

零点烧烤

2026年8月24日 上午 10:54

25分钟 1秒

关键词

海鲜 酒水 菜品 核心 特色 生意 门店 牛肉 营业额 夜宵 套餐 经营 成本 火锅 白酒 产品 黄鱼烧豆腐 营销活动

文字记录

说话人 1 00:00

哈哈，在后面都看不到。那个上面有写。就是。

周庆一 00:05

你介绍一下。整体介，有照片我也可以看一下。

说话人 1 00:09

照片有。

周庆一 00:10

嗯嗯，先介绍一下你们整体，那个餐情况好了。

说话人 1 00:14

整体的情况，你说。

说话人 3 00:16

你你你介绍一下，店的情况你比较了解。

说话人 1 00:21

那我还不知道咋说，你问我还能答上来。

周庆一 00:24

没有，你现在整体企业经营的情况，整体。

说话人 1 00:27

整体目前就是遇到的一些困境嘛。

周庆一 00:29

对，遇到问题有限。

说话人 1 00:31

应该是大家都遇到的。你做个啥，同行模仿很快。然后你出个爆品，很快他也有了。

周庆一 00:38

你们现在做了哪些？现在就是恶性竞争。做哪些这个爆品吗？哪些创新？你们这个做的，你们做多少年了？这个。十几年了。十几年，做多少家门店现在？一家。就一家。就一家门店，多少平？多少平？

说话人 1 00:51

有个没有没有，现在扩了，扩出来现在有个就是 1000 平。

周庆一 00:54

1000 平。然后那个特色是啥呢？

说话人 3 00:58

烧烤，现在烧烤有爆品，就是像一些新研制的一些黑椒牛肉、蒜瓣牛肉之类的。再就是一些常规的经夜上常规的一些菜。像什么麻辣虾尾。

周庆一 01:12

也是做这个夜宵生意的。

说话人 3 01:13

对，主要夜宵。晚上的生意。

周庆一 01:15

晚上生意客单价多少？

说话人 1 01:17

客单价。现在我们的客单价拉的比较低，人均的话就是 50 左右。

说话人 3 01:21

哦，那是很低的。

说话人 4 01:23

一天能做多少？

说话人 1 01:25

一天的话就是。一天营业额。

周庆一 01:27

两三万吧。你们酒水占比多少？

说话人 1 01:29

酒水占比少。

周庆一 01:30

酒水占比少，烧烤应该酒水占比高。

说话人 3 01:33

因为我们是一个县级市，很多人来吃饭，他白酒自己带。

周庆一 01:38

白酒自己带。

说话人 3 01:38

对，啤酒的话他也就就我们点一些，白酒都自己带，基本自己带，很少是选择我们的，选择我们也是很便宜的白酒。

周庆一 01:50

我看一下你们那边的门店，我看一下你们门店。

说话人 3 01:53

把门店环境照片。

说话人 4 01:54

白酒自己带，你们年轻人喝白酒吗？

说话人 3 01:57

我们那边还是比较喝白酒多，嗯。

说话人 1 02:00

但是我跟你说，就是我那一块。

说话人 3 02:02

陕西咸阳。我们在二楼。

说话人 1 02:03

咸阳彬县。我们在二楼，但是一楼的，就是一楼哈，就是一个，就是一个楼梯。嗯，就是楼梯。直接走上来，等于说一楼就啥都没有。然后就是在二楼。然后那一块的话，就是我们周边那一块哈，就是学校。然后就是老小区。新人群的话他不在那一块。远一点。所以他过来的话，就是有单位请客吃饭的，这些比较多一些。商务宴请。商务宴请。

