

邵松峰-商务宴请

2026年8月23日 下午 10:03

15分钟 11秒

关键词

品牌 餐饮 砀山 运营 品类 商务 门店 理由 合肥 消费者 顾客 品质 关键 印象 体系 朋友 老板 底子基础

文字记录

说话人 1 00:00

快速说一下您的公司的业务，遇到的。

说话人 2 00:03

餐饮，我在本地县城，我是在砀山县。我们在本地已经做到头部了。嗯，砀山。对。目前是有一个综合性酒店，以婚宴和住宿为主。然后还有五家社会餐饮门店，是商务宴请为主。

说话人 1 00:22

商务宴请。

说话人 2 00:22

对，因为现在的市场一个禁酒令，还有一个消费疲软，所以说我们的下滑的也比较厉害。

说话人 3 00:31

品牌名叫什么？

说话人 2 00:32

友荣。

说话人 1 00:33

友荣。

说话人 2 00:34

下滑 30% 到40%。对。

说话人 1 00:36

有有照片吗？可以看一下吗？

说话人 2 00:39

有介绍。照片我我没带来，做了一个，我们自己品牌，我让下面文员做了一个 PPT 吧。

说话人 1 00:48

嗯，好，你看一下。看一下。好，行。友荣饭店。

说话人 2 00:55

在我手机上看，好看一点，可以展示大一点。卡掉了。

说话人 1 01:02

这个礼宴中心是在和饭店是一起的吗？

说话人 2 01:06

是，他是。

说话人 1 01:07

天禧礼宴中心。

说话人 2 01:09

是的。

说话人 1 01:11

商务宴请，有想过什么样的一些解决的办法？

说话人 2 01:22

解决的办法我们现在，之前餐饮我们也跟着餐饮，就是一个机构叫中诚伟业，也是培训的公司吧，一直跟着他们去学习，学习了两年，现在我们和宴纳百川也是做餐饮陪跑的，和他达成了一个深度合作。他们也是安排老师住企。来帮我们做运营。

说话人 1 01:49

嗯，他们现在给了些什么招吗？

说话人 2 01:53

忠诚伟业都是理论。然后燕霸百川是他有驻店的经理。然后还有正常情况下都是 1 到 3 个人在我们企业。就是陪跑，他等于是帮我们整个的运营，是总经理的职位。

说话人 3 02:10

有用吗？

说话人 2 02:12

7月3号才来。有用肯定有用，毕竟他们是专业的，他们对于我们来说，精细化的运营，可能会比我们要强一点。但是真正的像我们华宇华的这种品牌的思维，他们还是欠缺。

说话人 3 02:30

所以他们主要是内部的运营上面。

说话人 2 02:32

对，他只是说管理，但是你要是说战略方向吧，可能还是会有欠缺。

说话人 1 02:38

嗯，你听了这几天课，觉得有些什么想法吗？可以做哪些？

说话人 2 02:44

品牌嘛，一直做的都是品牌。我这个店开的是19年年底才开始做的，因为我本身是做互联网行业的，是做美团的代理商，这等于是我的副业。但是做了之后就丢不开了，因为越开越多，也变成一个重资产了。像这最后一个店都投了大概五六千万。所以说也放不下了。必须要深耕了，要亲自来下场来做这个事儿了。

说话人 1 03:09

一共有几个店？

说话人 2 03:10

我们现在有六家门店了。都是这种商务宴请的。不是，对，有一个有一个店是做大众消费的，人均很低，它是另外一个品类，是地锅店。

说话人 1 03:24

嗯，那那个现在生意怎么样？

说话人 2 03:27

那个现在反正生意都不都不太好，整体拉下来的话是有两个店是亏钱的，其他的是赚钱的。

说话人 1 03:38

那就是商务宴请那个即便是下滑，他还是挣钱的。

说话人 2 03:43

对，挣的很少了，一年挣个几十万。

说话人 3 03:46

那个有容，您那个一家店的面积平均多大？

说话人 2 03:51

最小的是 600 多平方，800 多，1300、1400，然后这个礼宴中心是1万8。

说话人 3 03:58

哦，有容的客单价是多少？

说话人 2 04:02

客单价每个店它的虽然都是商务宴请，但是还是不一样，有的是80，有的是100，还有一个会所性质的是两三百。在我们本地，我们给人的印象就是友龙品质好，菜好，就是贵，一个字就是贵。但是现在贵的市场已经变得很小了。不好做。对，不好做。另外主要是我们一开始好多的就是政府单位会去，现在没有市场。

