

鲜肉煲仔饭

2026年8月24日 上午 11:56
14分钟 10秒

关键词

煲仔饭 符号 菜单 门店 品牌 连锁 定位 产品 新店 生意 鲜肉煲仔饭 核心价值

文字记录

周庆一 00:01

叫鲜肉煲仔饭，你讲一下现在整个情况。

说话人 2 00:07

我们主要就是做煲仔饭的。煲仔饭还有个汤，炖汤。主要是这两个产品。

说话人 2 00:21

我们是在县城。我们在县城的话，我们是做到。

周庆一 00:28

第。

说话人 3 00:28

哎，哎，哈喽。

说话人 2 00:32

现在想到市地级市去。

周庆一 00:36

开。

说话人 2 00:37

就是当大概。

周庆一 00:39

你现在全部是自营店。自营店，现盈利怎么样？每家门店的盈利怎么样？

说话人 2 00:45

盈利还好吧。

周庆一 00:47

盈利还可以啊，能够多长时间回本呢？

说话人 2 00:51

回本一年左右吧。

周庆一 00:53

一年左右。

说话人 3 00:54

哦，那还可以啊，几家店了？

说话人 2 00:56

三。

周庆一 00:56

三家店。还是三家。嗯，现在发展目标是多少？

说话人 2 01:01

发展目标啊。这个倒没没定。

周庆一 01:07

没定，之后是想全部开自己开店还是什么？

说话人 2 01:13

是吧？暂时是。

周庆一 01:15

暂时先自己开店，是吧？现在你的核心产品包，全煲仔饭，客单价多少？

说话人 2 01:22

就 20 多吧。

周庆一 01:24

20 多。开在社区。

说话人 2 01:29

主要是社区。

周庆一 01:30

主要社区多一点，有办公楼这些吗？

说话人 2 01:33

办公楼我们很少办公，小县城。

周庆一 01:36

很少办公楼。有菜单吗？我再看一眼。

说话人 3 01:46

诶，你现在人在哪？哪个电台？

说话人 2 01:49

在广东，清远。

说话人 3 01:52

啊，清远。

说话人 4 01:53

粤式煲仔饭。煲仔饭。有锅巴吗？

周庆一 02:01

有。

说话人 4 02:12

因为因为煲仔饭不是分那种有锅巴和没锅巴。

周庆一 02:15

我们经常就是鲜肉煲仔饭，做那个。啊对。各种，为什么叫鲜肉呢？

说话人 2 02:20

我们这用的肉都是新鲜的。

周庆一 02:22

当天采买。

说话人 2 02:23

嗯，对。

周庆一 02:30

好的。

周庆一 02:37

整体，其实你现在就是在做，自己做直营，做这个煲仔饭的这个生意。

说话人 2 02:43

嗯，对。

周庆一 02:46

整体的符号，首先讲你这命名，命名的话是玉米宝就是品牌名，第二，对吧？玉米好，然后定位的话，你现在就是鲜肉煲仔饭，这个你觉得在整体用下来怎么样？这个定位。还好吧。还可以。大家会被这个吸引吗？进来。

说话人 2 03:06

现在不是说都抵制预制菜吗？

周庆一 03:08

对，就是就大家现在就是进店之后，有没有人说这个点？或者是大家会。有。有这个会说这个点，嗯，你现在每家门店就自己每次去自采这些鲜肉。

说话人 2 03:23

啊，对。

周庆一 03:24

啊，未来是想做单店复制全部，你现在明年、今年年底想要开多少家？觉得能够。

说话人 2 03:35

就是我们在县城的话，已经开满了。

周庆一 03:40

已经开满了。

说话人 2 03:41

嗯，但是我要去。

周庆一 03:43

地级市开。

说话人 2 03:43

地级市开的话，就没有人愿意跟着去，所以的话就是。这工作推进就是。有点难。

说话人 5 03:54

没有人愿意跟着去是。

说话人 3 03:56

组织问题，因为那边他他全部重新招人。

说话人 5 03:59

你现在的伙计们都不愿意去。

说话人 2 04:01

哦，对呀，他对自己有家庭了，就不愿意去。

周庆一 04:04

嗯，那你那边重新招团队要做。

说话人 2 04:07

是。

周庆一 04:08

嗯，如果你这个单店模型要复制的话，特别是你要到地级市去啊，你在这个县城其实做成这样反正是够用，但是你现在的符号还有话语它都是那个符号你直接抄中宝宝的，因为中宝宝当时我就我做的。你不一定要用那个，其实你首先你那个符号注册下来能注册吗？哦，没有。对，你那都是不了。