周庆一 02:29

多一些，再就是带孩子的。带孩子的。

说话人 1 02:33

年轻人消费。

周庆一 02:33

我看门店，我看一下你门头和那个，我看一下照片先。对。那就核心全是烧烤，烧烤。

说话人 3 02:43

对，主要是烧烤。

周庆一 02:44

你们有什么特色吗？你们经常有老客，你们有什么特色？

说话人 3 02:47

我们特色。

说话人 1 02:48

这个是，这个是我从里面截出来的，有点花。中间这个门头的，在中间。

周庆一 02:53

海鲜涮烤城啊。

说话人 3 02:55

对，以前起的名是这样的，但是现在主打的还是烧烤。

说话人 1 03:00

海鲜烧烤。

周庆一 03:01

海鲜烧烤。对，那为什么叫涮烤城呢？

说话人 3 03:04

这听不懂啊。之前想带有涮菜之类，或者带。

说话人 1 03:07

涮的话，后面。

说话人 4 03:08

是你们自创的吧？对。

周庆一 03:14

那你们就是对海鲜少，你们其实里面，你们内部的大家经常来点的一些菜，烤串是哪种烤串？海鲜烤串？牛羊肉嘛。牛羊肉。

说话人 1 03:23

牛羊肉，然后就是常点的，就是我们那边常点的，因为我们毕竟很多东西要从西安往过运。海鲜过去它不是很方便，也不是很好保存。保存起来就是很费劲，就是常见的一些。稍微再高端点的话，我们也做不了，因为那个客户群客户群体。

周庆一 03:42

你们现在还做这些冰箱外外。

说话人 1 03:45

明娜明娜现在也在升。

周庆一 03:47

嗯嗯，来，我知道了，嗯，还行。现在的话一年 1000 万，整体的话其实就是一个恶性竞争，咋叫恶性竞争呢？

说话人 1 03:59

就是你干啥他干啥嘛，就比如说，低价引流嘛，套餐嘛，常见的是都是这样子的。

说话人 3 04:04

比如说这一串肉，然后烤肉我卖 3 块。别人家一看，我模仿你，我卖 2 块，他家另外一家卖 1 块。

周庆一 04:11

一块。他是这样子的。我我知道你们大致这个情况。其实你们的最大的一个问题就是你们自己没有把特色给弄出来，说出来。对。陷入恶性竞争。人家也不要问，人家是没办法。对。降价，他降价，他首先不赚钱，然后搞得那边难受。但是你们要做的是别人降价，你们可以照样卖这个价，然后还能有这样这样客流，这是你们要做的事。对。如果别人降价就影响你们，说明你们自己的吸引力还不够，价值塑造感不强。这是一定会有人降价的，怎么可能没有人呢？我现在讲你那个核心点，第一个海，零点这个，你看你叫零点烧烤。你们的门头叫做零点涮烤城，涮烤城。这个大家听，其实成本很高的。就会产生第一个疑问，啥叫涮烤城？

说话人 1 05:02

那不是，那有人看到没，他会进来，他以为有火锅。

周庆一 05:05

那肯定会进来。你们首先主打的是什么？是火锅吗？

说话人 3 05:09

烧烤。烧烤。

说话人 1 05:10

烧烤。烧烤，然后带热菜。

周庆一 05:11

对，然后。

说话人 3 05:12

顾客经常说的就是零点烧烤。

周庆一 05:14

零点烧烤。零点烧烤嘛。第一个，我说涮烤城的成本是很高的。都没有，如果你都没有你零点烧烤好，但是我觉得你们先海鲜的，零点海鲜烧烤会比那烧烤更好。就是我转告就是会有更好的名字，就是品类名，你们那个原先是负分。就是他没有加任何分，串烤城是不好的。这个点就是我们要帮你们去找出一个，把你们这个零点，定位，把它给抓准。

周庆一 05:46

你们现在其实经营单店，单店要做出这个特色来，你们的核心是把价值感塑造高，就在里面，围绕海鲜有哪些好的这种烤串串式，让别人感受到你们有这个价值点在哪？不是，不要陷入恶性竞争，不要陷入价格战，那个没用的。你看降价套餐出新品都不是正确的路子，出新品啊，降价套餐都不对。往这个方向做，你们会越来越难做。是。因为你降价套餐引来的客流，但其实是不赚钱的，你赚钱的会越来越少。你们要做的是做什么？把你们的价值感塑造强，你们现在客单价是 50 块钱，对不对？要让别人感觉你们这个餐厅像 100 块钱的客单价，进来的话感觉才 50 块钱，我点吃下来就有这个是你们要做的事情，这个做的事情不是加成本，而是宣传上去做做这个加法。比如说来零点烧烤，你们当家的几个烤串是什么？你说一下。

