

蜀大侠火锅品牌消费者满意度调查报告

杨凝练 卢红辞

(温州科技职业学院, 浙江 温州 325006)

摘要: 由于企业的生产经营源于客户的需求, 最终以满足客户的需求为目标, 客户的满意就成为企业生存的根本因素。顾客满意理论由美国技术人员提出, 并在发达国家广泛传播。顾客满意理论在我国已经研究应用了近20年, 并在一些行业的一些行业中得到应用, 并取得了很大的成功。餐饮业是一个开放且竞争激烈的市场, 企业家们都在努力寻找提高竞争力的方法。而他们最大的问题是没有有效的方法和工具。本文采用问卷调查的方法和理论, 分析当地客户满意度现状, 对餐饮行业进行实地调查, 并对蜀大侠行业客户满意度报告进行分析。本文通过问卷分析, 提出了提高顾客满意度的蜀大侠策略, 一是优化餐厅环境, 二是注重菜品的创新和品质, 三是改善和加强客户关系。

关键词: 顾客满意度; 现状分析; 提升策略; 问卷调查; 蜀大侠

一、绪论

进入21世纪, 越来越多的企业开始重视“客户满意”的战略重要性, 许多大公司制定质量战略, 将“客户满意”作为核心。“满足客户的需求和期望”取代服务质量或标准成为企业的主要目标。

目前, 市场竞争主要集中在对客户整体竞争上, 客户的存在与否取决于公司与客户之间的关系, 而这又取决于客户对公司产品和服务的满意度。不言而喻, 客户满意度越高, 被更多客户回购的可能性就越大, 公司的市场份额就越大, 公司的效率就越高。“客户就是上帝”, “生意靠客户”已成为商界的共识。识别客户满意度的量化指标和质量描述, 对客户满意度进行分类, 衡量和分析客户满意度, 改进质量管理体系。识别关键指标客户满意度和客户满意度是衡量和控制客户满意度的关键。

二、蜀大侠顾客满意度调研

(一) 研究的目的

1. 为了提高餐饮企业利润。作为一家公司, 客户是公司生存和发展的基础, 客户的满意最终决定了产品。所以企业必须从过去的“利润第一”转向“顾客第一”, 真心实意地为顾客服务, 使企业最终获利。

2. 为了提高餐饮企业服务质量。餐饮尤其是中餐, 往往是人工的、缺乏标准的、质量参差不齐的。此外, 餐饮业现在供过于求, 客户转化成本低, 餐饮业留住客户非常困难。因此, 本文将对餐饮行业顾客满意度进行研究, 对餐饮行业的顾客满意度指标进行详细的设计, 最终针对问卷调查结果进行分析, 提出顾客满意度的提升策略, 为餐饮行业赢取顾客满意度提出相关建议。

3. 提升餐饮企业竞争力。餐饮业是一个开放且竞争激烈的市场, 企业主和企业家都感受到竞争的压力, 并努力寻找提高竞争力的方法。而他们最大的问题是没有有效的方法和工具。本文聚焦蜀大侠服务现状, 对餐饮行业进行一站式调研, 并提供蜀大侠行业调查报告和客户满意度分析。

(二) 调研内容

本工作的研究内容主要是对当前顾客满意度状况的研究和提高顾客满意度的策略研究。

1. 为了当前对顾客满意度的研究, 本文件采用问卷调查的方法, 问卷共设计了15个问题。包括以下特点: 一是客户对服务环境的感知: 安静度、空气质量、卫生、座椅舒适度和背景音乐。二是客户对服务质量的认知: 服务人员的衣着、服务态度和服务速度。第三, 客户对核心产品和服务的感知。第四, 客户对服务价值的感知: 配餐价格、食品价格和饮料价格。第五, 客户投诉。第六, 客户保留。客户保留可以分为两个方面: 客户推荐和客户回购。这涵盖了客户满意度指标体系的基本特征, 为计算未来的客户满意度奠定了良好的基础。通过问卷调查探讨蜀大侠顾客满意度存在的问题, 一是对就餐环境缺乏足够重视, 二是菜的品种创新不足, 三是处理顾客抱

怨的机制不完善, 四是硬件设施还需改善。

2. 通过对蜀大侠顾客满意度问题的探讨, 提出提升蜀大侠顾客满意度的策略, 一是优化就餐环境: 就餐环境凸显人性化, 就餐环境注重消费者心理感受; 二是注重菜品创新和质量: 开发特色菜品, 提高菜品质量; 三是完善服务补救机制: 建立外部服务补救系统, 建立内部服务补救系统, 正确看待和处理客人投诉; 四是改善硬件设施: 给顾客提供更多便利, 强化硬件设施管理。

