

《服务的细节010：繁荣店的问卷调查术》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2013年08月01日

开本：12k

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787506065801

丛书名：服务的细节：10

内容简介

迄今为止我在自己的著作中一直主张“请勿在餐饮店内做问卷调查”这样耸人听闻的观点，受到了数不清的批判和斥责。

“听取客人的声音是非常重要的!”

“客人的意见中包含了将经营持续下去的重要内容!”

确实，诸如上述的反对意见是事实。

实际上我也是那么认为的。和我打过交道的客户都知道我是多么重视调查和销售终端数据（POS），并灵活运用这些数据来管理企业的。

作者简介

1965年出生于日本神奈川县。最初在餐饮连锁店工作，后进入绿厨餐饮集团就职。为“炸猪排新宿仙人掌”的多店铺发展做出了很大贡献。1998年开始独立创业，担任餐饮企业咨询顾问。擅长业态开发和拯救亏损企业，以超过对一万家企业的考察经验为基础，对多家餐饮企业进行了指导，成功打造多家盈利企业。

目录

前言

第1章 为什么要进行问卷调查

能熟练掌握问卷调查方法的人并不多

问卷调查的基础

开始问卷调查前的准备知识

问卷调查的最大优点

所谓问卷调查的目的

问卷调查是把双刃剑

通过问卷调查可以了解自己无法巡视的店铺的情况

乔装调查也有陷阱

注意保护员工的积极性

因用餐理由而变化的回头客概率

感谢信是最好的激励

第2章 问卷调查的实施方法和流程

在线试读部分章节

第1章 为什么要进行问卷调查？

“客人的感受如何？”“客人如何评价？”作为调查这些问题的工具，问卷调查是非常方便的。如果把客人的意见反映到店铺经营中去，店铺就可以按客人要求越变越好。但是另一方面，我一直在各种各样的书籍或专栏、讲座中提出“请停止做问卷调查”的主张。那是因为我深知，若不了解问卷调查的本质，只是囫囵吞枣地模仿书本知识贸然去做的危险陛。

假设在问卷调查的结果中有“菜品太少”这样的回答。按照一般的做法，店主就会增加菜品，增加菜单的选项吧。但是，事情永远没有那么简单。

做个假设，那间餐饮店位于头回客不断上门的地段的话，菜品种类少不一定完全是坏事。在一等一的商业地段，专卖店鳞次栉比。扩大商品门类的话，说不定会沦为“不知道是专门做什么的餐饮店”，反而不能吸引客人上门了。

再者，由于增加了菜单的内容，而致使客人反而不容易点菜或者上菜速度变慢的话，那也会使客流减少。

也就是说，必须把自己店铺的想法或者强项、弱项与问卷调查的结果相互对照，按照店铺的实际情况进行改革才行。

.....

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)