

外卖战略



[外卖战略 下载链接1](#)

著者:闫寒

出版者:电子工业出版社

出版时间:2019-10-1

装帧:精装

isbn:9787121372735

聚焦餐饮外卖，服务外卖从业人员。

围绕外卖主推拳头产品设计，品牌建设，包装设计，线下厨房设计，单店保准化，软硬件系统的构建，外卖线下推广，线上logo设计，线上菜单排练，产品搭配，客户服务，打造完整外卖产业链，从创意到消费者，全闭环服务，把最干货的外卖经营方法，完整交付给外卖从业者或者有外卖业务的传统餐饮人。

作者介绍:

闫寒，北京知名外卖连锁品牌“优粮生活”合伙人，勺子学堂首席增长顾问，跨界餐饮之前曾为国有银行数据中心资深工程师。由于其创办了餐饮业内知名万人研习社群“优粮大学”，被圈内人尊称为“校长”，其专攻外卖的理论体系广受业内认同和好评。

通过长时间对外卖领域的极致探索，优粮生活在3年时间内由一个街边小店，发展成为横跨20多省，年销售额过2亿元，拥有超过200家分店的外卖连锁品牌。

目录: 第一章 终局思维看外卖

- 一、餐饮行业发展趋势和外卖发展趋势分析
- 二、外卖爆发式增长的原因
- 三、为什么是外卖侵占堂食而不是相反？

四、终局思维看外卖

第二章 事业目标与实现路径

- 一、“创业赌桌”论
- 二、为何选择外卖做起点？

第三章 万事始于“定位”

- 一、用“维度金字塔”进行人群定位
- 二、产品定位的“万能公式”
- 三、用“场景思维”定位店址

四、验证定位

第四章 体系构建之一：产品体系

- 一、产品结构设计
- 二、谁来主导研发？
- 三、“一年磨十剑”策略
- 四、一个核心，三步达标——外卖菜单设计思路

第五章 体系构建之二：品牌体系

- 一、“品牌溢价”概念解析
- 二、“实感体验”与“虚拟品牌感”
- 三、VI（品牌视觉识别系统）设计方法论
- 四、品牌人格的打造
- 五、外卖包装的选择与设计

第六章 体系构建之三：线下运营体系

- 一、线下厨房动线设计
- 二、单店标准化要素
- 三、软硬件系统的构建思路
- 四、线下推广的“三个率”

第七章 体系构建之四：线上运营体系

- 一、与传统餐厅截然不同的logo设计要素
- 二、菜单排列的思路
- 三、产品搭配思路
- 四、如何获取理想排名
- 五、线上转化的“三个率”

第八章 终章

- 一、知识回顾
- 二、关于道、法、术、器、用的思考
- 三、对行业的期待以及对你的期待

• • • • • [\(收起\)](#)

[外卖战略_下载链接1](#)

标签

外卖

餐饮

商业

B_创业

评论

在朋友圈看到闫寒发的推广，第一时间在当当网买了，期待很高，花了一整天时间看，边看边做笔记。结果越看越失望，太水了，口水话很多，凑页数的外卖截图，我们旗下30多家连锁外卖，能用的干货给1分吧，闫校长面子给2分。这本书适合给外卖1年级学生看，叫“战略”太狂了，相比之下，我更还是喜欢“战术”。PS:有空还不如研究当地销量前10的门店，收获更大。

不错实操性强，但貌似作者省略了一些硬核操作

条理清晰，关于运营的内容不细

外卖进场指导手册。看完想点份外卖 ヽ(￣▽￣)ゝ

没想到做外卖有这么多门道，很有收获！

最早在 GGV 播客听过一期校长的节。书中核心的是三个定位（人群，产品，店址），运营的四个方

面（产品，品牌，线上，线下）。对外卖几个层面有个简单认识，但外卖这东西还是实践出真知。

外卖餐饮普及，真的隔行隔山，人这一生有太多需要学习的了。

外卖品种选择、品牌运营、线上线下宣传

[外卖战略_下载链接1](#)

书评

[外卖战略_下载链接1](#)