周庆一 04:39

首先你得符号，第一个你聚焦这个煲仔饭的话，是可以做个煲的这个形象，但是你肯定，如果你之后要做这种连锁，连锁门店，自己真正要做一个品牌，这个能够要能够获客，其实你这个符号重新弄一下，不然会有很大隐患。你在县城开三家店，他不会问，但你。升，之后你要去发展的话，你一开始就要建立起自己这个符号，这个符号你用上去，其实中饱饱这个项目我当时做最大的价值在哪呢？因为当时煲仔饭它是一个，我们其实不是煲仔饭，我们当时做的这个是煲煲类的这个菜，核心的话是让做这个门头的话，让这个门店在街上最显眼，一下就看到你，你先用这个颜色，你应该能体会到。对，马上就能看到这个门店，对不对？这个是当时我们这个符号最大的一个价值。

周庆一 05:33

其实你能够换个注册下来，而且体现你煲仔饭的IP，角色我觉得是可以用的，但是你得重新做这个符号，你这个符号是弄不下来的，搞不下来，注册不下来。你现在能注册下来吗？这个符号，我们中宝宝都注册下来了。你这个相似度太高了，哈哈，这个不可能能弄下来的。

说话人 3 05:54

对，图形要重新设计。

周庆一 05:55

图形要重新设计。第二个其实你现在最大的一个问题，你看到第几是有很大的挑战，其实你竞争对手变强了。你的现在这个菜单和海报，你先。打击力不够，这个菜单不吸引人。你核心的话，首先在我们要讲的是什​​么？就是你在门头上的这个设计，看到你的海报，看到你的门头就想进来吃饭，就是你的菜单和你的海报，对外海报就要吸引人，那句话是什​​么？然后进来点菜，能不能快速点菜？那个能不能一二三就会点好一桌菜？就是点一个饱，点一个小配，你现在有配菜吧？

说话人 2 06:35

配菜的话不多。

周庆一 06:37

不多是吧？反正就是组成一个小套餐，然后能不能快速地点餐？然后知道你的特色菜是什​​么？现在你的菜单是很平的，你在看我们这个做虎牙也是。做人均四五十块钱的东西，但是你看上去得值钱，看上去得有价值感。你其实核心的话，这个问题也很聚焦，你现在单店未来要开更多模型，特别到地级市，你得这个门店就能够马上获客。

周庆一 07:04

第二个你的符号，第一个要把你的鲜肉煲仔饭的价值通过一个符号给释放出去，这个符号放在门口马上得获客。第二个你先缺的是一句话打动别人，一句话把你的价值给释放出来。你现在我在问你这个话，说大家认不认你这鲜肉的核心是大家怎么说你这个菜的？怎么介绍你这个品牌的？有没有？

说话人 2 07:30

有，我是冲着新鲜。

周庆一 07:33

就说新鲜，为大家能会说新鲜这个词，能感受到吗？因为你的鲜肉可能都在后厨，大家是看不到的。

说话人 2 07:42

我有名片啊，就主。

周庆一 07:44

会有名片，主。可以看得到。就是你如果围绕这鲜肉，到时候我们要判断一下，到时候我会给你做，就是把你现在门店更多的一些资料给我，我们要想一句话，如果鲜肉，比如说如果鲜肉这个点是有价值的话，要想一句话把它给释放出去。比如说现在潮汕那左庭右院，那个每天有肉新鲜到店，你得有这句话把这个点价值给坐实。是不是这个点我们再说好了，但是你得有一句话让消费者知道，这个目的是什​​么？别人在门外看到你这个门头，我就想进去，就知道我要吃什么菜。

周庆一 08:19

第二个核心的要改善的点是门外的大菜单和菜单上的设计，你现在菜单上不吸引人，从菜单上设计和排布，它，你现在虽然做的很，客单价很便宜，对不对？但是你要让别人感上感觉是 50 块钱的东西，进来看见看见你这个 20 块钱就感觉很值，你要有这个效果。所以的话，你的这个单店模型聚焦的话是比较第一个我们在前期的。线上诊断。要把你现在几家，就三家店，你真正生意能成功的一些点给挖掘出来，把这个给确认了。其实玉米，你现在叫玉米坊，这个名字成本是很高的，其实这个名字。