说话人 3 06:49

现在黑椒牛肉、蒜瓣牛肉。

周庆一 06:51

啊，黑椒牛肉、蒜瓣牛肉，还有呢？不是海鲜烤烧烤。

说话人 1 06:54

但是我们其实主流引的话就是，比如说像我们那边比较常吃的一些麻辣虾尾、黄鱼烧豆腐。

说话人 3 07:01

麻辣什么？麻辣虾尾。

周庆一 07:02

麻辣虾尾。

说话人 1 07:03

小龙虾吧。

周庆一 07:04

首先你看哈，两个点，第一个点你们你们如果叫围绕海鲜烧烤，你们当家的要有几道这个烤串，要一定要围绕这个，把价值点打出来。第二个你看你前面讲的什么？他不是。我知道不是，我就说如果你你门头上写的这个东西，你就要跟你的菜品关联。如果他没关系，不是人家就很像，你那你为什么叫海鲜烧？我进来还吃牛肉为主，你都没有当家的海鲜的串，你干嘛叫海鲜涮烤城？就会产生价值的错位。对。很奇怪，懂我意思吧？你所有的力道都往一个地方打。然后第二。

说话人 1 07:41

海鲜的串是啥意思？

说话人 3 07:43

就是比如说烤虾之类的。烤虾，海鲜串。烤生蚝之类的。

周庆一 07:48

你你你的海鲜涮烤城是是海鲜涮火锅的那个，是吧？不是不是不是。

说话人 1 07:52

那是。就是有一些海鲜之类的菜。

周庆一 07:54

啊，对，所以就你。你，你看你，人，做营销我给你们一个很核心的叫，是要一把刀刺进去，你们现在是几个拳头打出去，没有力道，要很极致的一把刀给那个串出去，就是要极致，就一个点要打穿，懂我意思吧？不能啥都说，你们现在就是啥都想说，但是什么都不强。

说话人 3 08:19

就是现在这些老板都统一的想法，既要、想要、还要。

周庆一 08:22

对，然后什么都没有，就是这个问题。然后第二个点，你们很大的问题是产品塑造上，产品命名上没有价值感，你前面跟我讲的几个烤串都名字都太普通了。名字都太，你现在叫的就那个烤牛肉，烤什么叫什么？

说话人 4 08:40

黑椒牛。

说话人 3 08:41

黑椒牛肉。哦，对，黑椒牛肉。

周庆一 08:43

没有特色。没有特色，没有特色。

说话人 1 08:45

它就很明确嘛，就黑椒。

说话人 3 08:47

这个之前我们试过，在我们当地试过，想给这些菜起个高大上的名字，起完之后完。

周庆一 08:54

起，你起了什么名字？你告诉我。

说话人 3 08:56

我给你想一个，之前比如说之前一个菜，起个就甲鱼跟炖鸡，嗯，烧鸡，甲鱼烧鸡完了就起个名字叫霸王别姬。完了。

周庆一 09:06

人家就还要问一下，你这是啥东西？对呀，你看我们给餐饮做这个，我做那个肥牛叫做巴掌大肥牛。听得懂吗？

说话人 1 09:14

那就很小。

周庆一 09:15

很大。很大。

说话人 3 09:16

很大，巴掌大还不大吗？

周庆一 09:18

巴，普通的肉卷那么小，巴掌大。

说话人 3 09:21

啊，那我总结。

周庆一 09:22

然后一看还很便宜，那个疯掉了，就是你的，我价值塑造要让他巴掌大，那个肥牛，然后感觉那么大大一片，然后还价格很便宜，他感觉这个东西很超值，懂我意思吧？

说话人 3 09:36

懂了，那就说这个名称里面就体现出这个菜品。

周庆一 09:40

价值，你的你高大上，不高不高大上不重要，是能不能让他感觉这个东西很值，价值感很高，所以这个命名是一个学问，就是购买理由，这是一个学问，这个是我们到时候第一个哈，我帮你们那个总结你们现在核心的这个问题，其实你们做单店是很好打磨的。第一个你们的店名一定要极致，你们要围绕你们的特色价值把它打出来。0点什么什么烧烤，0点什么烧烤，把这个点打出来，懂我意思吗？懂。就是你们现在，顾客到底来你们吃，不是吃低价，就是吃便宜。也不是吃好吃，好吃是一个很虚的词，你们那个特色是啥？就是你们做了那么多年了，人家老顾客过来能不能讲出一两道你们的招牌菜？能。啥？

