前，那就是在茫茫书海中，介绍健康食品、家庭菜式的不少，但介绍怎样开办、经营餐馆的书籍却不多，即便有也是零零碎碎，且不够通俗易懂，缺乏可操作性。

现在，我们可以满怀信心地告诉读者，这个困难可以解决了！

我们在经过长期准备和酝酿之后，与中国物资出版社、广东烹饪协会、香港维高餐饮经营管理策划公司联合策划、出版了《唯高餐饮经典书库》系列丛书，填补了这方面的空白，以推动中国餐饮业的发展，帮助众多餐饮业老板和从业人员圆其创业梦与发财梦。

《唯高餐饮经典书库》系列丛书的作者们，既有资深的餐饮业老板、总经理、高层主管和培训人员，也有专家、教授、作家、记者和编辑，他们都以强烈的责任心，深入餐饮业基层，对老板、员工反复采访，收集了大量的第一手资料，并认真研究了餐饮业的理论知识。

本系列丛书，是他们为餐饮业创造的宝贵财富。

本系列丛书涵盖的范围广，涉及餐馆运作的方方面面，包括经营技巧、经营理念、管理方法、服务技能和员工培训等许多细节，内容极其丰富，知识面极其广阔，因而具有全面性和实用性。

本系列丛书既有深入浅出的理论阐述，也有生动有趣的实例，可操作性强，可读性也强。

本系列丛书还力求在创作理念上与时代同步，有一定的超前性，蕴涵着一定的指导意义。

我们深信，《唯高餐饮经典书库》系列丛书一定会成为广大读者的良师益友，一定会为他们带来美好的“钱景”。

## <<餐饮业员工心理行为分析>>

### 内容概要

您是餐饮业管理阶层吗？

您需要《餐饮业员工心理行为分析》。

因为它将帮助您更深入细致地了解您的部下，帮助您更自觉地尊重他们，以发挥出彼此间更多的潜能。

您是餐饮业普通从业人员吗？

您同样需要这《餐饮业员工心理行为分析》。

因为它将使您更清晰地认识自己、分析自己，帮助您晋升管理阶层或迈向社会的更高层次，取得更理想的报酬和待遇。

由唯高主编的《餐饮业员工心理行为分析》有深入浅出的理论阐述，也有生动有趣的实例，可操作性强，可读性也强。

## <<餐饮业员工心理行为分析>>

### 书籍目录

#### 客我关系篇——顾客是上帝吗

谁说顾客是上帝  
最怕接待投诉过的顾客  
客人体味重，我怕  
我又不是保安  
换不换骨碟都有错  
又不是我得益  
下班了，别烦我  
没钱就别臭显  
AA制的“穷酸客”  
叫你大出血  
未尝怎知菜滋味  
多一事不如少一事  
我天生不爱笑  
客人入厨显身手  
客人谈话我感兴趣  
结了账还不走  
今天的牛肉不新鲜  
小孩的话要听吗  
经理不怕脏

#### 制度管理篇——制度不应是卡我们的

老板，你睁只眼闭只眼吧  
我想知道同事的薪酬  
小费该不该上缴  
员工想读书  
谁不盼望有个好集体  
老板，组织旅游吧  
难道就你一家餐馆  
你可愿听我的心里话  
离开还是留下  
人比人，气死人  
我抽烟你管得着吗  
我辞职了我怕谁

