

酒吧-32life

2026年8月23日 下午 7:50
21分钟 57秒

关键词

南京 核心 品牌 常州 门店 承诺 竞品 餐饮 实惠 产品 课题 量化 费用 产品结构
三线城市 预期效果

文字记录

龚赚赚 00:00

然后呢，我先首先介绍一下我们，以及我的需求是什么？嗯好。然后我们合作能达到什么样的一个效果？这样沟通可能更高效。好，嗯。我们是做这个酒吧、清吧的。我们在常州。八九年下来呢，就是持续的排队。产品结构呢，是以酒水为主，西餐为辅。我们的菜品呢，有自己的央厨供应链。酒水呢，现在呢，今年也就是，自己品牌的酒水也生也生产了。顾客的主流客群是 18 岁到 35 岁的年轻客群。在常州本地呢，几乎没有竞争对手。

周庆一 00:37

OK。

龚赚赚 00:40

去年还是前年。我们去了三线城市。去做尝试。失败了。三线城市的年轻人，以及他们的消费收入。可能觉得就是我们的价格过高。我们立马扭头去了南京。到了南京以后呢，我发现有客群，但是精准客户群没有抓住。然后也没有像常州这么火爆。所以我就进南京之前呢，我们把品牌名做了一个升级。其实首先我们先，应该是先找了你们公司。我们那个就中欧校友推荐的嘛，先找到你们了。但你们那个费用太高了，哈哈，我们扭屁股就走了，哈哈。然后我们原来叫 32 life。然后现在呢，也是找了第三方公司。然后就叫了L32。我改了，品牌名啊，包括语系呀，包括VI呀，然后一套也都做了。对。做了以后呢，就现在在这个南京市场上，就是没有达到预期。然后就是如果是。我们这个合作的话，嗯，就是我大概的需求就是，嗯，可能从顶层设计的。品牌这块，嗯，我可以放一放。对你们来说，我可能我现在先把南京这个市场，怎么把我打下来？

周庆一 01:58

嗯，你现在门店的照片我看一下，有吗？门头的照片，嗯。

说话人 3 02:02

视频也可以给他看。

龚赚赚 02:04

看哪个店？

周庆一 02:06

都可以，就那个你做的比较成功的店，我看一下现在。成，

周庆一 02:25

你为什么南京那个店你没有成那个呢？觉得不达预期呢？你觉得核心跟常州有什么区别？

龚赚赚 02:34

嗯，客户群没有精准的抓住，因为我们打的是，这个是页面。

周庆一 02:40

嗯，我大概了解，嗯嗯。

龚赚赚 02:52

南京可能装修我还请了，还算是比较知名的一个设计师。

周庆一 02:57

嗯，然后就这个是吧？多少平啊？

龚赚赚 02:59

这个有 1000 平。

周庆一 03:00

1000 平。

龚赚赚 03:02

这不是，这是常州的。对，找你们合作呢，就是拿南京做试点。暂时不用顶层品牌设计。通过这次方案，班啊，先把南京打爆。所以我们合作期望就是效果要清晰一点。嗯，好。

周庆一 03:22

你觉得不用品牌顶层设计，我就具体来说，其实这两天你觉得南京你没有达到预期，核心要解决的，你觉得卡点在哪？没有找到，你现在找到一个核心问题，没有找到精准人群，没有找精准人群是哪里出现问题呢？你自己觉得。

龚赚赚 03:38

宣传这块。

周庆一 03:39

宣传这块。

龚赚赚 03:40

宣传这块存在的一个是，你一个新的品牌。到一个新的城市去打的话，我们第一周就请了有 100 个网红。因为我们属于网红店嘛。对。按道理来说的话，100 个网红下去。虽然南京属于一线城市，市场很大。它会溅起一点水花。但是实际上过来消费的都是周边，嗯，2 公里以内。可能住在周边的。辐射范围不广。我们在这个阳台拉小提琴。武汉的苏梅你们听过没？没有。没有是吧？就比较非常火的一个一个网红的，也是个打卡点。我们就通过这个，在二楼有个阳台嘛。去拉小提琴。正常来说路过的人都会拍个照嘛。发个朋友圈嘛。所以这种宣传宣传速度应该很快。但是发现不行。就在传播这一块，那。你说他生意不好吧，他也还行。但是不是像说就是这么火爆，那我们也去先进入市场前，我们肯定也去先研究了竞品嘛。那竞品的这个就是，都是我的周边，因为在新街口嘛。我在最核心的位置。就新街口最最中心的一个十字路口。

