

开家庭电影院

小白领兼职副业

圆圆的本职工作是娱乐影视行业的一名白领,小本经营不过是他的副业。

2009年,圆圆想为自己所在剧团租赁一个平时活动的场所,就看上了位于老城区中心地带的这个不到100平方米的阁楼,喜欢的正是老洋房中怀旧的氛围。租赁下来后,他经常自制点心饮料,款待前来参加活动的同事,后来甚至在阁楼上添置了简单的放映设备,以供大家活动时做电影参考。

但到了后来,很多剧团的亲友都来捧场,小屋的运营成本骤然上升。圆圆就想,既然大家这么喜欢这个地方,为什么不干脆办成一个盈利性的生活馆。作为上

相信对于多数人来说,“家庭电影院”还是一个十分新潮的词汇,即使是在时尚繁华的上海大都市,类似的小店也是2009年以后的产物。而80后年轻人孙圆圆先生2009年初在长乐路的里弄里,开始了“Nian Nian's Home”小店,以私家电影院与影迷沙龙吸引了周边的年轻一族,一边做咖啡厅生意,一边做蛋糕、布艺DIY培训,还卖小件的家居用品,四面开花,获得了成功。

海的时尚潮人,圆圆深谙国际潮流,知道欧美发达国家中,类似的创意小店数量很多,家家生意红火。

便宜怀旧又赚钱

可是,自己该开什么样的小店呢?结果还是得靠群策群力。圆圆与朋友展开了多方调查,DIY食品是他们首先想到的新潮项目,圆圆自己也是烹饪能手,做起蛋糕、巧克力来不在话下。但说实话,上海的DIY生活馆数量并不少,周边的里弄里就有好几家,光做DIY食品,似乎不能脱颖而出。

以便宜电影打开局面

这个时候,剧团的前辈们突发奇想,说:不是有个名片叫《天堂电影院》吗?现在一提到电影,大家所想到的就只有商场里金碧辉煌的高档电影院与动辄上百元一张的电影票,圆圆为什么不能回归原始,就在阁楼里放

“小资”电影呢?每次的观众就三五成行的亲友,那感觉,不正是怀旧而优雅的天堂电影院吗?

圆圆当然采纳了他们的好想法,小店由此转型,开始放电影与做DIY生意,兼卖饮料小食。电影院的海报甚至被张贴出去,30元一张,还送小茶点。由于之前的活动已经吸引了很多顾客,开业当月,就实现了收支平衡。

生意深入进行后,圆圆发现,小本经营与玩艺术还是有很大差别,真正的经营也需分分计较才可以。开始的时候,他做DIY蛋糕生意全凭灵感与爱好,有顾客想学就随便收费,结果一个月算下来,实际上是没有利润的。不得已,圆圆规范了经营,将蛋糕的尺寸定为8寸,亲手制

作的费用定为100元/只,终于赚到了小钱。

笼络熟客未必花钱

圆圆发现,笼络熟客也有很多不太花钱的招数,比如说开办电影沙龙,再比如说免费讲手工课,既能调动大家来小店的兴趣,又能鼓励大家更多消费。他就干脆将这两个项目的活动固定下来,每周末都举办。后来,来听手工课的顾客越来越多,圆圆索性增加了布艺DIY经营项目,还开始销售小件的家居用品,顾客来小店,也可以仔仔细细做布娃娃、小篮子、化妆盒,这些又是小店的利润增长点。

(摘自《广州日报》 井楠/文)

深居内陆的郑州,在2009年的夏天又有了新的美食看点,那就是盱眙特色小龙虾。同样是特色小吃的店面,这家生意却异常红火,不同的是这里每天仅售30份,而且还得提前预定。原来这家的龙虾与众不同,就连做虾的“大厨”也让人深感意外。