#### 上下关系篇——主管的话不一定正确

唠叨的主管真讨厌  
尊重上司就是阿谀奉承  
找一个主管做靠山  
主管的话不一定正确  
把功劳让给上司  
总经理。

#### 我漂亮吗

主管帮员工？

#### 瞎忙

这经理变态的  
对下属还要客气吗

## <<餐饮业员工心理行为分析>>

客人走单谁的错

员工关系篇——多交朋友好处事

我从来不知什么叫修养

我不美但很有能耐

为什么我就不能当主管

我也可以摆款了

你当我是谁

这个经理太无能了

要求按劳付酬也是计较

我们想结伙跳槽

见高就拜，见低就踩

不该有的结局

进退关系篇——人往高处走

“慢工”出细活

她不过是个洗碗工

出菜迟又不关我的事

我盼大师傅教我做菜

这样的清洁工该不该骂

做这个传菜员真窝囊

谁的错

高学历低职位

这里钱少我想走

谁最棒

我被主管定了型

小职员坐大奔驰

炒股是我的希望

我好想当调酒员

这小财颇吸引人

后记

## <<餐饮业员工心理行为分析>>

### 章节摘录

版权页：客我关系篇——顾客是上帝吗如果把“顾客就是上帝”这句话绝对化，认为顾客可以对待应所欲为，那就大错特错了。

但因此而不以优质的服务待客，也是绝不容许的。

自从中国经济开放以来，“顾客就是上帝”“顾客总是对的”几乎一直是餐饮业经营所遵循的、形象地体现侍应与顾客之间的关系的原则。

但从法律的角度上看，则是法律面前人人平等，不存在“顾客就高人一等”“侍应便低人一等”的道理。

“顾客是上帝”并不等于侍应就是奴隶，“顾客总是对的”不等于“侍应总是错的”。

“顾客是上帝”只是体现对顾客的充分尊重，体现行业精神，体现高素质服务，是一个对从业人员提出高要求的、在语言上夸张了的、策略性的口号。

“顾客总是对的”这一口号强调的也只是餐饮企业一定要在产品服务与心理服务上满足顾客的要求，不做没有顾客的生意，因而在形式上把对让给了顾客罢了。

如果把口号话绝对化，将其理解为顾客就是高高地骑在侍应头上可以为所欲为的上帝、是不可能有的圣人，那就大错特错了。

因此，管理者在评价侍应与客人之间的关系，在维护客人的正当的消费权益的同时，也应维护员工的正当的合法权益，维持员工的心理平衡时必须把握好尺度。

谁说顾客是上帝案例周末夜晚，广州某知名酒家已座无虚席，所有的房间也早已被预订一空。

其中玫瑰厅和菊花厅分别坐着两拨相熟的东北朋友，他们频频来往、相互敬酒，显得热闹非凡；不久，便个个喝得面红耳热。

只见满桌子的杯盘狼藉，数数放在一旁的空酒瓶，两个房间要了不下二十瓶高度五粮液酒。

这时两间房的客人有的趴在桌上睡着了，有的仍在跟同桌斗酒，有的则开始大喊大叫起来。

见此情景，两个厅房的服务员夏小丽和高萍都感到害怕起来，在走道里小声嘀咕着：“客人全都喝多了，大喊大叫的好可怕呀。”

“是呀，上次周玲服务的那些客人喝醉酒，还砸东西呢。”

“可不，后来好像全喝倒了，经理只好让他们在房间睡觉呢。”

“两人正担心，”服务员！

服务员！

“玫瑰厅”的一位客人高声叫喊，夏小丽急忙赶到客人身边，微笑着问：“先生，有什么可以帮您的吗？”

“没看到我的酒杯空了吗？”

给我加酒！

“客人显然喝多了，语气里明显带着烦躁。”

小丽急忙给客人加满酒。

客人斜眼打量着小丽要求说：“小姐，你长得好漂亮，陪我喝一杯。”

“一边说着一边把酒往小丽嘴边送。”

小丽急忙推开说：“对不起，先生。”

我在工作，餐厅规定我们不能跟客人喝酒的。”

“喝一杯我给10块钱小费。”

“真的很对不起，我不能违反餐厅规定。”

小丽脸都红了。

其他看热闹的客人开始起哄，这个说：“陪我们李总喝！”

喝一杯50块钱，我给。”

“那个又说：“赶紧喝吧，不然我们李总生气了。”

“还有的威胁说：“对呀，李总有的是钱，他一生气说不定砸了你们餐厅，不信你试试！”

