

刘祥-烧烤

2026年8月23日 下午 11:20

14分钟 9秒

关键词

招商 符号 广告语 抖音 品牌 品类 理由 计划 成都 供应链 定位 营业额 产品 华东
供应链合作

文字记录

说话人 1 00:00

哎，你好。

说话人 2 00:01

您您快速介绍一下您的生意的情况。

说话人 1 00:04

我这个现在是一个老品牌做的烧烤，我现在是想做一个新的品牌。名字就是严四喜，鲜活椒麻鱼。鲜活椒麻鱼就是我想要打了一个招牌，招牌菜。就是一个新品牌，后面写的没有不多，字下面写的营业额呢，这些包括销减是之前那个品牌，我现在比较现在这个品牌的我们做出来的一个符号，以及我们的购买理由。

说话人 2 00:36

你说新品牌的吗？看一下。

说话人 3 00:39

新品牌落地。

说话人 2 00:40

现在开店了吗？

说话人 1 00:42

现在是我们在已经设计好了，已经在装修了。在装修。

说话人 3 00:48

在盐城。对对对。多大面积？

说话人 1 00:50

我们接下来的店的话是准备是在 150 到 250 的这个面积。客单价多少？客单价的话是定在55。

说话人 3 00:58

这个这个未来准备招加盟还是怎么着？

说话人 1 01:00

招加盟。然后里面的广告位就是进店的一些招牌菜这些都没设计呢，只是产品还没拍呢。

说话人 3 01:10

名字是注册商标。

说话人 1 01:11

对对对，注册了，logo 都没注册。

说话人 3 01:13

马上要落地是这一家店，是吧？你之前的品牌叫什么？

说话人 1 01:18

叫四点半羊肉串。

说话人 3 01:20

开多少家店？

说话人 1 01:21

我就一家店。我就一家店。

说话人 2 01:25

为什么选了这个椒麻鱼这个品类？

说话人 1 01:27

因为烧烤它难做到标准化，然后现在呢，目前呢，就整个市场上的话，它是鲜货烧烤比较流行，然后生货烧烤对于整个供应链的要求特别高，对投资方面这块比较大。因为在我们那边没有这样的一个供应链合作的一个供应链。

说话人 3 01:47

这个颜四喜未来的目标是什么？

说话人 1 01:49

目标的话，我，我们准备是现在定的计划是 3 年 300 家。

说话人 3 01:53

3 年 300 家，你招商团队已经有了？

说话人 1 01:55

招商团队还没有，然后我们是准备是从，就是传统那个，比如说抖音上面去做这个获客。

说话人 3 02:05

嗯，最大的卡点目前是什么？

说话人 1 02:08

目前这卡点我就是，本来呢，就是这个超级符号的，其实我也在对华与华这边的，就是没事也在网上去了解一下这些，就是定位，我们那个就是那个定位学的那个。理解。这些广告语啊以及现在目前到这边来才叫是购买理由嘛。广广告语以及个符号的时候，像今天尤其学了我们的符号，它以后的运用，像这个符号包括以后我们做一个卡通的去宣传的。卡通的就去宣传，比如说店里面去走那个在街上面去走的这个。这个吗？但是这个是带了鱼的，我们还有一个就是不带鱼的。这个就是运用好像比较难运用了。