(三) 蜀大侠的顾客满意度调查结果分析

本人使用店内实地调查方法花了将近一个月的时间, 分发了近250份问卷。蜀大侠火锅在龙泉市内仅有一家门店, 因此分批次在周末以及午餐晚餐, 每次发放约100份问卷。其中有效问卷约为250份, 具体客户满意度见表1和表2。

这从表1和表2的数据可以看出。总体价格和食品满意度约为40%, 约4%为“非常满意”。这表明, 消费者对被调查的蜀大侠火锅门店的价格和食品表示满意及非常满意的比例相对较小。其中表1所列价格的“满意”和“非常满意”的比例为45.0%, 表2中食品质量“满意”和“非常满意”的顾客比例为43.6%, 连一半都达不到。这意味着该门店的菜品性价比还有待提高, 可以适当性的减少部分利润来获取口碑。提高菜品质量的同时, 也在价格方面提出优惠政策。

表1 价格总体满意度

	人数	有效百分比	累计百分比
非常不满意	3	1.2	1.2
不太满意	28	11.2	12.4
一般	106	42.6	55.0
满意	102	41.0	96.0
非常满意	10	4.0	100

表2 菜品的满意情况

	人数	有效百分比	累计百分比
非常不满意	2	0.8	0.8
不太满意	12	5.0	5.8
一般	121	50.6	56.4
满意	96	40.2	96.6
非常满意	8	3.4	100

三、影响蜀大侠顾客满意度的因素分析

(一) 价格方面

龙泉市蜀大侠餐厅的范围有限, 同时餐饮业并没有具体的定价体系或确切的证据可以依赖。因此, 有时蜀大侠餐厅或活动或餐饮产品是根据成本或服务在内部定价的, 例如一组隐藏成本, 因此价格没有明确定义。

例如,蜀大侠餐厅的火锅菜品整体价格略高于龙泉市其他火锅餐厅,春节、情人节等餐厅活动往往存在隐性收费。

(二) 菜品质量

餐厅的一个重要基础是食物的质量,无论餐厅叫什么名字,无论什么品牌,当失去了就不能称得上是一家合格的餐厅。然而,在龙泉市的蜀大侠餐厅,室内装修和盘子设计有风格,但是也存在过显花哨的部分装修,且并没有在菜品上投入多少精力。对于餐饮顾客来说,食物是最基本的需求,没有身体的营养和衣着,就无法享受形而上文化的消费。优美的环境是创意餐厅的最大优势,它可以在短时间内流行起来,人们往往被餐厅环境所吸引而忽略了它的食物。但这种好奇心更容易来来去去,当机会消失时,依赖环境的业务也就消失了。此外,蜀大侠餐厅的利润在市场上只有半数消费者认可,菜品种类太少,口味不能满足个别消费者的需求。蜀大侠餐厅的很多食物都很久没有更新了,很多消费者反映已经厌倦了食物的味道。消费者的喜好受到心理和生理需求的影响,如果食物的形式和口味不能及时满足消费者的喜好,消费者感知的价值肯定会下降。

(三) 服务方面

1. 餐饮部服务设施设备不健全,硬件老化

已经营业超过三年的龙泉市蜀大侠火锅门店理所当然的也面临设施设备不可靠的问题,这直接影响了客户对服务质量的体验。部分服务设施设备未曾更新换代,有些已无法使用,导致客户需求得不到满足,造成门店形象不佳。

2. 服务设施设备维修不及时

在高峰期时,门店的设施设备是存在损坏风险的。龙泉市蜀大侠火锅门店的设施设备老化使维修制度存在着部分不合理因素,往往导致设施设备过晚维修。前一天下了技术维修单,第二天甚至几天后维修人员上门维修,说设施设备修不好,影响了客户的食物质量。

四、提高蜀大侠顾客满意度的策略

(一) 明确顾客需求层次

对于市场定位,餐厅应该使用“劳动力细分策略”来细分市场。必须选择一个或多个细分市场作为目标市场。仔细研究分析目标市场消费者的年龄、收入水平、受教育程度以及价值观、行为和情感需求的特征。然后决定您希望他们拥有什么级别的经验才能获得目标乘数效应。在此基础上,餐厅本身的定位是:餐厅能为消费者提供什么样的服务和体验,这些顾客满足什么样的需求、服务和体验。市场定位需要不同策略的支持。

