

五”发展战略。

2. 营造一种有利于企业经济管理创新的环境和氛围

管理强化的理论表明,强化和强化的环境都具有刺激作用。培养创新精神继而不断创新企业的经济管理模式,均是需要一个良好的刺激环境渲染以及氛围的烘托。创新实施和发展的物质因素不仅仅是强化因素,同时也是影响创新的因素,所以具有经济管理创新的环境是强化创新管理的基本要素,所谓的物质因素包括创新的资金投入、场地的支持、将创新成果付诸于实践的条件等;另外创新企业的文化,在企业价值观和企业精神中将创新渗透进去,将创新融合进企业的文化内涵中,营造一种全新的具有创新意识的企业文化和精神风貌。

3. 建立一套有利于强化创新的激励机制

在工作中先确定一个具有刺激和激励作用的工作目标,然后将强化的方面进行指明,比如每月的营业额、每月的安全操作事故发生率等,在员工达到多规定的目标之后实施奖励和肯定,对于没有合格的员工进行惩罚和批评。但是创新型的激励机制与传统的考核制度,在制定的过程中严格按照,前期目标的确定,中间行为的实施,后期的结果的展示三方面进行,在此过程中可以将能够提升经济效益的行为,在后期的经济管理创新时予以使用。

4. 将及时反馈作为强化创新的重要手段

及时反馈就是将工作中的情况通过最快捷的方式反映到行动者方。创新过程注定的循序渐进的,因此对于创新的具体效果还需要所反馈的信息来确定,同时通过反馈的信息可以将创新成果不断的修正和完善。因此强化应该及时,这样才能将工作的反应程度提高,及时强化的概念和随时强化必须区分开来,否则将会导致管理工作变得混乱不堪,而且会导致做很多无用功。因此间断性不定期的强化更能取得好的效果。而最好的激励效果一般是在事件发生之后及时给予信息反馈或者强化,同时领导的注意和重视也能够起到很好的强化作用,因此及时的信息反馈是非常的有效创新方法。

四、结束语

怎样加强企业的经济管理,一直以来都是各个企业的领导层和管理者最为关注的话题,然而企业在建立完整的经济管理模式的同时,一定要做到对人力资源进行优化,响应国家和市场的号召,不断加强企业的内部控制力度和审核强度,从而才能不断的提升经济管理水平,在残酷的市场经济浪潮中越走越远。

参考文献:

- [1]刘霞.浅谈如何强化创新企业经济管理[J].现代商业,2010(9).
- [2]刘秀霞.浅谈如何提高企业经济管理水平[J].东方企业文化,2013(9).
- [3]薄涛.浅谈如何强化创新企业经济管理[J].管理学家,2014(5).

海底捞人性化经营管理模式浅析

■徐文静 洛阳师范学院商学院

摘要 1994年在四川简阳仅以四张桌子成立的海底捞,在如今的餐饮业中是远近闻名。这家以经营川味火锅为主的餐饮品牌,短短数年就在北京、西安、上海等大城市开设了80多家连锁店,成为业界的奇迹,最大的功劳则是海底捞人性化的经营管理。但是海底捞在经营中也面临一些问题,对此海底捞应结合自身优势从(策略部分整合)等方面进行改进,以使其达到管理的优化。

关键词 海底捞;人性化;员工;顾客

海底捞的人性化经营管理营造了海底捞内部的战斗力。海底捞的员工是企业的成功根基,海底捞的员工是没法复制的,他们创造的个性化服务成为企业成功的关键因素。在海底捞,员工和企业有着共同的使命和目标,并为之共同努力,使海底捞在竞争激烈的餐饮市场中立于不败之地。

一、海底捞的人性化经营管理模式

1. 用心对待员工

海底捞的员工为顾客提供最细致、最周到、最贴心、最热情的服务,让顾客流连忘返,那么是什么魔力让海底捞的员工都如此激情、用心的为顾客服务呢?