小丽急得眼泪都要出来了，她想：现在客人喝多了头脑不清醒，跟他们讲理恐怕没用。”

## <<餐饮业员工心理行为分析>>

但万一客人真的砸餐厅可怎么办？

不行，还是快去找经理来处理的好。

想罢一转身飞快地跑去向餐厅刘经理报告。

刘经理先是安慰了一下小丽，使她心情平静下来一点，然后便跟随小丽来到房间。

客人见刘经理来了，更来劲了。

那位被称为李总的先发制人说：“你们是怎么教服务员的？”

陪客人喝杯酒这么简单的事情都不做。

不是说客人是你们的上帝吗，原来是哄我们的呀？

”另一个接着说：“在我们东北，向客人敬酒表示对客人的友好和欢迎。

只有喝好了，客人下次才会再来，知道不？”

”其他客人也纷纷点头附和着。

刘经理微微一笑，端起桌上的酒杯连饮三杯，向客人道歉说：“刚才我已按喝酒的规矩自罚了三杯，向大家表示衷心的欢迎，做得不够的地方，还请大家多多包涵。

”客人们没想到经理会那么“自觉”地喝酒，一时大家都没了话，便快快地坐了下来。

趁此机会，刘经理吩咐小丽赶紧给客人送上一盘精美的水果，还每人奉送了一碗莲子羹以作解酒。

本来事情到这里就该告一段落了，可偏偏高萍那边又出问题了。

只见高萍哭着跑来找刘经理，说她那里的客人嫌她斟酒慢了，强行要罚她喝酒，无论高萍如何解释和赔礼道歉都不行，一位粗鲁的客人甚至抱着她的腰强行灌酒，引得其他客人哄笑不停。

高萍这辈子从没受过这样的屈辱，又羞又恼地挣扎着跑了出来。

这时，“菊花厅”传来了杯盘的碰撞声和破碎声，估计是客人在里面大发酒疯了。

刘经理从容地走进了满地碎片的“菊花厅”。

“各位先生，我们有什么做得不对的地方请多提宝贵意见。

”刘经理仍然微笑着说。

“我们就是不满意。

小姐不给我们面子，看不起我们东北人。

”“哦，她做得不对的，我们一定批评教育她。

但她是个女孩子，请各位先生不要让她太难堪，况且服务员不能在工作时间喝酒，这是餐厅的规定。

违反了，是要受处分的。

”“那你代她喝也可以。

”客人开始找台阶下。

“好，我就代她喝一杯，算是给各位赔礼了。

”刘经理说完将酒一饮而尽。

“酒我喝了，但地上打碎的杯盘你们要按规定赔偿。

”“什么，还要赔？”

是你们服务不周到，竟然还要我们赔？”

”“几个破盘也值不了几个钱，以后我们再也不来这里消费了。

”客人又开始闹起来。

看着一地的碎盘烂碟和地毯的斑斑污迹，刘经理坚定地回答：“实在抱歉，今天的餐具损耗实在太大了，而且地毯上的污迹也需要费不少时间擦洗，所以请各位先吃点水果休息一下，待我们计算一下损失再来报上需要赔偿的价目。

”“老子就是不赔！”

还要给你点颜色看看。

”刘经理还未反应过来，脸上已经重重地挨了一拳。

门外的保安马上冲进来将客人隔开，并拨打了110报警电话。

十分钟后，警察将肇事者连同其他客人带离了餐厅。

客人借酒对服务员蛮横无理，的确深深伤害了服务员夏小丽和高萍的自尊心，尤其是已经谈婚论嫁、面容秀丽的高萍，简直感到受了奇耻大辱：“大家都是人，凭什么客人就高人一等，服务员就注定要