说话人 3 10:25

像现在顾客来我们这吃的话，一个就是黄鱼烧豆腐，再一个就是烤肉系列的，再一个就是就是新上的一个海鲜粥。

周庆一 10:37

你看黄鱼烧豆腐、烤肉系列的海鲜粥都是很平的名字。假如你看当地我在，住在你们隔壁，让我进来吃，我跟那个川哥说，哎，你去吃他们那个黄鱼烧豆腐，然后吃那个海鲜粥。这这有什么特色吗？没有特色。懂我意思吧？懂。这个其实就是你们的整个，其实你们做，我相信能够做那么多年，做那么多时间，你们是很扛打的一些产品，有一些价值，但是你们现在所有塑造的价值全散了，不极致，全是散的，要把这个，就是你们有很多武器，挑出一把出来打出去。这是你们要做的这个事情，所以我核心跟你们讲，要假如我们做这个方案班，你们要怎么去做哈？第一个是最重要的是前期的这个诊断，把你们的所有的菜品营业额，每个菜品的这个占比。你们给我们整理出来，我们好好看一下。一定要抓出你们真正吸引顾客来到你们店的核心的价值点是什么？围绕这个价值点打传。这个价值点找到了，重新要思考你们的店名，你们的口号，围绕选出几个菜品，把菜品的名字全部更新掉。我的目的是什么？第一个我看这个名字我就知道你们当家的产品是什么，我就想来。进来了之后我点也是围绕这个我进来想来的购买理由点这几道菜。点了这几道菜之后，体验感很好，我回去跟朋友传，我给他设计的话语也都设计好了。还是这几道菜。还是这几道菜，所有人都想来这个，这是。

说话人 1 12:09

但是就是这些菜啊，就是你家有，他家也有。

周庆一 12:12

那。

说话人 1 12:12

你觉得你的味道好，其实他家也不差。

周庆一 12:14

啊对啊，那。

说话人 4 12:15

周总说的价值塑造嘛。

说话人 3 12:17

就是老师刚刚说的这个，就是说他们叫黄鱼烧豆腐，我们可能就是说硬尺上的黄鱼烧豆腐，或者。

说话人 4 12:25

你们家都是小炒黄牛肉，那费大厨叫张树广的小炒黄牛肉，他不就不一样嘛？他就能卖69，你家只能卖30，就这么简单嘛。

说话人 1 12:33

但是客户群体也不一样，他来一吃，他就是那样，就是我们那里的人，其实。

说话人 3 12:38

我们那里的。就是我们这些。

周庆一 12:39

做了十几年，都是男性。今天你吃，明天他吃。我跟你说这个点，为什么你们没做出这些东西？做不出来，因为你的前期的思维就错了，这都不是问题。做生意都是一样的，都是靠吆喝，如果你自己都不会想办法去吆喝这个事情，你觉得都是，哎，他，我们这就很实在的，不对的。

周庆一 13:03

人都是会被这个新奇的东西打动的，你首先简单，你做个门头的目的什么？让别人进来，进来之后很简单，我第一个我就是进来，你们有什么招牌菜？你要提供给我。我吃好之后吃的好，我跟别人怎么介绍？就是那么简单。核心价值还是你要理解，就是把价值感塑造起来，你做 50 块钱，我要让他感觉进来我这个体验感是感觉是七八十块钱人均的客单价的东西。这个东西你们体会一下，好吧？这个是一个核心的点。我告诉你们，你们最重要的一个点就是往后的六次的双月经营会对你们价值是很大的。因为前面这些东西梳理好之后，你们去落地，你们能看到这个效果，大家对你的反馈。但是我们