说话人 2 09:03

我我如果到地级市去的话，我会换一个名字。

周庆一 09:07

换个名字是吧？换个名字有选择吗？

说话人 2 09:09

悦宝。

周庆一 09:10

悦宝宝。

说话人 2 09:11

喜悦的悦。

周庆一 09:13

什么悦？喜悦的悦。喜悦的悦宝宝，悦宝宝，这个已经注册下来了吗？注册。啊注册了，对，到时候我们这个给吧，那等于说重新做个品牌了。差不多吧。对，那你得重新做个品牌，那你这个符号正好重新要来一遍。这个月宝宝，你的符号，一句话语，把你核心价值点给打出去。其实你真正要解决的就是你开个新门店，其实符号它只是手段，你真正想要的是你开这个门店，人家更多的人进来。所以真正抓人的是什么呢？门外要有个大菜单，你的菜单和你的海报，人看到能够进来，这个是你想要的。其实符号那个东西，你想要的不是，你不是想要符号，你是想要一个能够帮你获客的符号，能够拉客的话语。对。对吧？这是你想要的。但是做餐饮很核心，你要补的课是把你的海，第一个招牌菜，就真正你虽然有很多，到底抓人进店的那道菜是什么？就是哪个宝是最行打的，把他的海报和这个价格通过门外的海报吸引进来，进来再通过菜单点菜的一张菜单搞定，我愿意去选择我里面哪道菜。

周庆一 10:25

其实做小店来说，就是动作越少管得越好，就是东西不能太多，但是就这三四样东西能够把一家门店的生意给支撑起来。这个是对你来说价值最大的。好吧，这个其实就过来把这个全部单店的模型全部给捋一遍。第一个你要开这个新店、新品牌，我们线上就先帮你把这个品牌给定下来，然后这个方向。第二个你带着这个品牌，如果是这个鲜肉煲仔饭这个点是我们能敲定下来的话，带着这个名字和这个定位到线来，我们做超级符号，就那个符号你做下去，你开做这个品牌要注册下来有个前提，你得能变成自己的品牌，真能注册下来才能保护。好吧？第二个其实是口号，一句获客的口号。进来别人看了这句话，我想要进来尝试一下，这个才行。第四，第三天的话，产品结构就看一下你整体店

内的四五道菜，我们主推哪几道菜？哪几道菜是迎宾产品？哪几道菜是引流产品？把这个给切确定。最后传播落地，把符号话语放在门头、海报、菜单上，把这些全部做一遍，你其实就是核心做这三样，把一家门店撑起来。最后一天，我们呢会帮你做一个调改，就是你在门头上创意方向没有大问题，有些手艺上的硬伤。我们会我们会有这个设计总监帮你在手艺上和图片上做调改，核心就是一个海报看上去很吸引人，我想进了，这是你要解决的，特别你要开新店解决的。好吧。对你还有一个很重要的，其实价值很大的是，4店方案定好之后，一年有6次的双月经营会，这对你会有很大的帮助，因为你开新店的话，不是拿一套方案回去就结束了，你开下去，开一家店、两家店，每次每一两个月有这个实施反馈，有消费者，你这个门店有什么问题？我们每一两个月要设立一个核心课题帮你解决掉。

周庆一 12:30

这个当中因为我们开那个万店连锁有很多的经验，你在创意，其实你到新的地级市做这个新的品牌，其实是又一次从0到1做这个事情，你当中遇到的问题随时可以问我，这是对你价值很大的。好吧，整体的话我觉得你这样子来用方案班会对你比较有帮助一点。

说话人 5 12:48

我之前服务那个派乐汉堡。像湖北那边做的连锁，他也是县城要进市区，所以有很多问题，其实我估计啊，因为您现在还没进啊，我估计就是应该跟您会遇到的问题都是很像，那个川哥他们都是直接服务过那个从县城去市区的这样的客户。

周庆一 13:10

行吧，我整体。流量再算一下。

说话人 3 13:13

也许不一定适合进行，就这个账要重新算。

周庆一 13:17

反正我们会帮你看一下整，其实做这个单，我们就是两个指标，叫投的少，回本快。就投资越少越好，回本越快越高。然后围绕这个指标，看你选哪些菜，然后哪些菜能够获得更多的引流，成本更低。然后在你的这个门店管理成本越低，其实我们要算你整个门店的账。好吧，这个线上到时候我们有资料，到时候你整理一下，我们帮你看一下这个经营数据。

说话人 3 13:42

到时候就是带着团队来，因为我我感觉你现在团队太弱了。团队带过来，相当于你交20万，我们整体帮你提升一点，用正规军打法教他们。这个对他们可能会有帮助。

周庆一 13:58

好吧。嗯，好。

说话人 2 14:01

行，这是吧？嗯，可以。

说话人 3 14:04

好，谢谢。接下来的我听你说。

周庆一 14:08

有什么问题？拜拜。随时联系我。