说话人 2 02:55

很难用，你也知道。零分。很难用。

说话人 3 02:58

就是最好别用，我我建议你就是如果你这么做的，基本你刚才给我看，我看第一遍都没看见。用不出来。用不出来，他玩儿就玩不起来，糊不了的。你就你放大的颜四喜，还还还好。

说话人 2 03:07

这个符号是个负分。

说话人 3 03:09

负分的，你放下去就不如放大的颜四喜，因为这颜四喜好歹他这个名字有个四。

说话人 2 03:15

你这个招牌那个最大的价值就是颜四喜，品牌名放的够大。

说话人 3 03:19

还挺大的，嗯。

说话人 2 03:21

撑的够满。

说话人 3 03:21
你这购买理由呢？

说话人 1 03:22
前面这个。购买理由我们现在取的只有广告语，一个是专注椒麻鱼，比如说多少年，还有一个从沙到下。倒桌是 18 分钟。

说话人 4 03:32
看似下了功夫的。

说话人 3 03:34
是，

说话人 1 03:36
不够精细化。

说话人 2 03:37
嗯，不够极致。

说话人 3 03:39
你这个 300 家，你 300 家招，准备在哪些地方开店？

说话人 1 03:43
我们是在，因为这个呢，椒麻鱼是在成都那边已经比较流行了，在华东这个市场还目前还没有一个头部品牌。

说话人 3 03:52
成都那边有头部吗？

说话人 1 03:53
也不叫头部，它是以学习，不像加盟的那种，也不算是绝对头部，但是这个东西现在这一段时间就是。增长比较比较高。做多少家店？成都那一家。对。成都那家招的学员多，然后回去就自己开的品牌多。

说话人 3 04:12
他是教技术。

说话人 1 04:13
教技术，然后有些店呢就是也是，就教技术用他料，也可以用他名字。

说话人 3 04:17

鲜活椒麻鱼这个品类现在存在吗？

说话人 1 04:20

椒麻鱼现在目前在华东这个市场的话，因为这个呢就是在成，我们考虑的点就是在成都那边有这个市场的一个，那有这个市场，然后我们就是到华东这这一块，其实也是有点冒险，然后我们本来是想叫做鲜活鱼火锅的。鱼火锅呢就是我们的招牌菜呢，就是可以就是弄那种传统的红汤。

说话人 3 04:43

那你最后为什么选择椒麻鱼，没选择火锅？

说话人 1 04:45

因为传统火锅呢，我们就是一个是进，就是它市场是稍微大一点，但是呢它相当于好像就是跟火锅，比如说竞争对手太多了，这个椒麻鱼呢，相当于竞争对手会小一点，我们从这个缝隙里面看能不能把这个做出来的，我们是准备是现在的方向就是把这一个，比如椒麻鱼，我们在做的过程中，前期比如说一个店，我们通过抖音，把它那个一个店打爆，根据消费者市场选择，我们在第二个店的时候再做方向的调整的。

说话人 3 05:17

这个预计什么时候开业？

说话人 1 05:19

这个大概是在一个月。一个月。

说话人 2 05:22

已经在装修了是吧？

说话人 3 05:23

对对对。就按照这个方案。

说话人 2 05:31

你自己听完这几天课，觉得觉，对自己的方案感觉怎么样？

说话人 1 05:35

现在目前对于我的广告语是不认可的了，现在，因为这个东西呢就是怎么怎么说呢？你说包括从杀到上桌，是比如说我们想的一个 18 分钟。就把鲜这个东西给体现出来，专注呢，专注比如说椒麻鱼，但是这个东西如果说椒麻鱼我们打不成的话，这个广告语说白了也就是个废的一个广告语。我们严自己这个品牌，这个名字不在广告语里面嘛。这个 logo 刚开始看我觉得还挺好，这个刻意听，尤其听到那个后期延展应用这个板块，我觉得这个就不行了，因为这个东西很难，去实实现，比如说一个卡通气球上跑，这些东西立体把它呈现出来。

说话人 2 06:19

是这样的啊，因为你未来还有招商计划的。你现在这个店呢，相当于是你的样板店。就是它必须要打包，它必须要开成功。

说话人 3 06:29

只能成功，不能失败。

说话人 2 06:30

所以就是你现在也知道它的符号不行，它的购买理由话语不行，就是现在这个门头最大的价值就是你颜色解释，文字放的够大。其他的都有待商榷，都有待商榷，甚至前面说符号是负分了，你也不好。我觉得对你来说就是最大的价值就是你学了华与华的课程之后。在方案班上，在来我们的方案班上，我们一起帮你打磨出真正对你有价值、有极致的效果的超级符号和购买理由。帮你把这个店的开业的这个火爆率，对。成功率提升。不然不然这个就是你很容易就浪费了。