说话人 1 04:32

进酒店。对。

说话人 3 04:34

那你们这个贵。消费者怎么评价你就为什么贵呢？

说话人 2 04:40

单价上就贵。

说话人 3 04:41

就是为什么单价比别人贵？

说话人 2 04:43

为什么？品质好呗。

说话人 1 04:48

什么？我们用的。再具体一点。

说话人 2 04:50

再具体的一点，我们用的原材料也要好，包括一些菜品啊，是其他店没有的。对，我们的食材，我会经常带着厨师们去全国各地去找食材。对。

说话人 3 05:03

这些这些宣传的这个点，你给我写在我们的门店的菜单儿啊，或者说宣传语里面，有有有提提前。

说话人 2 05:11

并没有，但是也有一部分。也有一部分，我对这个品牌，打造品牌还是有一点想法的，只是说没有认真的去做。

说话人 1 05:22

就是消费者其实并不知道你这些贵的背后的价值。

说话人 2 05:25

对，他只知道贵，但是有一部分人，就是真正的，就是那种高净值，或者是高知人群，懂的他会懂，他会知道我们家为什么这么贵，他的差别在在哪里，但是大部分人，他是不知道的，他只知道同样一道菜，他家的就是贵。

说话人 1 05:42

这这是个问题。那你觉得如果这个。购买理由塑造好之后，能够传递出去，给到这些消费者，他们会不会愿意，诶，接受这个，你这个贵的这个？

说话人 2 05:52

愿意。愿意。消费者他不是消费降级，他是愿意为他。认为值的东西去买单。对。

说话人 3 06:00

嗯，是的，这就他定了。

说话人 1 06:02

对，那其实你核心是要围绕你这个贵的背后的这套购买理由和价值，要把它提炼和梳理出来。

说话人 2 06:11

就像老师讲的，被看见，要让他们被知道。是的。是的。还是还是一个宣传嘛。对。

说话人 3 06:18

你在当地做多少年？

说话人 2 06:19

19 年年底啊，6 年了。

说话人 3 06:21

6 年了，也一定也有一定基础，这个名字也还好。

说话人 2 06:25

啊对，还有我们的slogan，我一直还想给老师看一下，一开始叫朋友情谊浓，请客到友荣。朋友情谊浓，请客到友荣。后来我就想，是不是太长了？不好记，但是我也问了，咨询了很多身边的朋友啊，

他们就是让他们也去咨询了，他都说这个 slogan 很好，但是我现在又想。因为我最近改了一下，叫吃好饭，到有容，或者我一直在推销，或者是去有容。也是想把这个 slogan，改的更简短一些。

说话人 1 07:00

嗯，是这样的，这两句啊，现在就是吃好饭到友荣啊，它没价值。就是你换成后面换成任何一个品牌，都可以，到王荣到张荣都可以，因为这句话里面它不包含价值，它只有一个行动指令。啥意思？然后前面那句呢，它是这样的，就是感觉押韵啊，朗朗上口啊，就跟那个原来那个我们说巴马，有情有义有巴马，是一样的，就是它也不产生具体的购买理由价值。我我们刚才其实梳理说就是您这个为什么友荣贵？品质好，背后其实是有一套您的产品科学和价值体系的。对。其实是要把这个提炼出来，有一根针能够提出来，扎到这个顾客的这个认知当中。

说话人 2 07:45

是，你包括我们用的油都是非转基因，你正常情况下，餐饮店在我们县城最起码只有我们一家这么用。

说话人 1 07:53

对呀，就是你你。

说话人 2 07:54

顾客看不到你用的东西，你用的调料再再好，顾客看不到是这一种。

说话人 1 07:57

对呀，你花了钱，他只看到贵的价格，他没有，没有让他感受到为什么这么贵。对。其实您的这个提升的空间很大。因为我感觉您的底子基础是很好的。而且是你花了很多心思，已经把这个，基础做的很好了。基础很好，只是这个价值感没有传达到这个顾客上。