后面能给你们很大的价值，是你们单店的模型怎么去提高？其实做夜宵，烤串这种生意，包括火锅生意，夜宵生意。酒水是要把它扩大的，如果你们酒水不盈利，它其实是有问题的。

说话人 3 14:01

这个酒水怎么说呢？我给你介绍我们城市的环境。我们是一个小工业城市。主要是以煤炭这块，工煤炭工人，再一个就是城市一个老龄化城市。这块人均消费人均工资最高的也就是煤矿上的。

周庆一 14:15

啊，这个我知道，这个这个没有关系。消费都比较低。这个没有没有关系，这个就你，他们都是因为便宜嘛。对。但是同样买便宜的，干嘛让便利店赚，你们不能赚呢？

说话人 3 14:24

这个其他人的人，夏天直接烧烤，夜市烧烤酒水啊，喝一瓶送一瓶，一块钱一瓶，这样玩的。我们的酒水，我们现在就酒水不打折。

周庆一 14:36

我有很多思路，这个东西的话，你们不要去把它围绕，要在这上挣钱，如果要根据当地的那些习惯和有制定对策，如果不挣钱，如果这个不能挣到钱，但我可以不挣钱，但是我能不能靠这个引流？我能不能让别人来这个事做引流？这是一个思路，这个具体，我告诉你们做夜宵生意一定要把你们的酒水酒场做热闹。

周庆一 15:00

做热闹，其实你们核心的就旺，让你们晚上的生意旺，人多，你这个才是有更大的机会，懂我意思吧？但是这个我觉得是我告诉你的核心是什么？就是后面六次的双月就经营会，一年有六次时间，你，我们每个时期设立一个课题。一个课题，比如说第一个是把夜场的酒水的比例提高，让更多的人，酒水不赚钱没关系，我能够，能不能靠这个引流？这是一个点。第二个点能看到，比如说你们那个会有旺季吧？夏天是旺季。

说话人 3 15:32

我们夏季是淡季，我们室内是淡季，我们室内没有室外。

周庆一 15:36

啊，事业，那你们一年当中有淡季有旺季，对不对？对。怎么通过一些活动？我告诉你们，做活动、打折、套餐，路子都不对。我们会有很多这种营销活动，搞这种体验、搞活动，让他过来有这种活动的这种体验，让他进来之后把淡季的生意拉上去，这是后面，我们给很多餐饮会做的这种节日。

周庆一 15:55

就是比如说我们给这个我妹妹，春节的时候大家不是出去吃饭吗？然后我们叫做火锅肉山节，然后打造新菜品，把肉堆成山，因为大家春节的时候全部家庭聚餐，我做了一个肉色的拼盘，就是过年的时候推这道菜，然后过来的时候创造一个惊喜感，一下子把春节的。季节的销售额提高了，他节日活动

不是打折，也不是搞这种套餐，便宜，要塑造价值感，还是塑造价值感。对于你们来说呢，第一个就是你们现在的根基，我整体的话就是这样去来做。过来的话，你们要找到，把你们的核心点去围绕，你们命名产品，还有你们的这话术，把你们的整个这个全部重新找遍，你们现在太分散了，冰冰。好吧，之后六四经营围绕怎么帮助你们提升门店的单店的销售额，去思考，从夜场的酒水再到淡季。搞活动，这两个抓手通过课题，六次陪跑，一年当中帮你们一点点改善，过程当中你们会学会，会体会到该怎么去做一个餐饮的这个生意，价值塑造了。

说话人 4 17:05

因为你现在正在下滑。

说话人 3 17:08

我们现在的业绩。

说话人 1 17:09

业绩没有下滑。

说话人 3 17:10

没有下滑，我们相对来说在我们的程序是比较稳定。

周庆一 17:13

呈增长趋势。

说话人 1 17:15

但是我们就是有个啥想法，就是其实比如说像，比如说我们自己开分店，或者是加盟我们的哈，其实有很多人问，但是就是我们整个的这一个。感觉配套人员配套各方面还是不太行，连线。然后我们自己内部有培养人，所以导致我们就是你昨天晚上讲的那个，我们的人工就已经有 30 了，30%。所以导致我们营业额就很低，就是净利润。