周庆一 04:50

有流量。

龚赚赚 04:51

超级流量。就是你晚上凌晨几，随时去。全是人山人海。按道理来说，这样的对于品牌曝光的话已经。足够。做大了。对。所以我就迷茫了。我不知道问题在哪。

周庆一 05:04

OK。南京那个门店，我看一下那个门店。

周庆一 05:17

你们原先做成功的，在常州你们酒吧清吧的核心的价值点是什么？

龚赚赚 05:27

其实我们没有自己的，比方说产品，因为我，我觉得我们就是搬运工嘛。因为酒水的话，可能都是用进口的品牌酒水。也是做精酿。但后来呢，可能就是结合的什么，威士忌呀。鸡尾酒啊，同时也在卖。OK。但可能我们在酒吧清吧这个行业里面，我们餐饮做得不错。因为我们有自己的供应链嘛。我们从蓝蛙挖的那个产品部的人，然后帮我们去做研发。这个是。嗯，你看一下。南京店。

周庆一 06:10

南京店叫做 L32 嘛，是吧？

龚赚赚 06:12

对，升级了。因为你们之前不接，没有单模块去。

周庆一 06:18

对，是的。

周庆一 06:27

好，嗯，好，其实你的整个课题，你想要解决的需求比较明，就是围绕南京的这个单店，解决你在南京。开拓这个市场的这个问题。首先我现在看到的可以解决的一个点哈，你这两天解，听课听下来，你感觉在哪块会比较欠缺？符号、话语、产品。

龚赚赚 06:53

第一节课的时候，我就立马给，就是我的，咨询公司，就立马跟他沟通了，这个问题。这个问题呢，因为我们有一个行业的特殊性嘛。一个是我们做的是西餐。然后酒吧、清吧，其实对于。

周庆一 07:07

客单价多少？我再了解一下。

龚赚赚 07:10

150、180、200 的。OK，嗯嗯嗯。就是如，当时我们在设计的时候有想过要不要去做IP，要不要设计这个符号？因为我们探讨了很久，最终我们是放弃了，就可能先从名字上，去突出，或者是从就是我们做了叫语系嘛，OK。但是我觉得那也不行，也不太容易被顾客记住。是，嗯。因为门头这一块的话呢，就是西餐，所以我们设计的门头呢，也不是说就是特别的，突出啊去干嘛？还是做了一点点，就是那种神秘感啊，会有这样的。

周庆一 07:49

好，我现在看到了一个核心问题啊，我觉得在有可能是第一个，在常州你的竞争对手没那么多，在南京你的竞争的格局会更加的复杂一点，竞品会更多一点。

龚赚赚 08:04

我的竞品在我的 300 米，左右，是酒吧、清吧一条街。对。那一条街，他的人客单肯定是比我高的。他的一杯鸡尾酒肯定卖到 100 加。那我的100，我的鸡尾酒，因为我竞争嘛，我肯定先腰斩的，因为他们都很小嘛。也就几十个平方。那我们这种大体量的六七百个平方。那我也要想聚人气的话，我就直接把它要斩了一半。

周庆一 08:33

就价格更加实惠。

龚赚赚 08:34

对，更加实惠。

周庆一 08:36

大家来你这个店的话，比如说我推荐，我来了之后，消费者基本上会怎么宣传？讲你们这个店，介绍你们这家店，为什么好？

龚赚赚 08:46

你说在南京还是在常州？在常州。在常州，好吃，服务好。

周庆一 08:51

好吃，服务好。

龚赚赚 08:52

但是我我不太愿意去做这个，就是餐饮，因为做餐饮就是，这不是我擅长的。是的，嗯。因为而且这个就是餐饮的。

周庆一 08:59

还是愿意喝酒，嗯。

龚赚赚 09:01

就是。卖酒。对，之前在三线城市不愿意做，是因为很多人把我们当成了一个西餐店。OK，嗯。就不是我们特别。擅长的领域，因为我们的培训方向都是以餐酒吧。所以我还有在想。我们这个业态啊，在现在的这种大环境下，非刚需餐饮嘛。西餐。叫酒水清吧，休闲的这种场所。有市场。头部是什么呀？