说话人 3 07:11

就现在这个。

说话人 2 07:12

就是一家店没起来，又又又又又得看情况再再调试调试第二家，这个是浪费的是你的机会成本，和你的前期的这些店的所有的投入成本。

说话人 3 07:22

咱咱不能保证说你这个方案班弄完以后这个店就完全能成，但是目前看这个方案的话，你 300 家这个，做不到。有点难。而且这就能看得出来，就是你在每个地方都有思考，我的品类是什么？我的名字是什么？我的符号是什么？但是没有成体系。对。你的购买理由，你刚才也说了，我购买理由跟我的口号它都。他他要不要这个品类都不一定。这套东西呢，它是一整套，所有事是一件事，就为什么我们今天讲房关销售，它是个闭环，它是这样的，所以你要做什么品类，你们叫定位嘛，做什么品类？我用什么样的符号？然后我这个门头最后上什么信息？我卖油口号怎么讲？招牌菜怎么做？然后最后落到门头长什么样子？然后你原来招商，你要怎么跟他们讲？我跟别人不同，你用什么样的这个，就是说这边招商就卖案例嘛，你这个这个店要出不来，就没有下一步了。没有下一步了，我觉得你因为你刚刚提到你做，你这个是 1500 万，是你做那个羊肉串的一个项目。

说话人 1 08:12

哎，羊肉串，但是还有一个店，我是 1500 万，是两个店，然后有个店呢，就是他现在目前是。一年下来就是白忙活。然后两个店的名字还不一样，然后我就毙掉一家，我就把精力聚焦一下。

说话人 3 08:25

先不管先不管你那些店怎么样，至少你能做到这个数，说明你在这个地方，你在餐饮方面肯定可能是有研究的，而且你你能成功过，开过店，就是店活下来是没问题，但是要想让他加盟，想要快速扩

张，这是另外一套体系。一是我们刚才提到的这整套方案的这个内容，这东西，第二呢，对您来讲还有一个考验，就是您未来的招商和落地的陪跑能力。这个我们就没法帮你，所以说这个需要您审慎考虑一下，这个不知道您刚才提到还有抖音去招商。而且你一开了招商加盟以后，我们还要给这些门店上新，做新产品，要上新活动，这就是另外一套东西，它可能需要我们建立更更深的的能力。

说话人 1 09:04

然后这个店呢，我们打的就是准备是做那种抖品牌，

说话人 3 09:09

我我理解就抖音快速招商，这个我都知道，但是。

说话人 2 09:14

但前提是这家店还，

说话人 3 09:16

它得行，它得爆。

说话人 1 09:17

它这一点从这个，对。从零到一这一块要把它建立好。

说话人 2 09:21

你你看你做 300 家，比如说你今天看到虎鸭炒鸡，也在 300 家，它的符号是怎么用的？

说话人 3 09:27

是啊，

说话人 2 09:27

就是就是你可以自己可以判断出来的，就是。

说话人 3 09:30

这个符号。对呀，他来的时候几十家，而且人家是，学了好几年，对，学了好几年方法，他也有符号，但是他也不行。这现在也几百家了。

说话人 2 09:40

就是在。说良心话。争取啊，在你这个店，对，那个开之前。

说话人 3 09:47

对，最好是。

说话人 2 09:48

我们在方案班上能够把这套东西磨出来。

说话人 3 09:51

你就开店，你要是做抖音，你说你投流花不花上 20 万？你投流怎么着你花 20 万你招商，你 20 万花不上吗？这我们这课才 20 万，这这个课能帮你省下招商，能帮你多招一个商，这钱就回来了。对。

