

# 海底读后感(精选5篇)

当品味完一部作品后，一定对生活有了新的感悟和看法吧，让我们好好写份读后感，把你的收获感想写下来吧。读后感对于我们来说是非常有帮助的，那么我们该如何写好一篇读后感呢？以下是小编为大家搜集的读后感范文，仅供参考，一起来看看吧

## 海底读后感篇一

我第一天接触《海底捞·店长日记》这本书是在我入职的第一天，人事部全哥给我这本书的时候，我很纳闷，要学习怎么会给我看这本书？接着刚打开书看了开头，这本书就深深的把我吸引住了。

从一开始看的时候，就觉得这本书像是为我写的一样，主人公李顺军在日记中的那些感想，对生活的态度，还有自己的反省，对自己性格的分析解剖等等，这些直接都写到了我的内心深处。看到海底捞对李顺军这么大的影响，我深深感受到了海底捞的企业文化是多么的神圣。读书的过程中，我深刻的投入到了李顺军的世界了，同文字感受海底捞的文化，用思维想象着海底捞的一切，几次都热泪满眶，心情特别的激动。我非常喜欢，也非常认可海底捞的这种企业文化。

从店长日记看自己

书中多是以李顺军的心理历程和海底捞对他的身心影响做了全面又深刻的描述，并表达了主人公自己对海底捞真实的情感。

李顺军在日记中写到了自己的情绪、心态，和在工作中的优势、劣势，让我也看到了我很多的不足之处，而我却很少想他这样每天做到三省。我偶尔会在晚上睡觉之前想想自己

今天都做了什么，都做的怎么样，可是惭愧的是我没有坚持天天这样去自己反省。书中讲到“人有两难：惰性和超越自己”回想我来胜业之前的日子里，这两难我都占着！我深有感触，如果我想要成长，就必须克服自己的惰性，有句老话说的好“越吃越馋，越睡越懒”足以证明，一旦有了惰性是会上瘾的，我不能让惰性成为我超越自己的绊脚石。“拼命地工作可以磨练灵魂。”“天天反省也能磨练灵魂、提升人格。为了获得美好的人生，通过每天的反省来磨练自己的灵魂和心智是非常重要的。”“竭尽全力拼命工作，再加上‘天天反省’，我们的灵魂就会被净化，就会变得更加美丽、更加高尚。”这三句话是李顺军最喜欢的三句话，来激励自己的，是出自稻盛和夫的《活法》，同样我也很喜欢这三句话，目前我的状态就只停留在了第一个层面上，慢慢的我要进行第二个层面，渐渐的做到第三个层面的时候，相信我自己会有很大的提升的。相信我的心态也会随之淡去浮躁，变得平和起来。

## 从海底捞看企业

我从网络上搜索到了海底捞的服务理念：热情、细致、耐心、周到，把顾客的每件小事当成自己的大事来完成。作为同为服务业的我们，我们也可以加以借鉴海底捞的服务理念，这样可以从一线的员工中更能看出，适合我们的企业的潜力人才。

海底捞人的精神品德：倡导传统美德、孝敬父母、忠于爱情、爱护员工、知恩图报。书中所将的海底捞的“家访”对我感触很深，在现在的企业中，为了考察后备管理人员的人品，能做到专门派人家访的企业，很少。家访，听起来像是一件很平淡的事情，可就是这样小小的举动，能让员工感到自己在企业中的价值所在，能建立起企业与员工的亲密关系，让员工尽心尽力、尽职尽责。也让员工的父母为自己的儿女感到自豪。能做好服务行业的必定是人品优秀的人才！

还有最值得一提的就是海底捞的增值服务。我自己的感觉是，最不喜欢浪费时间去等待什么，而海底捞却能做到在大家等餐的时候，给客人提供免费的优质的服务，这真的是一个很好地创意。这么好的服务，还不浪费时间，大家谁还不愿意在海底捞吃饭呢？就是等餐也等的开心，有价值！

海底捞还有两个很好地服务技巧：如果客人打电话订餐，可以征询客人有没

有喜欢的服务员。不管谁的老顾客到店消费，经理一定要去认识。第一个技巧可以提高客人的满意度，也可以调动员工的积极性，让员工感到自己的服务得到了客人的认可，他会更加积极的努力工作。而第二个技巧，体现出了对客人的重视，让客人感受到了尊重和关注，也能体现出贴心的服务品质。

