

竹林人家

差异化经营

从顾客体验开始发掘

现做糖画、手工青麻糍，特设『鸡毛兑糖』担子……

餐厅里有祖传糖画艺人现场作画，顾客只要加个官方微信就能得到糖汁现做的糖画人儿；传统的宁海手工麻糍被搬到了餐厅大堂，来一份沾着松花的青麻糍作为饭后点心，体会儿时的乐趣；特设“鸡毛兑糖”担子，穿越感十足……最近一段时间，去竹林人家常青藤店吃饭的食客们发现，这家餐厅“花头”是越来越多了。也正是凭借这样独具匠心的差异化经营外加餐厅本身的生态菜品和良好口碑，近两年竹林人家不仅人气越来越高涨，还蝉联了两届“我心目中的宁波品牌——金口碑”奖。

在激烈的餐饮市场竞争中，究竟如何才能实现差异化经营呢？单看竹林人家，遵循了顾客体验之道，通过深入挖掘传统美食文化提升餐厅品位，利用微信营销聚集人气，发展新顾客，留住老顾客。

记者 孙美星
通讯员 王姣姣



宁波老底子的传统美食原来都在这儿

蒸熟的粳米粉加入艾青，趁着热气腾腾的时候，倒入石捣臼里，用大木锤一锤一锤捣碎，整一团放在面床上摊开来，切成四方小块的麻糍，洒上松花粉……这就是小时候的味道——宁海的名小吃青麻糍。在快节奏的都市生活里，想一睹这样的手工捶打老手艺，无需苦苦寻觅，近期去竹林人家常青藤店吃饭的顾客们便有此幸。他们可以目睹两位身穿传统服装的老人现场演示青麻糍制作的全过程。感兴趣的顾客不仅可以品尝，还可以现场参与，体验一把自己DIY的乐趣。

据了解，从今年9月开始，竹林人家常青藤店就开始着手这样的传统美食体验区改造工作，煨番薯、做糖画、捣麻糍、鸡毛兑糖陆续“开张”……竹林人家董事长王旭君介绍道：“我们做现代餐饮的，要懂得一个道理：顾客为王，体验为上。让客人主动参与并且深入参与的项目，肯定能给客人留下非常深刻的印象，同时也可以触动他们内在的情感和情绪。这些看似儿时司空见惯的零嘴、小吃，正是行将消失



的传统美食艺术，能够引起顾客的共鸣。我们要挖掘的就是小时候这个难忘的味道。”竹林人家自2006年开业之初，就主打“思念妈妈的味道”菜肴，“传统的技法、新鲜的食材、熟悉的味道”一直是餐厅坚持的宗旨。这次引入传统美食工艺，正是餐厅文化的延伸，也使得竹林人家的品牌形象更加深入人心。

据悉，所有邀请入驻餐厅进行传统美食文化展示的艺人都来自民间，且有着多年的从业经验，可謂是真正的把街头美食艺术引进到了餐厅。那些怀旧的传统美食，消费者都将有机会在竹林人家寻觅到。“我们主要是通过这些老底子的民间美食工艺的展演，增加餐厅的消费内涵，靠传统文化吸引新客户群。”王旭君补充说道。

把传统美食艺术引进餐厅，你买账吗？

不过，面对引进传统美食体验的新鲜举措，消费者是否能接受呢？

事实证明，餐厅的顾客对这些泛着儿时回忆的传统美食体验十分买账。记者到店随机采访了一位就餐的食客卓先生，问他怎么看待这样的传统美食体验。卓先生表示自己是典型的80后，有怀旧情结，看见这些儿时熟悉的小吃零嘴以及生活方式，感到特别亲切，还有点小意外。“没想到竹林人家会

把这些老传统搬进餐厅，挺有想法也挺好玩的，带小孩子来吃饭，兑点糖还能让他再见识见识自己童年时候的零食，把老传统的寓意传递给下一代。”

据王旭君透露，未来，竹林人家甚至还将邀请传统的街头爆米花制作师傅携带全套工具入驻餐厅，让大家一起感受儿时捂着耳朵放完鞭炮抢吃“米胖”的情景，全力打造成一个老底子传统美食的特色体验区。

老风味，新感觉，置身其中，便是另一番滋味。

还原历史，重现兑糖担

一说起“兑糖”这个词，对于很多人来说想必并不陌生，再搭配上传统宁波童谣“小小兑糖担，哄弄小顽一大班，吃得开心笑，一做无赖打屁眼”，这样是不是瞬间就勾起了一大帮人对兑糖担的记忆碎片呢？

所谓兑糖担，其实就是一种以糖、小百货换取破烂物的生意。上世纪80年代初比较盛行，一般由两只小竹箩一根扁担组成，一只竹箩放着块木板，表面钉着铁皮，上面放着一大块圆形的饴糖饼，且用块白布盖着；另一只竹箩里放着兑进来的废铜烂铁、破布、牙膏皮等什物。孩子们拿着从家里拿来或偷来的兑糖物，兑糖人经过一番挑拣，根据兑糖物的质量和数量，用一块铁片和小榔头敲下一块糖给孩子。

为了还原小时候经典的记忆，竹林人家开启月光宝盒，重现这样的历史情景演

绎。近期，消费者可以拿老物件(如水杯、热水瓶、汤水壶、煤油灯等)去竹林人家江北万达店进行“兑糖”，这糖当然是大伙儿熟知的多多糖。记者认为，如今的“兑糖”已不是小时候为了有糖吃，而是为了寻找一番逝去的感受。

贩卖美食，更贩卖体验

餐厅设计更换勤。对大部分餐厅来说，贩卖美食，更贩卖情调，环境、格调、氛围往往比其经营的美食本身更具有吸引力。竹林人家，这家“闲不住”的餐厅，经常翻新餐厅装修设计来增加顾客用餐的愉悦感，不断地优化提升用户体验。竹林人家品牌部经理葛琦透露，近期竹林人家江北万达店还将进行改装升级，上世纪80年代的味道“呼之欲出”。

贴心服务重细节。一进门，有服务员递上热乎乎的擦手毛巾；洗完手，有点干燥，贴心百宝箱里可以轻松找到护手霜；就餐期间，遭遇紧急情况，不幸发烧，退烧贴也有……为了制造超出顾客预期的体验和服务，竹林人家可謂是“绞尽脑汁”，想尽方法满足顾客的需求。从一定程度上说，用户体验的完美，就是一家餐厅的成功。

微信营销攒人气。线上，竹林人家拥有自己的微信运营团队，除了定期给所有会员推送美食信息，还会在每位会员生日前提前送上餐厅打折券，尽量用心留住老客户。“通过微信平台我们还可以收集顾客反馈意见，改善餐厅的设施和服务，让顾客更有归属感。”据葛琦介绍，上个月有顾客反馈，在餐厅吃饭的时候苹果手机没电了，无法充电，建议餐厅应该备上苹果5的充电线。现在竹林人家6家连锁门店都配上了多条手机充电线，以便满足顾客的应急充电需求。线下，竹林人家通过老底子传统美食的体验增加粉丝量，创造新的客户群。线上线下的有效结合，形成了“滚雪球式”的良性循环。