说话人 2 10:05

你后面还得花钱投流呢，是的。这个店。

说话人 1 10:08

这就要花钱。成功率。这个我在抖音上老刷。

说话人 3 10:12

我们今天一直讲说帮客户省钱，就是这东西一步踏错，那后边儿你的钱不知道多少损失。

说话人 2 10:20

对，算算这个账。

说话人 4 10:25

还有个问题。

说话人 3 10:27

还有看店还有什么问题？

说话人 1 10:31

现现在目前的话，像这个开始的时候，这个东西没选好的话，确实我这个东西其实也想了很长时间了，其实我现在就对于这。

说话人 3 10:40

看不出来下来的。是的，因为每个地方我都看你挺有思考的。

说话人 1 10:44

然后包括门头整个量化这一块的话，也是。

说话人 3 10:47

是看的出来，因为鞋面儿嘛，看看他上会有鞋面儿的。

说话人 1 10:51

对，在这个上面嘛，后面还是要产品，那个还是要改。

说话人 2 10:54

所以还是关键要要有老师带，老师指导一下会不一样的。

说话人 4 10:58

这时候应该是还是让那个王川老师。

说话人 3 11:01

是的，他得他得上。

说话人 4 11:03

他来跟。

说话人 3 11:03

就你东一撇子西一撇子吧，每个地方看都像那么回事儿，你听一听完课你就发现好像都不对。

说话人 1 11:08

对，本来觉得没问题。

说话人 3 11:10

对呀，本来都信心满满的，是吧？就 300 家没问题。

说话人 1 11:13

但这课听下来的时候。就是对广汇，其实昨天我回去也想了很长时间广汇，但怎么想，也也不大那个，想想想的想出来。

说话人 3 11:25

他背后是有方法的。

说话人 2 11:26

我们我们的方案班最快的9月 3 号就有一期。要是来得及的话，带上你的团队，包括你的这个设计。

说话人 4 11:34

这个可能名额。

说话人 3 11:36

要看一下还有没有名额。

说话人 4 11:37

对。他不一定，还真不一定，因为因为上一期的人也会来。

说话人 3 11:41

啊对。应该应该差不多了。

说话人 4 11:44

对对对。嗯，这这可能可能要排到下一期。

说话人 3 11:49

因为我们是这样，我们除了这四天方案班以外呢，我们还有前期的线上调研和六次的后面的陪访。就是线上调研的话呢，我们需要就尽可能的，比方说刚才您给我们看的所有东西，包括您计划开的菜品。

说话人 1 12:00

那像这个，我也这个就本来是这这个的，然后加个鱼在上面，这个，但这个我知道也很难运用起来。

说话人 3 12:07

很难用。这还依旧灵活。就如果是这样的话，我就劝您把把那个杨四喜，还是什么。

说话人 1 12:13

放大。

说话人 2 12:14

这个是起负分的。负分。

说话人 3 12:15

不起作用。就不要想，方法都不对，说实话，路子都不对。而且您这后面的话，你要招商涉及到您的商品上新和推广。你比方蜜雪冰城为啥他能带动那么多家加盟店？因为我们不断的在帮他做活动，不断的在推新品，然后每次就会带来新的客人。你你不是说招商招出去你不管人家死活了，这也这也不行。我如果说后面有双月经营会的陪跑的话，我们也会帮你把关这个产品上新的这个活动和营销。是怎么做？

说话人 4 12:46

行吧。可以，有什么问题的话，再可以问我们学习部。

说话人 1 12:51

这个。行，我一下子就想到现在这两个重要的，其实现在那个就是，我还有一个就是我比较困惑的一个是什么？就是整个，比如说我们现在，就是比如说定了一个计划，对吧？我们现在对营业额计划，然后没办法拆解到，比如说各个部门。和很好的去拆解到每个，比如说我们拆一下的这个部门的任务，那部门任务，大家呢都会觉得这样做可能会不公平啊，这一个是在管理上面。预算管理这个板块是，我是弄不起来。

说话人 3 13:31

营销课题上的明天上午会给你帮助，就是拆解这个营销计划，明天上午的课程就讲这个。就讲这个。但是具体的这个人员分工、绩效啊这些东西呢，可能我们就帮不上太大忙。

说话人 1 13:43

明白。行呐。

说话人 2 13:45

对，到时候方案班带上你的你的设计师应该是合作的吧？

说话人 1 13:50

合作的，我们自己没有。

说话人 2 13:51

对，带第三方，可以带第三方合作设计师一起来，现场就帮你把方案调改设计好。能够四天方案班直接带走成功。

说话人 1 13:59

四天吗？对。

说话人 2 14:00

行吧。这个是帮你提高你的首店的成功率。

说话人 3 14:04

好的。对。行吧。好。好。谢谢谢谢啊。好。好嘞。