从2016年到2018年，餐厅的020业务快速发展，而随着战略的调整也出现了新的契机。2016年启动以内部创业为主的020业务承包，成就了一批020合作老板；2018年，为实现合营合运公司成立恒快服务公司，并与顺丰战略合作，全面快速高质推进020业务，真正进入新互联网商业时代O2O新征程！

2018年暑期开始，进入020高峰，为实现020价值，恒快开展挑战暑期誓师，加持能量，且看合作人如何分享体验！

两大准备，攻下暑期营业额

文/ 杭州海达南路分公司020合作人　郑亚杰

很荣幸在这里和大家分享一些经验和想法，下面是我们餐厅对挑战暑期营业额翻倍作出的思考和工作，我们有两个准备，并进行了实施：

第一、是合作人的准备：

在下沙和我们配送区域重叠的老娘舅餐厅有6家，平常一贯的是我们互相竞争，顾客需要点老娘舅在我们之间进行互选。最近我走访了一些顾客，对我们的服务、业务进行了思考：堂吃、外卖是互相补充互相成就的，站在顾客的角度去思考我们的业务应该怎么做？竞争固然能优胜劣汰，外卖的初心应该是方便顾客，补充堂吃的不足；所以我们把地图进行了调整，把一块距离我们有7公里但是用餐的确不方便的工厂区域拉入配送范围，让他们也能品尝到我们有源头、安心的美味，把竞争处于白热化的地带进行了缩减，第一天这块区域就为我们增加了5单，我们要在站一个经营者、创业者的角度上去思考如何方便顾客！

下面我再做个解释：下沙邵逸夫医院，医院的病人吃饭是最不方便的，除了医院食堂的定制餐，70%的情况需要叫外卖；病人来自不同的地方，他们对于这里的环境很不熟悉，对这种群体我们应该怎么样方便、服务他们？我们为邵逸夫的病人建了一个用餐微信群，群里可以直接通过一个小程序进行点餐，这里有个数据：10个病人每天能转换3-5单，这个数据是恐怖的；我们的餐品有源头，我们的服务也要回归初心，想顾客所想，急顾客所急，安心+周到；暑期营业额翻倍这可能也是一个突破口，准备一颗初心，用一颗初心去了解顾客、去做业务。

第二、最直接服务顾客的对象是骑手，所以骑手也要做一个准备，准备最好的状态去服务顾客和对餐厅策略的绝对执行力。

骑手服务意识的培养我们团队措施就是给好评加价，“一个人对别人有所求的时候态度会很好”，同时增加了顾客满意度分析表，骑手每日对所有订单顾客服务过程中登记当日有服务问题的顾客，外卖经理低峰期进行一对一回访，尽量做到无服务死角。

举例子：经过我们这些措施的实施，培养了骑手很强的服务心态和意识，每天午高峰、晚高峰后会主动汇报、分析今天他遇到的顾客，那些是需要外卖经理跟进的，那些是能挖掘大单的，那些顾客怎么样做他会更满意会更好！

我们服务的核心是顾客满意度，我们有了之前的誓师，再加上现在的这两个准备，我相信我们一定会事半功倍，达到营业额翻倍目标，为老娘舅也为自己的团队做出贡献！