周庆一 09:30

我再问一下问题，在南京大家会怎么传你这个门店？

龚赚赚 09:34

南京。没有人去传。

周庆一 09:36

没有人去传你这个门店。

龚赚赚 09:38

因为现在刚开一一两周嘛。

周庆一 09:39

好，现在的核心的问题，我先那个不是讲这个市场，市场永远有。你现在在南京上的我觉得是一个短板的一个问题，困难点的问题，是你的产品价值没有独特性，没有独特性，其实可能有独特性，但是没有放大。你在，你前面讲了一个点，我觉得是他有一些优势，就是你的价格是实惠优惠的，但这个点大家会不会传，或者是口口相传，大家年轻人都会来，这个点大家会不会传？

龚赚赚 10:16

我还，但是有一个这个问题，就是我觉得是我们这个行业的头部啊。头部叫幻师，你听过没？

Commune。应该现在在招股了。马燕她要上市。她的她有，她的应该有中端，还有低端。她在南京的

市场，她是定为是低端的。她的价格。我的产品肯定是比她稍高一点的。如果说论实惠价格的话，去传播的话，那周边肯定也有很多小的什么口腔馆啊。是。那肯定更便宜。我觉得我们的装修环境。在整个新街口地区应该算是最好的了。所以不会把便宜实惠给传递出去。

周庆一 11:03

OK，其实不用传递谁，就是你是不是找达人，对不对？对。很多的达人。

龚赚赚 11:09

全宣传成了漂亮饭。

周庆一 11:11

对对对，其实我们要设计一句话，让达人帮你把你的核心价值给传出去。但这个核心价值不能讲是便宜，也不能讲是，但是他又有一句话是你要给他的。我给了。你给他什么话？哈哈，你给他什么话？

龚赚赚 11:27

上海是不是有个那个 ins 新乐园？

周庆一 11:29

我知道那个，那个。

龚赚赚 11:31

然后就是可能受他的这个启发嘛，我们就做了，因为我们像，就是做的这种聚会新乐园。然后想让这种达人去传播出去，我们。因为当时第一次，一开始我们错误的点是什么？因为之前我们一开就爆，一开就爆。我们来南京市场呢，就前期没有做任何预热。我以为在新街口这么大一个。

周庆一 11:50

马上就能爆。

龚赚赚 11:51

肯定能爆，就可信心可足了。然后一点预热没打以后呢，就立马就去宣传，后来我就想武汉的那个小提琴如此爆，南京这个在露台小提琴，嗯，必然也会爆，这么多人拍照。先宣传的是那个室外小提琴。然后第二宣传的是聚惠新乐园。都没爆。没有反响。

周庆一 12:14

OK。所以说我觉得我们做这个事情哈。你其实是一个在南京市场老品牌要打新模型的一个任务。

龚赚赚 12:22

应该是新品牌进。

周庆一 12:24

新品牌进市场。对。其实你核心的，其实对，有挺大的我觉得是一个开拓新市场的一个陪伴的一个价值。第一个我觉得第一个阶段是你要找到能够在这个市场当中，我们要找这个案例参考，是能够，你要找到能够在这个市场能够事业成立的最核心的价值点。

龚赚赚 12:45

你们有没有做过跟这种什么西餐呀这种。

周庆一 12:48

我们做过一个酒吧，邓世贤那个叫什么？胡桃里，啊胡桃里，很多年前做胡桃里。它是酒吧嘛，那个音乐酒吧餐厅，我们给它定位音乐酒吧餐厅，然后它其实是通过这个在里面唱歌吸引人群的，其实在疫情前，那个是挺火的。

龚赚赚 13:05

后来他们团管理团队都跳到了梦田。

周庆一 13:07

对对对，他们那个当时也是一些内部的一些原因一些，反正我其实核心是讲什么？就是第一个你，我们先去你这个模型，一定是一，去宣传，一定宣传一个点，你不能是哪哪都好，哪哪都好，你不知道宣传哪。