说话人 4 17:39

跟你产品结构有很大关系，我们后面方案班的时候，我们可以慢慢把这个问题慢慢解决。哪些产品可以砍掉？哪些是不盈利的？哪些你看着盈利，实际上它背后的人工，是吧？这些成本你全部要算进去，这后面我们会慢慢算。如果这个账你算清楚的话。有意思。

说话人 3 17:59

我们的人效人效低，再一个就是后厨的效率低，后厨出菜的效率低。要人均的人效成本高。就现在基本上就这个毛病一直。人要定。一直在调整，一直在改。

周庆一 18:13

你们后面六次经营会，我觉得后面几次我们把你的品牌菜品全梳理好之后，后面有几次那个王总也会全程跟经营会的，到后面你们前面定了，在后面经营会你们的后厨以及出餐效率，他可以帮你们把关

一下。来做这个核心课。把这些东西全部做好。你想啊，在这个我觉得你们最大的价值，请我们就是
一年，我们可以教你们怎么去做一家真的挣钱的这个餐饮，怎么打菜品，怎么做这个命名，怎么做后
厨，这个你当中哪，在任何一个地方有个改进，你这个就很大价值了，十倍价值就出来了。

说话人 4 18:46

他自己招个高管估计都解决不了这个事情。

说话人 3 18:50

老师，就我冒昧问一个人，这个问题就是不该问，但是没关系，想问一下，就通过，比如说这 20 来万
的，这个课程费交了，就是让你们陪跑一年，陪跑一年之后，我们的。利润率或营业额大概能提升多
少？

周庆一 19:07

啊，不知道。

说话人 3 19:08

就我知道这是一个。我也想就是求一个心理安慰，就是大概一个值，可能就是 5% 还是 3% 之类的。

周庆一 19:17

我就简单问你吧。你现在觉得有我前面说的，你这个门头这个有问题，成本高，你认不认可？认可。
好，那如果这样一个广告语改变了，你的菜品的改变了，提升你百分之十。你能有多少的营业额提
升？

说话人 3 19:32

能提高百分之能百进店率。

说话人 1 19:37

能进店就能成交吗？能，能进店。

说话人 3 19:38

能进店，我们可以说，就进店 100 个，我们最起码有 98 个能成交。

周庆一 19:43

你看，就这么简单，你改一个话语，改一个这个门头，你觉得那个名字改了，如果这个话语更吸引人
了，能不能提升 10% 的进店率？能。那真的不能提升销量？就是一定要抓具体的事，抓具体的事。

说话人 5 19:57

刚刚才我一个老板也在面试，隔壁有个面试，然后他是一年销售都是 5000。让他自己算，后来老师问
他，他是算这账，他说两天课听下来，你觉得，我自己改进的话，可能要增长个 5% 的提升。然后后
来算钱，哦，20 万，他 5000 万销售额，20 万方案班只占他的 4/1000，他自己说。

说话人 1 20:20
那在那个里面占比。

周庆一 20:22

到后面那个，你如果到后面那个再精细化干成了，你后面有些菜品没有价值的，有些人工能省下来，你省一两个人，能够砍点库存，你价值多少？

说话人 1 20:33

其实我们人工这一块有点浪费，主要是啥？想培养人，所以人工会有点浪费，所以我就说，不知道这个思路对不对。

说话人 4 20:40

我说什么呢？就是你算这个账就不对，后面半年那六次会议，我们教你这套方法，你自己掌握了这套方法，你交给你的员工，这个是永久性的。

说话人 3 20:51

这个我知道，就授人以鱼不如授人以渔嘛。对。对，我们学到之后，这个就是我们长期拥有了。对。

说话人 5 20:57

其实刚才周老讲的有一点我觉得可能对你们会很容易打动。对，只要。哪一点？因为你们现在不是很卷吗？就是好好模仿吧，就是刚才周老师讲的一个就是品牌购买理由塑造起来，比如说刚才说华北大肥的，你们每道产品有你们独特的名字之后。你们竞争力就完全不一样，同行模仿也不是那么好模仿，就因为你们独特的。