(二) 用产品来制造体验

餐厅可以通过产品的包装、形状和质地直接为顾客带来美感来创造和提供体验。如喜欢餐厅和手工艺品。其次,餐厅应有意识地在产品中加入幸福感、美感、愉悦感等成分,做出产品体验,做出餐厅产品体验。专注于餐厅体验的产品范围:从各种受控资源中拉取资源,开发餐厅专属产品。它体现了重要性和适应性,客户和安全的参与,学科和知识的统一,以及对产品和服务开发的全面参与。

(三) 营造良好的环境

用环境来描绘良好的环境,可以满足现代消费文化的需要,提高产品或服务的质量和价值,使产品和服务的形象更加完美。该图像唤起了消费者在各种情感体验中所经历的充实感,进而发展为愉悦感和联系感。餐厅可以在环境中添加线索展示主题,协调顾客印象,消除影响主题的负面因素,减少顾客分心。注重激发客户的环境感:营造互动体验氛围,保持设计环境新鲜感等,营造强调体验主题的环境。

(四) 制定更完善系统的顾客满意度测量体系

衡量客户满意度对于餐厅发展尤为重要。根据其指标,餐厅

可以对过去的服务策略做出更准确的决策,这对未来制定新的服务策略具有一定的参考意义。因此,建立一个持续有效的衡量顾客满意度的系统是餐厅战略决策的第一要务。顾客满意度也是评价餐厅服务质量的重要标准,因此及时了解餐厅顾客满意度非常重要。

(五) 多渠道了解顾客的需求

餐厅对顾客需求的了解是餐厅管理和规划餐厅未来发展的第一要务。然而,由于顾客需求的性质不同,时间长短,餐厅往往很难有一个科学高效的模式来捕捉顾客需求。因此,对客户需求的多渠道洞察成为餐厅规划和准备的重点。

(六) 全方面提高餐厅服务效率

餐厅的服务效率在很大程度上决定了顾客的用餐体验,也是影响顾客满意度的重要因素。大多数客人期望他们的餐厅提供快速、标准和准确的服务。提高餐厅服务效率的科学方法是餐厅经理思想管理模式的重要组成部分。

参考文献:

[1] 魏琳.消费者对普通品牌火锅店和明星品牌火锅店的认知差异调查及原因分析[J].智富时代,2018(3X):1.

附录

问卷调查

首先感谢您支持我们的工作,接受这次问卷调查。您的意见和建议将是我们的财富.请您如实回答下面的问题。谢谢!

1. 您曾经光顾过的火锅店名称:

A. 海底捞火锅 B. 小龙坎火锅 C. 川味观火锅 D. 其他火锅店:

2. 您是第几次光顾我们的餐厅:

A. 第一次 B. 第二次 C. 多次

3. 您到达这家餐厅的方式:

A. 步行 B. 出租车 C. 自驾

4. 您对这家餐厅幽静情况的评价:

A. 安静 B. 较安静 C. 嘈杂 D. 较嘈杂

5. 您对这家餐厅的空气质量的评价:

A. 好 B. 较好 C. 一般 D. 差 E. 较差

6. 您对这家餐厅整体卫生情况的评价:

A. 卫生 B. 较卫生 C. 一般 D. 差 E. 较差

7. 您对这家餐厅音乐背景的评价:

A. 舒缓 B. 较舒缓 C. 适中 D. 吵闹 E. 较吵闹

8. 您对这家餐厅服务人员着装的评价:

A. 整洁 B. 较整洁 C. 一般

9. 您对这家餐厅服务人员服务态度的评价:

A. 好 B. 较好 C. 一般 D. 差 E. 较差

10. 您对这家餐厅座椅舒适程度的评价:

A. 舒适 B. 较舒适 C. 一般 D. 不舒适 E. 较不舒适

11. 您对这家餐厅服务迅速性的评价:

A. 迅速 B. 较迅速 C. 一般 D. 较慢 E. 慢

12. 您对这家餐厅饭菜质量的评价:

A. 好 B. 较好 C. 一般 D. 差 E. 较差

13. 您对这家餐厅饭菜价格的评价:

A. 高 B. 较高 C. 适中 D. 较低 E. 低

14. 您对这家餐厅酒水价格的评价:

A. 高 B. 较高 C. 适中 D. 较低 E. 低

15. 您是否愿意向亲友推荐这家餐厅:

A. 愿意 B. 无所谓 C. 不推荐

最后再次感谢您接受我们的这次调查,祝您心情愉快,万事如意!