龚赚赚 13:22

前期就是这个错了，后来立马回头。对。立马回头以后，发现聚会新。乐园传不出去。

周庆一 13:28

传不出去，那太泛了，太泛了，你一定是一个很具体的点。那 ins 它是因为本身它那么大一个你不用传，人家就知道了。你作为一个品牌，你一定是一个很具体的点，很具体的一个价值点要传。

龚赚赚 13:44

原来呢，就是 33 Life 嘛，我们打的是轻松愉悦的环境。后来因为升级嘛，因为可能就是品牌的原因，我们原来是家纺的，后来转餐饮了。就这个。然后就是我们清吧行业没有爆品可打，虽然我们产品不错，但是西餐有一个难点是吃久了会腻。它不像中餐有个包厢可以持续吃，嗯，正常一吃西餐一周，我就再也不想去了。然后是怎么打？合作，如果我们合作啊，好。能给南京带来什么效果？大概四个问题哈，我就开个权限，全讲完哈。你先说。第二个是达到这个效果，我们初步的框架结构是怎样的？第三个是是否可以量化？OK。你们是否可以量化？

周庆一 14:29

第一个是我们承诺。第四个。你说。

龚赚赚 14:31

如果连续两周。达不到预期效果，调整机制你们是怎么？

周庆一 14:35

嗯好。OK。第一个是我们肯定不承诺这个成果，我们如果你那个，我们600万都不承诺成果，我们600万接的时候跟跟我说我我跟你。量化嘛。没关系没关系，我这也正好跟您那个说一下。我们的判断标准，以及我们怎么跟客户做交付的。所谓的600万的客户，我们说就是你，我甚至会给他降低预期，你来找华与华，你认这600万没有任何效果，你都来找我们，你认的话，来找我们，我来，我觉得你可以来找我们，这个。

周庆一 15:05

这个是一个核心，因为企业本质是自己干起来的。这是一个基础点。第二个方案班我们怎么来服务呢？其实我知道你的课题，但是并不能承诺你的效果，因为在这个方案班，其实我们交付的最核心的价值是教会你方法，你在里面能创造出自己的方案，我们关键。能够帮你做战略判断，这句话到底对不对？你避免你走向错误的这道路。就像你如果宣传酒吧新乐园，我们觉得这句话是一个一开始就知道是错的这个方向，直接帮你把这条路给终止下去，这是最核心的价值。对，如做这个事情，其实你的课题就是打磨新品牌进新市场，带南京这个，那我觉得前期在创业这个项目上，你要很明确的就是在前期调研阶段，要把南京这个门店能够成。能力的价值点，一定要是确认，找到，找到之后来四天方案班，做什么呢？具体，你跟上天，上午我们教上课，就是教具体怎么做，今天是教理论，那我们全部教做法，那下午出方案。你们内部出方案的话，我们基于对你们的了解，会帮你们去找到里面最好的方案，而且去抓战略方向。

周庆一 16:23

那第二天是做品牌话语口号，其实对于你们这个品牌来说，其实你们要给提供的就是些达人宣传的那句话，以及他拍视频的点，到底该怎么拍，能把我的最好的宣传点能够传出去。你要设计他传播的路径，其实这是核心关键。那第三个是讲我的整个门店的产品结构，围绕我们的核心价值，怎么去打造这些产品组合？最后一天落到传播上，你的门店包装，我的海报，以及其实你们核心是达人的传播短视频，该怎么去宣传？去制定这些里面的话语，这是我们的这个核心交付。最后这个大致我们在四天定好这个核心创意方向没有问题的话，后面的落地我们通过六次线上进行双月的复盘会。来帮你们做持续的把关和找到课题去做跟踪落地，其实这是我们的方案班的交付。

龚赚赚 17:19

等于就是设计这些想法还是我们去。

周庆一 17:24

做。

龚赚赚 17:24

做，然后你们只是从这，那如果我们找不到合适的，嗯，因为名字，嗯，我们七七八八也，嗯，弄了大半年。是。因为当时，又不想抛弃原来的名字，在原来的名字上再去做命名。我不可能这个4天这么快的时间，嗯，就能就。有用一句话呀？能。

周庆一 17:47

首先第一个名字的话，我们会在前期的线上诊断，我们就一定要确认好，你这个名字一定要做好判断，你才会让你们带着这个课题到线下。我们的，如果你这个线上我们都没有确定好，你要做哪些核心价值点和命名。