说话人 1 21:22

对，就是我们。增加竞争力。就是像你像我们现在，比如说像我们整个县城那一块，就基本上他们都在做这个酒水的活动，可能就以这个来引流做酒水的活动，但是我们没有走这个路子，我们是做菜品的。因为酒水这个能复制，你可以便宜，你可以更便宜，但是菜品的话，有些菜它不一定能做出来你这个味道。对。它不一定，原材料各方面都不一样。就你这个你复制不了，所以我们是一直用这个来引流的。

周庆一 21:47

不是，我告诉你，那个菜品它是那个，菜品你做得好，是别人过来吃了才知道的，对不对？对。那你那个吃了，是不是已经赚到了钱吗？我现在要做的事情是，我通过个名字，让看到这个名字。就想吃。就想吃，这是要做的，你懂我意思吧？你这个菜品做好，是我已经付钱了，我才知道你的菜品好。但我营销要做的事情是，我看到这个名字，我就想要买单。增加获客。拉客。

说话人 1 22:13

对，这个是获客，对对对，那我这个算是复购。

周庆一 22:15

对，你懂我意思吧？你现在理解我说的这个意思吧？好吧，但凡整体的是，这个方向。你回去的话，核心的还是把这个资料准备好，那个菜单准备好，我觉得核心要把你们核心的价值链给挖出来。

说话人 1 22:32

老师你看一下这个。

周庆一 22:33

嗯嗯，这什么什么东西？你点烧烤吗？还不如黑皮子。

说话人 3 22:43

打多少分？

周庆一 22:45

负分。这。这个不能用，这个绝对不能用。

说话人 4 22:49

你这用这绝对死的很惨。

说话人 1 22:51

但是你黑皮子的话，应该大概率是用不了。

说话人 3 22:54

注册不了商标。注册不了商标。因为。

周庆一 22:56

单店，你，如果你，你现在之后要开放加盟吗？

说话人 3 22:59

对，我们其实现在一直在这样计划。

周庆一 23:02

你这个也，你这个是负分，我如果首先你们是经营几家店，我觉得注册不注册问题不大，真的。但如果开放加盟，你们一定要，如果你们做这个，一定要有个能注册下的名字。

说话人 1 23:17

但是就说这个名字目前来说都没有注册下来。

周庆一 23:21

那就我们可以帮你思考别的名字，这个具体问题现场我们沟通，因为这是一个命名调整的一个商标的问题。可能我们会有一些其他方案解决，保留零点烧烤的原先基因，通过一些别的方式能把它给固化下来。好吧，这个后面那个具体聊，因为这个是一个比较重要的一个战略判断，现在我不了解你们的情况，也不好马上给你们做这个判断。但是我们会遇到这种情况很多，到时候线上具体诊断给你们做建议吧。

说话人 4 23:52

对，那个云南的那个换名字是谁来提的？

周庆一 23:55

对对对，这个是之后的那件事，有很多这个，我们遇到很多这种客户。反正你那个绝对不能用，我就直接告诉你，用了这，有可能你的。

说话人 3 24:05

你就前面那个圈，好多人看不懂。那个圈吗？

说话人 4 24:08

这个是。

说话人 3 24:09

没意思，就是好多人就是是不是看不懂？

说话人 1 24:12

但是你不能贸然换名字吗？

周庆一 24:14

对，不能换名字，反正但是这个绝对不能用。

说话人 3 24:16

你就把名字给换了。

说话人 4 24:17

技巧。嗯，怎么换？循序渐进的怎么换？

说话人 3 24:19

老师可能就是不换名字，只是换个商标。

周庆一 24:22

啊，这个有解决方案，这这个不是我今天进。跟你们讲你们核心，以后要发展这个事情，核心要补，哪些。些地方改善能够最快速的提升你们的销售额，这个是重点，这些细节的东西我们后面有机会来

调改，好吧？好。行。我后面还有学员在等。好好好。

说话人 3 24:41

好吧。行，谢谢老师。

说话人 4 24:44

有问题找学员助理，然后再对接。

周庆一 24:46

再见老师。

说话人 1 24:48

感谢感谢。