每个看过海底捞的同事，无不称赞海底捞的管理文化的，海底捞不管是企业文化，还是服务理念，还是用人原则，都非常值得我们大家的学习，像刘总说的，“拿来主义”没什么不好，只要合理的运用，一样可以成为我们自己的财富。愿我们企业发展的越来越好！

## 海底读后感篇二

“哪个老板不想让员工积极工作？这是全世界老板都想征服的珠穆朗玛峰，可是真正做到的却是凤毛麟角。”

打造家文化，把员工当家人。早就有的管理方式。可是真正做到的，能够让员工感受到的有多少？海底捞做到了，也彻底让员工感受到了！很多具体方式可以直接学习，可是领导人的思想层面，能否真正把员工当家人呢？这个世界最难的有两件事：第一，把你的观念塞到别人脑子里，第二把别人口袋的钱变成你口袋里的。我们很多公司领导对员工都是一种观念：交易——你给我干多少活，我就给你多少钱。资源

后置型而不是前置。

从这几篇文章可以看出，来自于切实的把员工当家人看，从员工的生活环境的'改善、父母生活到子女教育，细致到员工的生日、生病，生活的方方面面无微不至的家人关心。

曾经有个同事刚到公司来工作不到一个月，他的同学要结婚要送礼金，可是身上钱不够，想要找公司借钱，可是老板还在想是不是想要以这个为手段来结清工资然后离职。缺乏对员工的基本信任，如果连这点信任都没有，当初又怎么要把他招进来呢？！！

听一个前来应聘的另外一家教育机构（有三家以上分校，规模在马鞍山还算数一数二）离职员工说，他们机构的校长以前还是学校老师，却在老师的工资上含糊糊，招聘人说一套，发工资的人说另外一套。特别对于离职的员工想尽办法扣工资。有一句话：当你离职时，公司对你的态度和方式，最能看出这个公司的真正作风！

那么海底捞有哪些能够学习的呢？

首先，领导人的思维观念。真正把员工当人看，而不只是机器；真正把员工当家人看，而不只是单纯交易关系。

其次，关心员工的生活，比如员工生日、员工生病、员工家庭出现问题时，我们都给与理解与关心。

最后，关心员工的职业发展，这是员工最重视的，有没有给与员工职业规划指导、职业发展培训、职业发展机会及高于同行平均水平的物质回报。

### 海底读后感篇三

连着多日终于把海底捞，你学不会读完了，从这里面我学到

了很多知识，现在分享给大家。

## 首先是海底捞的——模式

任何一种商业模式，都有一个基本的前提，即要有巨大的市场想象空间，也就是市场的容量要足够大。餐饮业作为一个传统而永恒的行业，市场容量足够大，可持续性特点也较强，顾客吃完一次，如果感觉好，过一段时间还会继续消费。海底捞的'发展模式也很大程度上依托于他的行业特性，充分享受了餐饮行业的特点，给他提供了无限扩张的可能性。

## 再次是海底捞的——服务

海底捞专注于“服务”。从书中我可以很强烈的感受到他的企业氛围，从员工的福利建设，层级管理、绩效晋升最后落实到客户的终端服务感受。海底捞的最终目的是在于通过服务品质能让用餐者感受到家的温暖，而海底捞抓住了捷径就是通过给员工创造一个良好的家庭氛围，让他们感受到家的快乐，然后让客户最终感受到家的温暖。

当其他餐饮企业都在搞服务标准化的时候，海底捞反其道而行之，一心一意从顾客的角度出发，用心体贴的提供个性化服务，为此甚至是偏执式的坚持：对顾客像家人一样好，甚至服务到让你“烦”。

海底捞为顾客创造的是一种幸福感，顾客感到幸福了，则“心”就给你了，把消费者的心智模式牢牢抓住，就成功了。一不小心，海底捞做了一个“消费服务感觉”领域的第一品牌。

差异化的服务在我们行业是一道独特的风景，差异化的服务源于我们行业的自主性。我们的家政服务，缺少一个标准化得服务流程，这个服务规范我们正在致力于制定，但是我们更重要要致力的就是将一个复杂的服务项目简单化，明晰化，