龚赚赚 18:03

我的意思是，我可能这句话的这句话能不能描述出来？这四天，可能我们都没有能共创出来。就大家都想不到，因为这个已经。想了很久很久的，这个已经，我们已经磨了有大半年的时间，嗯，磨这个事了。

周庆一 18:19

嗯，这个就是，我觉得还是看你，愿不相信，像按照华有方法能做出来的，以及我们核心能帮你做判断。

龚赚赚 18:28

那你的方案你得帮我想啊，对吧？我不会。方案给你们，你们帮我们想。

周庆一 18:33

我不会想方案，我们会帮你，肯定会告诉你核心，你应该往哪个方向去思考，然后会帮你找到你思考当中应该逐步的帮你去思考，你不能，这个交付，其实我们有信心，只要你肯努力，然后你们愿意去想，我们能帮你收收缩这个战略方向，找到。那句话。

龚赚赚 18:51

我们公司的人太菜了。

周庆一 18:54

比你们水，你水平其实挺高的了。

龚赚赚 18:56

不不不，就是因为我之前为了这个名字的事情，嗯，找了，就是找了很多的这种营销公司，嗯，找了很多个，嗯，然后我们想了这么久，你没想出来，我跟你，这四天时间，如果纯靠我们公司的人来想的话，太难了。

周庆一 19:11

对，这个我觉得您考虑吧，如果这个，如果你觉得这个当中有难度的话，可能我觉得自己先去尝试一下，再来这个到这个方案班，可能是更适合你们。是吧？对。我上次巧姨的客户和你是这样的。是的。

龚赚赚 19:27

四五十岁的。

周庆一 19:29

所以我，你们的水平肯，你们的水平肯定不低，但是还是得你们得自己相信能干这个事。就是。才适合来这个方案。

龚赚赚 19:37

老师会把关的，其实你们，还有一个，不是说单单纯靠自己想。一句，哪怕OK，就大家如果能共创出来这一个，嗯，这个语系，OK，大家都觉得都挺满意，嗯，然后网红也去传播。我们会达到怎样的一个预期效果呢？

周庆一 19:55

我不能承诺，承诺不了。我不能承诺任何的成果。因为我但凡承诺了，是对你们负责。

龚赚赚 20:04

不，你这个是咱做一个项目嘛，肯定会有一个心理预期嘛。

周庆一 20:07

谁在这敢跟你说说 20 万能保证你报的，他都骗你。

龚赚赚 20:11

我觉得这当然，我这个 20 万报也就是我想的，因为我我的需求可能就是，仅仅是从一家门店嘛。那别人的可能需求从这个顶层上面，因为做这个品牌呀，比较难嘛，我这个比较简单嘛，对不对？

周庆一 20:24

如果能，如果能承诺你的销量的话，我可以收 600 万，哈哈，600 万我们到时候，我们那个，我们都承诺不了，哈哈，承诺不了这个事，嗯嗯，好吧，这个我觉得你们再考虑一下，嗯嗯，好。

龚赚赚 20:36

还有一个事，就是。我另外还有一个副业项目，嗯，副业项目就是我们投资了一个，就是那个温泉，大概投资金额比较大，可能在上上亿规模吧，就是还没开业，然后如果做这个方案班的话，嗯，没开业，你们会做哪些？

周庆一 20:55

其实是一样的，就是定符号，化为口号，就是前期你命名，我可以帮你去做。做战略判断，哪些是适合？首先先基于我了解你的生意，第二个基于你现在的情况，其实创业上面少走弯路，从命名到你的话语，至少不会让你走弯路。其实这个费用是不高的，但是你要在里面到底要拿到什么，你要很清晰，好吧？这是我们的核心，其实在这里面我们最大的价值就是帮你做判断，以及在过程当中，在各个的决策口，有一个华与华老师能够帮你们去商量，定这个事情。

龚赚赚 21:30

你们就做三件事，还是其他的连这种设计啊，包装一起？

周庆一 21:35

这我们所有的都不会上手做，我们自己做，核心的就是你们做，我们当面做判断，这是最大的价值。放了。

龚赚赚 21:44

600 万是你们做。

周庆一 21:45

600 万是我们做，哈哈哈。好的。好吧，好好，嗯，谢谢，嗯嗯。