说话人 3 08:20

未来还有拓拓扩张计划吗？

说话人 2 08:22

有，一直是准备在合肥。我就进军合肥。

说话人 3 08:28

是不是竞争会压力会大一点？你是说本地。比方说你再进入合肥，它是县级机构。

说话人 2 08:33

我我是本地，是因为空间就这么大，是一个小县城，我们县城就常住人口，县城常住人口才十几万，它的整个体量就在那里放着，另外，已经做成全民公敌了，没意义在这地方。而都是。餐饮同行见了我，我不参加他们，因为我和他们不是一个圈子的。我不会做饭，我连菜我都分不清。所以，好多人也也都敌对我，不想在这做了。

说话人 3 09:01

对。走向更大市场，这个是可以的。

说话人 2 09:02

对，在合肥的资源更好，你包括无论是从政府资源，各方面的资源更好。

说话人 3 09:07

所以这个时间点其实挺关键的，因为您这个底子还是不错的，有荣字，名字也都不错。

说话人 2 09:12

嗯，这也就注册商标了。注册商标，对，这都很好。

说话人 1 09:15

就是而且你这个荣字啊，荣字辈啊，新荣记也荣字辈。

说话人 3 09:18

我刚才看你就什么新荣记荣小馆儿，我就想到那个。

说话人 1 09:20

就是就是保持这个。偏高端的这种调性。

说话人 2 09:23

对。我们还做了一个品牌叫梨园走地鸡，我是把它打造，想成为一个当地的。因为每个地方都有，招牌菜，我们那个地方没有一个公认的招牌菜。把梨园走地鸡打造成一个本地的招牌菜。

说话人 1 09:38

这个想法很好。

说话人 3 09:40

你的战略还是挺清晰的，我觉得现在涉及到就是怎么把它落地。我觉得这个，因为你也听了我们的课程了，首先是刚才基于您讲的呢，我们刚才提到整个的话语体系，那套东西对您来讲应该价值非常大，它传播出去以后呢，我们先暂且不论获客的事儿，至少是客单价，让消费者知道我们会的价值所在，这很关键，你的推未来推广上，这也很关键。然后您，因为您提到要走向这个大市场，比方说去合肥，那我们这个品牌整体的这个形象也很关键。因为您您刚才应该给我看的里面好像没有您的符号，就只有一个字标，是不有龙两个字。对，是。对，没有一个符号，因为这个符号呢，它有可能来自于您的品类或者是战略。

说话人 2 10:20

之前也都做过，做过很多，我都不满意，包括我们就是天级礼宴中心，也是设计的logo，像一个蝴蝶形状的，各种各样的，没有统一的标识，我今天就是听了这个课之后，我就觉得，就是需要统一。

说话人 3 10:33

是的，他有可能，因为现在对您了解不多，不知道给，不能给您明确建议，就比方说他有可能来自于您的品类，来自于您的提炼出购买理由的这个价值，来自于这些东西。或者来自于您的地标，或者怎么着都可能。那我们在方案班上呢，会给您穷尽的方法。然后我们把这个方法都都想出来之后，我们现场会帮您做判断，会帮您选一个这个符号下去。然后这个符号有了，购买体系理由，这个购买体系，购买理由的体系有了。第三个就是产品结构，因为刚才您提的一个挺关键的点，就是您有一些别人没有的菜，包括您本地是没有招牌菜的。

说话人 2 11:07

这都是机会。

说话人 3 11:08

这是很大的机会。

说话人 2 11:09

我们现在这个梨园走地鸡也变成，只要是外地人来，就是本地朋友请吃饭，一定到我们这个店。对的。对，已经是做到这个地方了，因为没有嘛，我们先抢占的这个，所以我们的有两个店，梨园走地鸡，装修上面也都有slogan，就是，砀山人的招牌菜，我们率先喊出来，砀山人的招牌菜，另外就是砀山人情，砀山味，也会做一些东西。

