

# 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 ^\_^(▽^)\_~

-----  
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](#)