让我们的客户有更直接的感染。

最后是海底捞的——管理

任何管理都需要激励与监控；不同的管理方式，源于对人性的不同假设。在现实中，每个管理者都会根据自己对人性的判断，从而选择一些东西。好的管理一定是以激励为主，监控为辅，这样才能让大部分员工感到被信任。人被信任了，就会“士为知己者死”，管理就事半功倍。坏的管理一定是监控为主，激励为辅，用防贼的方式监控员工。人被看低了，士气自然就低，管理就会事倍功半。所以我们要特别学习海底捞对于来自一线农村的管理经验，对于这些员工更重要的是以理服人，以情动心，用真诚打动员工，保证人员稳定性。管理、服务方式具有差异性，这是我们在市激争中有占有的先机。

其实上述海底捞，可以联想到我们公司，他们是餐饮业，而我们是汽车行业，要想在这个行业里边立住脚跟，我们也是从模式到服务，先是打造自己，然后再做出属于自己的品牌效应，道理其实是一样的。

将复杂的事情简单化，将简单的事情细节化，这样就会慢慢成就未来的成功。

## 海底读后感篇四

读到海底捞的危机这一部分，书中说到了海底捞开始建立一些绩效考核制度来应对企业的逐渐变大。在员工物质层面的吸引也不仅仅是生病慰问，还为年轻的员工们提供了wifi□电脑配置等。改变难免会有些不适应，但我认为有些改变是必然的`。

从“人性”管理的角度来说，创业初期，海底捞的员工具有很强的共性，也许有个别员工特色突出，但更多的是一致化。

但随着企业做大做强，人力资源的吸纳也不再单一，除了农村穷苦人家的孩子，城里的大学生、家境普通但小康的年轻人越来越多。这说明，海底捞面临的不再是单一的“人性”，而是多种多样的“人性”。

面对人性的多样化，标准的建立是必须的。海底捞建立了绩效考评制度，以此来让所有的员工在基本层面上做到步调一致。这也就是为什么越是大企业规矩越多，因为人多了，没有制度会乱套。当然，有的企业很小，却学大企业定很多条条框框，完全失去了灵活性。

从自身企业的大小出发，制定适度的绩效考评制度。同时，基于对“自己员工的人性理解”，不要抛弃企业特有的特色化管理方式。

## 海底读后感篇五

《海底捞，你学不会》这本书是在一次前线会议上朱总推荐我们看的一本书，说实话在翻开这本书之前，根本不知道海底捞是什么，还很形象的想成是一家远洋作业的公司，幸福感能给外勤团队带来什么。读过几页，恍然大悟，原来是一家火锅店，一家以“变态”服务著名的火锅店，一家三伏天顾客都要排很长时间队的火锅店。读完之后，的确很多地方吸引我，有很多让我感动的故事，也有很多值得思考的东西：比如“轻信”而来的员工授权，把人当人看的管理理念，员工自身创新性的服务，还有就是他们身上洋溢的幸福感，等等。

很多感触的背后，就会有很多思考，我不禁回想起过去15年的时光，有很多时刻，我也感到很幸福。

我的母亲98年加入寿险行业，她真是一个勤奋的人，看到海底捞的员工第一就让我想起她，每天20访，持续了3年，直到01年加入平安。每个勤劳付出的人都有很多快乐，都有属

于自己的幸福，作为儿子，我很幸福，作为母亲，她同样幸福。

07年我大学一年级，暑假回到家第二天就来平安实习。当时正值亮剑期间，整个职场都洋溢着浓烈的战斗气氛：每个人都忙着填增员面谈表，职场里的新人络绎不绝，早会的时候大家那种发自内心的激情，让我真实的感觉到这是多么的兴奋。我那时就有一个想法，我将来也要来平安。

可以看出，他们是幸福的，虽然不是全部，但大多数人都有一颗积极向上的心。当自己的追求和工作联系起来，真正体会到工作是多么幸福的，才能有无限的精力和创造力。海底捞的员工正是这种代表，公司雇佣的是一个真正有大脑会思考和改进的员工，真正幸福的工作，收益自然就会很高。