## <<餐饮业员工心理行为分析>>

受气呢？

” “难道客人喝多了就可以调戏我们女性吗？

就可以乱砸餐厅的东西吗？

” “就是！

难怪有骨气的人都不做这一行，今天才真的体验到做服务员没尊严可谈。

” “说到底还是我们没文化，有本事早做白领坐办公室去了，哪里还要受这份气？

” “哼！

下次再碰到定要好好教训这班浑蛋，看他们还敢那么霸道！

” “经理比我们还惨呢，居然被打了。

不过他也真够镇静的，还坚持要他们赔偿损失。

” “反正我是受不了这个罪了，我要辞职……”两个女孩子就这么一直在员工休息处发泄着各自的不满和心里的怨恨。

【分析】被客人非礼、谩骂、强迫喝酒，是引起侍应胆怯的直接诱因。

这种心理在侍应队伍里带着共性，在绝大多数服务员心里普遍存在。

其表现就是对难缠的顾客，能避则避，不愿独自面对，动辄搬上司出面。

其产生和存在的原因，不外乎以下三点：（1）是由女性的生理特点所决定。

女性相对于男性习惯地处于弱势，她们远较男性怕事。

况且，闹事的又多是酒后的男人。

（2）是对“顾客就是上帝”这一服务业的普遍精神缺乏全面正确的理解，不知道这只是强调优质服务的一个夸张了的口号，不知道这口号并不能超越法律和道德的范畴，不知道这口号的最终目标也是双赢：顾客在心理上觉得自己是上帝时，餐厅也同时成了上帝。

因为你赢得了客人的口碑而声名远播，因为你事实上赚了客人的钱，因为你在激烈的市场竞争的天平上又增加了自己的砝码；以致不知道该如何对待这些闹事的“上帝”，因此害怕被客人伤害，怕处理不好被上司责怪甚至被“炒”。

P1-6



## <<餐饮业员工心理行为分析>>

### 后记

经过一段时间的精心策划和辛苦努力,《唯高餐饮经典书库》终于和广大读者朋友见面了。

对于这套丛书的出版,我们感到无比欣慰和振奋!

多年来,我们一直高度关注着中国餐饮业的发展,而且为此付出了自己的心血和汗水。

我们对中国餐饮业不仅展开了深入细致的调查、分析和研究,而且在这一领域取得了极为丰富的研究成果。

正是在长期研究的基础上,我们得出了一个结论:“三百六十行,餐饮为王。

”无数事实证明,我们的这一判断是非常正确的。

的确,中国的餐饮业已经造就了数以万计的百万富翁、千万富翁乃至亿万富豪。

这些事实说明,中国的餐饮业大有可为,其中潜藏着无穷的宝藏和无尽的机会。

由此我们更加认清了从事餐饮业研究的宝贵价值和重要意义,也更加坚定了我们继续努力的自信心和自豪感。

这套丛书的策划、出版,正是我们多年研究成果的结晶和展示。

当您读完这套丛书中的每一本书的时候,一定会有很多感受和想法,或觉得受益良多,或感到意犹未尽,或有了进一步的启发,或发现了其美中不足之处……无论您的想法是什么,我们都真诚地希望听到您的宝贵意见和建议,以便我们将来做得更好。

衷心希望这套丛书的出版,能够给广大餐饮业界人士提供有益的支持和帮助!

欢迎您多提宝贵意见!

《唯高餐饮经典书库》编委会2011年2月

## <<餐饮业员工心理行为分析>>

### 编辑推荐

《餐饮业员工心理行为分析》：管理的最终对象是人，这几乎是众人皆知的。

但是，管理的最终意义是什么，恐怕许多人会不甚了解。

我想知道同事的工资怎么办？

客人结了帐还不走怎么办？

客人给我小费我该怎么办？

我想边工作、边读书可以吗？

面对唠叨的主管我该怎么办？

对下属还要客气嘛？

如何把功劳让给上司？

为什么我不能当主管？

“慢工”出细活，这样做对吗？

做一名传菜员窝囊吗？

主管的话就一定正确吗？

餐饮业老板、主管和从业人员的工具书。

中国餐饮业老板，主管和从业人员的思想库和工具库。

<<餐饮业员工心理行为分析>>

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>