



当世界三大披萨品牌之一的“棒!约翰”在长沙开第一家分店时,谁也不会想到,不到三年,“棒!约翰”便草草结束了自己在长沙的征程,狼狈地收拾包袱走人了。这让人不禁想,在长沙是不是没人能PK过披萨巨头必胜客了?

事实上,现在的长沙城里隐匿着一群做披萨生意的民间高手,用自己独特的个性玩转方寸薄饼,引得吃货们纷至沓来。

■见习记者 朱蓉

凭个性玩转方寸薄饼

【阿罗哈】

不愿给披萨抹上剁辣椒

短短不到一年的时间,在长沙小店披萨界阿罗哈已经是名满天下,到摩天轮附近一问,一定有人知道怎么找到它。阿罗哈是标准的家庭餐馆,开在摩天一号大厦A座一个位置不算太好的小门面里,老板来自大洋彼岸的夏威夷。一家四口里有三个不会说中文,老板Anthony手艺很棒,教出来的俩儿子自然也出色。因为先生孩子都不会中文,招呼顾客订购食材等等一系列的工作就全部落在老板娘廖姐一人肩上。这里一天只卖六七十个披萨,经常供不应求。有很多顾客下手晚了,就算提前订了也是吃不到的。

阿罗哈一直坚持的美国口味为它招徕了众多顾客。有人说,做餐饮要因地制宜的在产品的口味上做改变才能取得更好的发展,但是廖姐和她的先

创业者:Anthony

创业时间:2011年8月

创业心经:限量供应的正宗口味

生却不这么认为。有一次,居然有顾客问她可不可以把披萨馅料里放一点剁辣椒,廖姐当时立刻委婉地拒绝了这提议。说起这件事情,廖姐一边笑一边摇头:“披萨本来就是西式快餐,要做就要最地道,如果在配料上来个‘中西融合’,反倒有点不伦不类了。”也正是这一坚持,许多要招待外国朋友的企业团体或者个人,都喜欢来她这里订餐包场,为阿罗哈锁定了一群不小的固定客源。

制胜秘技:用订餐制确保口感

阿罗哈实行的是电话订餐制,要吃披萨是一定要先预订的。廖姐说,订餐制能很好的预计顾客的到店时间,这样方便安排做披萨的先后顺序,能保证披萨的最佳口感,给顾客最好的品质体验。



阿罗哈的老板娘廖姐和她的儿子正在为顾客准备披萨。



记者手记

用“四两个性”撬动“千斤巨鳄”

起源于意大利的披萨在全世界都广受欢迎。全球将披萨餐饮做到最成功的除了大家熟知的必胜客,还有PIZZA INN、棒!约翰等等。他们的经营规模和销售模式都已经成熟到一般的家庭小店望尘莫及的地步。想从这些巨鳄中分得一杯羹,必然要花点小心思,弄出点新门道,以个性取胜。于是,长沙的披萨小店主们有创意的玩起创意披萨,有地盘的提供免费娱乐,有力气的送货上门,有手艺的口味取胜,还有的更是玩转微博营销,做起了免费广告。

做外国餐饮,还必须要抓住顾客的好奇心,满足他们体验西方不同文化的需求。就像阿罗哈的披萨直接出自夏威夷厨师的手,乐享带来了外国空运的食材,还有披萨扣如外国电影里踩着单车送披萨的大帅哥,都给顾客带来了不一样的异国风味。

有一点需要提醒的是,选择经营外来餐饮,容易陷入顾客过了新鲜劲就没了生意的泥潭,决定创业项目前,还是要做好充分的市场调查和前期准备,选择自己擅长的,更可能获得成功。

创业点评

我国饮食文化博大精深、源远流长。要想让西方口味的洋馅饼在中国饮食的各种美味佳肴中脱颖而出,笔者认为除了创业者需绞尽脑汁地抓住我国普通民众的好奇心理、迎合广大百姓的口味外,家喻户晓的良好口碑、深入人心的广泛宣传对这些籍籍无名的披萨店来说更是举足轻重的。

借助银行强大的平台及广大的优质客户来提高那些“默默无闻”的披萨店的营业额及知名度将获得不错的效果,除此之外,中信银行个人金融服务为个体经营户提供全方位的金融服务,专业、快捷、灵活的个人经营贷款政策为经营户提供及时的资金支持,个人经营贷款、信用卡、网上银行、POS机等金融业务为经营户提供安全、方便、快捷的金融服务。咨询电话:0731-88092247

中信银行长沙分行公司业务处客户经理 陈刘祎

【乐享披萨】

让顾客成为流动的广告牌

乐享的老板曹鸿完全不像一个生意人,言谈间倒像是一个梦想家。她说自己开这家店,是想就自己的力量多少改变现在食品安全问题严重的现象,说着,自己也没忍住地笑了。

坐落在步行街小吃街背面的乐享披萨是一个人流量不大的门面,最大的特色是她家的披萨不是摊成饼的,而是卷成冰淇淋状的。这种形状特殊的披萨,充分满足了顾客的猎奇心理。单凭借这个独特的外形,乐享披萨便在短短一个月的时间里迅速地打开了市场,最多的时候,一天竟能卖出去100多个,日均销售量也在50个左右。

手卷披萨最大的特点是能够拿在手里边走边吃,曹鸿也正是看上了这个卖

创业者:曹鸿

创业时间:2012年5月

创业心经:创意赢得市场

点。她说,很多顾客都是看着别人在路上吃,一路找来的。就这样,很多顾客在无意中变成了曹鸿的活广告,走到哪里便替她把产品宣传到了哪里。

制胜秘技:体验芝士刚出炉的口感

无添加也成为她制胜的另一法宝。身为营养师的曹鸿坚持要做高品质的食物,选择了便宜的门面和朴素的装修,却坚持了价格相对高昂的原材料。曹鸿的店是不提倡客人打包的,要么边走边吃,要么在店里吃完了再走,她坚持要顾客体验芝士刚出炉时的口感,这样才能体现出自己用料的价值。



可以边走边吃的手卷披萨。



【披萨扣】

一家有桌游能外送的店

披萨扣开在中山路的一条背街小巷里,装修简单随意,民居式的餐厅里每间房摆放着两三张餐桌,空间还算宽敞。开业至今,这家从外面看着不太起眼的小店日销售披萨数量已经达到了五十多个,日营业额超过千元。

这家店的老板是三个从小一起长大的八零后——陈刚、李灏和韩宇,创业前旅游、健身和彩妆师这样的潮流职业让他们在开店之初就打算要做全民娱乐的时尚披萨店。进店门第一眼就能看见摆在置物架上的桌游,免费提供给来这里消费的客人使用。韩宇说,顾客可以边玩边吃,边吃边玩。这一招成功地地为店铺赢得了三五成群的顾客,同时也带来了不少的间接消费。

创业者:陈刚、韩宇、李灏

创业时间:2012年4月

创业心经:发挥网络优势,堂食外送全面开花

三个大男生常在微博上进行些小活动,有时是邀请顾客为新创的甜点起名字,有时是开展“发微博,赢小吃”的促销。五花八门的活动总能引起顾客们极大的参与热情,为这家小店的推广赢得了不少的主动权。

制胜秘技:帅哥送餐

披萨扣还看上了没时间来店里,却对披萨有偏爱的客户群,在店址的辐射范围内实现了“自己做,自己送”。事实证明,“老板外送”在确保服务质量的同时也逐渐变成了小店的一大特色,而“老板很帅”这消息也因此不胫而走,不时会有慕名而来的顾客,颇有点“披萨帅哥”的味道。



披萨扣的两位帅哥老板。