(1) 对员工的情感经营

员工是海底捞的生意基石。海底捞为所有员工提供免费的标准化公寓住宿,还为夫妻提供单独住宿,充分为员工的健康着想,不让居住阴暗潮湿的宿舍,上下班20分钟内可以到达,不占用员工的休息时间;海底捞为员工提供24小时的热热水服务,免费的空调暖气,还有电脑电视供员工休闲娱乐,专门聘请家政人员,负责员工公寓的日常清扫、清洗员工衣服、床单等,提供丰厚的福利待遇,海底捞不仅给优秀的员工发奖金,而且会给员工远在家乡的父母发福利,为员工父母上保险,海底捞派人送慰问金给员工生病的父母;不仅如此,海底捞还专门出资在简阳建立了一所员工子弟学校,解决了员工子女上学难的问题。

海底捞的这些解决了员工的后顾之忧,给员工一种家的安全感,提升了员工的幸福感。海底捞对员工的“情感经营”,可以说是达到了极致,做到了最好,当员工受到来自企业的忠诚,在心理上获得满足和依靠,员工会更加热情的工作。

(2) 尊重信任每一名员工

海底捞的每一位员工都是企业局部的管理者,海底捞的员工从管理层到普通员工都有着特权。员工具有打折权,如果顾客等候时间过长,或者对所上的菜不满意,或是对体验的服务哪里有意愿,员工可以根据具体情况给顾客一定的折扣,还可以赠送一定的小礼品,有必要的情况下,员工有权免单,店长可以做主30万元以下的开支。海底捞尊重和信任每一名员工,员工感受到那种强烈的主人翁意识,这种被信任的感情更增加了员工的工作热情。

(3)良好的工作环境和晋升渠道

海底捞的员工有着良好的工作环境和公平的发展平台。海底捞的管理者和重要岗位人员都必须从基层做起,良好的晋升以公平为前提。在海底捞,员工在一个岗位工作一段时间且表现优秀,可以升到更高级职务。如果员工连续三个月被评为“先进”就可升职为“标兵”,连续四个月被评为“标兵”就可以升职为“劳模”,六个月可以升职为“功勋”。这种模式,让员工看到了发展的希望。此外,还鼓励员工在工作中创新,那些金点子都是员工提出来的,一旦被采用,就以员工的名字命名,并给予奖励。海底捞通过这种有效的授权、放权来激励员工的工作热情,推动企业与员工的双前进。

2.人性化服务顾客

给你的客户最好的服务是服务的最高境界。海底捞鼓励员工与顾客进行交流、互动,深刻了解顾客的喜好、口味,从而为顾客提供创造性的专门服务,“顾客就是上帝”在海底捞得到了完美的诠释。

(1)“变态”的个性化服务

顾客从进入海底捞到用餐结束,整个过程都能体验到海底捞的“变态”服务。免费为顾客提供擦车服务,为等位区的顾客提供沙发,免费的水果、饮料、还有供娱乐的棋盘,有电脑可以免费上网,还为顾客提供擦皮鞋服务,还为女子设立美甲专区;在顾客就餐时,变态服务送上桌,为戴眼镜者送擦镜布,为女子送发卡,避免头发妨碍用餐,专门有服务人员照看孩子,还不断为顾客送热毛巾,为吸烟者送口香糖等。

(2)善于感动顾客

服务好,让顾客对海底捞赞不绝口,海底捞的一些额外增值服务,更让顾客感动。有对恋人,女朋友想吃冰淇淋,员工亲自买回冰淇淋送给女孩,一个顾客打电话问海底捞有外卖吗?海底捞是没时间送的,但是电话挂了没多久,海底捞员工就真的把火锅送上了门。凡此种种,顾客怎能不心系海底捞,体验过海底捞的服务就会把这种服务转化为传播的动力。

二、海底捞经营管理面临的问题及对策

人性化管理不是万能的,完美的海底捞也会遇到问题,这关乎海底捞的未来,海底捞遇到哪些问题呢?怎样来解决呢?这都成为海底捞深思的问题。

1.海底捞经营管理面临的问题

(1)菜品宣传力度不够

海底捞更响亮、独特的是服务,菜品则没有成为海底捞的特色,在产品的宣传方面力度不够,这样会造成消费者认为海底捞经营产品单一化,会阻碍海底捞的发展。

(2)经营细节关注不够

随着生活水平的提高,消费者饮食习惯更倾向于快餐等,而火锅用时较长,海底捞的“师傅带徒弟”阻碍了海底捞的市场占有率,海底捞的价格相比其他同行高,这超出了一些顾客的接受范围,海底捞的顾客较多,而店面没有足够大,顾客等候时间长,这样会让海底捞丧失一些顾客。