说话人 1 11:35

梨园走地鸡门店有照片吗？

说话人 3 11:37

是是是品注注册商标还是什么？

说话人 2 11:39

没有。没有，这个注册不下来，因为梨园两个字。

说话人 3 11:42

啊其实你打的是品类名。

说话人 2 11:44

对，反正因为小县城这个管控也没有那么严，也也不是说。

说话人 1 11:48

那你。

说话人 2 11:50

如果说以后的这种隐患，以后再说，我们先。

说话人 1 11:53

前面要加品牌名。

说话人 3 11:54

这个也是很大一个。

说话人 2 11:55

对，要加品牌名。

说话人 3 11:56

就是我在你旁边开一个一模一样的店，你拿我没办法。

说话人 2 11:59

到小县城不存在这种问题。

说话人 3 12:01

我们只是举，因为你将来还要去大市场，对，但是这个是这样的，就是我们方案班是会聚焦一个品牌来做，但是这套方法呢，您可以另外一个品牌也可以用，我们方案班会选一个这样，我们前期方案班之前会有一个线上访谈，然后我们会做一个选择，包括您，我相信您也有倾向，对，我们会做一个选择，哪一个品牌来做，然后我们会需要一些相关资料，我们销售销售经理会跟您要。

说话人 2 12:24

这个到时候我还得回去慎重考虑一下，因为我们现在就是等于是多线运营，但是做的又又都不好，又都不差。就是卡在这个不上不下。

说话人 3 12:35

这个资源聚焦也是一个很关键的问题。

说话人 1 12:37

对，您考虑一下这个权重，反正听下来呢，友荣就是做完那套改善之后，它的提升还是蛮大的，能够得到的提升会更大一点。

说话人 2 12:47

我们的就是品牌知名度，在本地已经是第一了，就是提到餐饮品牌，你就是坐个出租车去，去哪里去吃呀，或者干嘛的，去友荣就是有面子。一开始我做这个店，第一个开始做的店就是。因为我不是餐饮人啊，我就想自己有个吃饭的地方。但是又要有高标准的地方，所以做了这一个品牌。一直就延

续了高标准，所以对给人的印象就是，他家虽然好，但是就贵，一般老百姓去吃饭就是说，没有重要的事不会到我们店去吃的。但是有重要的事一定到我们店去吃，就是这种。

说话人 3 13:22

知名度永远都不够。对，是的。我们每，我们电视很多人都说自己知名度。

说话人 2 13:28

那对。还有很多人，我以为也是这样的，后来就发现有很多人还是不知道。

说话人 3 13:32

而且他知道你他也没去过很多人。

说话人 2 13:33

对，有很多人没去过，他们对我们的印象。就是贵。

说话人 3 13:37

是的，所以要把这套东西，就是话语打打通。

说话人 1 13:41

知道贵，但是给他一个理由，就是贵不贵我都得去试试。

说话人 2 13:43

还有就是有竞争对手啊，一开始他是个老品牌了，都干了都 20 多年了。他在外面，他有口碑积累，然后他的他的手段嘛也是很下作的，就是应该举报呀，就是，还专门找了一批人在外面，就是说我们的菜不好吃，就是这种。因为我我没有和他用这种手段和他竞争，我还是该怎么做我就做。做好自己的事。到回头我就想这个，怎么一般要抬高自己，我也得顺便把他给打下去。

说话人 1 14:17

嗯，不用管他。先不用管他，我觉得对，先把自己的价值表达出来。把把自己的价值表达出来，嗯，对，嗯，对。

说话人 3 14:24

那是我们时间差不多了。好，

说话人 1 14:26

好，

说话人 2 14:28

行，谢谢啊。嗯好。

说话人 4 14:33
下一位等一个人。行。

说话人 4 14:45
这种老板，我觉得这个怎么说呢？你们也可以谈分析了，就是属于骄傲的老板。要打服。或者可以这么认为，刚刚在庆一那边也说。所有老板进来先打服。每个老板，哪怕挣 100 万老板。