有一次我在小区里发产说会邀请函，一个下午发出20份，惊人的有18个人要来晚上的产说会，当时的状态现在还记忆犹新，真诚、热情、微笑，并且相信我一定能行。现在回想起来，我那时很幸福，不是因为当晚签单2件智富，而是我付出得很快乐。

当时的激励方案很小，一个牙膏、一块毛巾什么的，但是我们的外勤拿到奖励都是感到无比的荣誉，其实给他们最大的激励就是基本法，方案是荣誉和能力的体现。

到我去年正式加入平安，做一名组训，到部门早会，似乎已经感觉不到外勤心里真正的激情，和流露出来的幸福。有很大一部分人是为了拿到压力锅、拿到电磁炉来交单，没有方案的时间里，业绩肯定不会太好。

其实我也思考这个问题，但平安的战略我是永远相信的，虽然是这样的情况，外勤的幸福感比以前降低很多，但我觉得，这才是正常的。

正如书里谈到的海底捞的危机一样，我们的公司在不断的扩大，规模已经是世界500强的地位，在今天这个人力大发展的时候，公司抓住的是西瓜！

海底捞的培养机制是师徒制，师傅培养一个合格的徒弟要很长时间，但不能保证每个都强，多数还是形似，神不似。以前海底捞有10间店的时候，这样的机制很能带动和提高整个公司的发展，但在开到50间店的时候，似乎就是遇到了瓶颈。刚刚看书的时候我想过一个问题，海底捞既然是全国最有名的火锅店之一，为什么云南没有，甚至很多沿海和中部发达的城市都没有？看完之后我明白了，海底捞是靠他的人来经营和发展的，这样就局限了他永远不可能像麦当劳一样，靠制度来约束，来管理。虽然海底捞也有制度，但是他的最大的优点就是以人为本，如果有量化的指标，海底捞就不是海底捞了。

这我们的外勤团队一样，以前人力少的时候，每个主管都很强，因为他在做主管之前有很长一段时间的积累和学习，组上的人也都是几经磨练而留下来的绩优，那个时候，主管的能力很强，自己带出的主管，也很神似。而现在人力大发展，很多新主任还不完全具备专业和管理上的能力，自己就当上了主管。

不是说这样不好，这是公司发展好的必然。还是刚才说的，西瓜和芝麻，肯定选西瓜。寿险在中国要发展，必须还是先得有人。现在我们一大半都是1年期新人，技能技巧不如老人不说，并且他们大多数都很自卑，感觉自己和别人聊保险，永远是处于一个弱势群体的地位。这就注定了我们的人流失很大，无法处于平等地位的沟通，是得不到效果的。所以很多新人入司3个月，亲戚朋友的单做完了，就走了。

虽然流失很大，但是我们一定要坚持人力发展的主线，其他的也只能是次要因素。所以说幸福感在外勤团队中下降，是必然的，是公司不断发展强大的必经之路。

海底捞的员工很幸福，给客人的服务也是超一流的，有创造性的，不仅抓住老顾客，还会不断的带来新的顾客。我们的业务同仁也是一样，超过5年以上的业务同仁，哪一个不是通过服务来获得客户的心，哪一个没有感动过很多的客户，光是凭着做人，自己的单子就会源源不断。他们幸福吗？答案是肯定的，因为寿险真实的改变了他们的收入，认知，等等。

这是我思考的一个问题，但是公司的指标绝对不能放，不能忘了自己的职责，就像外勤每季度的考核一样，这是他们的生命指标，不想走，必须完成。然而，真正自信和幸福的同仁，他们会为指标而担忧吗。所以我打算利用一些业余时间来做一些能增强外勤幸福感的事情。人在幸福的时候是创造无限的时候，我能在现在的岗位工作我很幸福，所以对于一些服务好业务同仁的事情我会坚持去做，是为了他们能更好的服务于公司，服务于我要的指标。

海底捞的管理不是学不会，是无人敢学，以人为本也会限制公司向大规模的发展。我们能够做的是不断的学习，在不断的实践中获得管理外勤团队的方法，与人为善，授之以礼，我相信，我们的外勤团队会不断的专业，同时也会服务得更好，我们的发展，自然会更好。