(3)各类餐饮对其冲击较大

竞相模仿海底捞的经营管理,其他新开店给海底捞带来了威胁。近年来,中国对西餐、韩国料理、日本料理等外国饮食有所青睐,海底捞不可避免地受到了冲击。

(4)海外业务缺乏深度调研

在美国的南加州,海底捞开设了第一家分店,但是与希望的相反,海底捞在美国却遇到了困难。在美国吃饭常常会给小费,所以定价在美国成为议题;人性化的贴心服务,放心安全的食品在美国人看来是理所当然的,在美国调味汁和酱料都是免费的,收费对于他们不合情理。而且美国人接受酸菜鱼口味的锅底,不吃大锅饭,美国食品安全监管机构不可能批准在餐厅内开设美甲服务,白酒在美国很少人沾之,他们常喝的是冰水、冰可乐。面临种种问题,海底捞在美国走的比较艰辛,海底捞自身对此市场情况判断失误。

2.海底捞经营管理的对策建议

(1)应对策略:海底捞在继续提供优质服务的同时在菜品创新上下功夫,增加特色菜系,形成菜系的差异化,在传统意义上的川菜中加入“时尚化、现代化”的元素,使其从味觉、视觉、感觉上都满足顾客更高层次的需要。创新出一套独特的标准化的菜系,形成店内特色,加大宣传力度,增加知名度。尝试快餐式火锅,更加方便快捷。建立专门的培训体系,加快新员工的培训学习进度,从而更快的适应岗位需要,增强海底捞的自身实力,扩大经营规模。在这个提倡环保,注重饮食的年代,海底捞要尝试推出绿色火锅,适应社会发展的需要,在价格上要结合消费大众的支付能力,实行一些优惠政策,如小孩12岁以下可免费就餐,情侣八折优惠,新婚夫妻当天免费。扩大店面节省消费者的时间,创新经营管理,让他人难以复制,创新出独特的海底捞菜系,抵挡外餐的冲击。

(2)建议:想要在美国火锅市场上占有一席之地,海底捞必须对目标市场进行深入了解,要充分了解美国的文化,充分了解消费群体的特征,了解美国顾客对于饮食的要求,从原料、菜品、口味、价格等,根据他们的喜好进行全方位的本地化改造。海底捞应根据美国人的需要进行服务的创新,根据美国人的习惯为消费者提供单人火锅,美国人的饮食清淡,向美国人提供的汤料要清淡些;人性化的良好服务对于美国来说有点过分,海底捞可以减轻点服务,降低顾客的人均消费。美国人可能不会等1、2小时的,所以店面面积应该够大,节约顾客的时间。

三、结语

海底捞的人性化经营管理营造了海底捞内部的战斗力量,海底捞的员工是企业的成功根基,他们创造的个性化服务成为企业成功的关键因素。企业要在市场上占有一席之地,其经营管理至关重要。海底捞的这种人性化的经营管理值得中国其他企业借鉴学习,结合自己公司的实际情况,学以致用,在海底捞自身海外的扩张中,海底捞自身也应该结合他国的文化,深入了解目标消费顾客,学习他国的经营策略,为海底捞的走出去做好应对策略。

参考文献:

- [1]易钟.海底捞的秘密[M].广州:广东经济出版社,2011(9).
- [2]杨铁峰.海底捞你学得会[M].北京:人民邮电出版社,2011(8).
- [3]王广从“海底捞”看企业文化管理之道[J].观察思考,2011(11):82-83.
- [4]China Academic Journal Electronic Publishing House. www.cnki.net 1994-2014.

作者简介:徐文静(1990.10-),女,河南省洛阳市,本科,洛阳师范学院学生,市场营销专业