奇特餐馆真奇特 “大厨”、龙虾引无数食客竞折腰



特色小龙虾够特色

“咦?这家龙虾好像没有内脏呀!”一位顾客惊奇地说道。“我们店里的龙虾制作从剪虾到清洗一共有8道工序,而且每只虾都需要剪头去毛爪、去内脏等,这样做出来的虾不仅干净卫生,在烹饪过程中也会更加入味,全部清理干净后再进行高温油炸消毒,最后再用独特的秘方进行烹制,而且一锅一份,确保干净美味。”美女老板周子来谈起她的小龙虾显得头头是道。

据她介绍,这种秘方是用20多种材料搭配成的密制十三香,最早就专门用于烹制盱眙龙虾。精细的做法和密制的调料使得这种盱眙小龙虾扬名国内外,让人吃后不由得吮指回味。有一次,店里来了两个女顾客,刚开始两人点了一份虾,后来一吃感觉很不错,干脆就一人吃了一大份。像这样的顾客还有很多,甚至还有人吃一份后,又要一份,临走时还专门做一份带走。

后来,周子来店里的客人越来越多,她便开始采取限量销售,每天30份龙虾售完为止。自从采用这一销售方式后,不仅在味道上保证了龙虾的鲜美,也吸引了一部分好奇的顾客来这里消费。

机器人炒菜机 亲自体验乐趣多

周子来的店每天都营业到夜里11点,每当傍晚来临,店面上的装饰灯就特别显眼的亮着这么几个大字“自动烹饪体验饭店”,这又是什么意思呢?

细心的人会发现,这里总有一部分顾客来到店里,不是像在其他店那样坐在位置上叫服务员点菜,而是直奔操作台,有的手里还提着菜。洗菜,放锅,倒油……仿佛在自家厨房一样,这便是周子来店里“自动烹饪”的魅力所在,这里的顾客人人都能够当大厨。

但是这样会不会像家里一样麻烦呢?顾客自己做出来的味道会好吃吗?一连串的问题刚刚浮现脑际,周子来便给记者推来了一个小推车,上面放着一个奇怪的“锅”,之所以奇怪,是因为它的外形几乎就介于电饭煲和电磁炉之间,周子来介绍道:“这便是我们店里的小帮手——机器人炒菜机!”“我们的顾客只需按照操作流程,将调料和食材依次放在炒菜锅里,五六分钟就可以端上来一份份香喷喷的炒菜了。”尤其周子来把这种高科技的炒菜机与传统的烹饪方式相结合,并且量化操作整个过程,既保证了质量,也省下了请大厨的费用,还吸引了一大批喜欢DIY、乐于动手的顾客。而自己只需请一些负责配菜和清理龙虾的人员就可以了。如果顾客不愿意自己动手的话,服务员也能很方便地代劳。

现在,周子来还做了机器人炒菜锅的代理商,在做餐厅的同时经营着机器人炒菜锅,她的生意越来越红火。(摘自《越众创业网》 姬培培/文)



书中自有“黄金屋” 瓜果书致富 20岁农村娃新奇创业

一提起书,大家都会想到很多相关语句,诸如“书中自有黄金屋,书中自有颜如玉”,“书籍是人类进步的阶梯”等等。自古以来,书籍就与人们有着密切关系。近年来,书又创造了一个美丽神话,只要买回一本书,浇浇水,好吃好看的瓜果就会长出来,我们一起来见证一下“书能开花结果”的奇迹。

据了解,这种能开花结果的书叫瓜果书,通俗来讲就是一种“书本里能长出花花草草,瓜瓜果果的有机书”,它是有机栽培的一种,主要是结合最新的工艺设计思想,使盆栽技术和书本构造有机结合。这种瓜果书前两年风靡日本、美国、欧洲,如今在中国市场上也悄然流行,常鹏飞就是这其中引领时尚的一员。

何去何从难抉择

2007年离开高中校园后,常鹏飞就开始了个人创业——2008年10月1日,常鹏飞的时代辉业家居小店正式开张。

2009年伊始,常鹏飞听说了一个很有前景的项目——瓜果书。瓜果书一经生产就受到诸

多人们的欢迎,尤其是番茄、草莓、黄瓜瓜果书,它们的果实还可食用,大家更是喜欢。

了解这些以后,常鹏飞“蠢蠢欲动”了。他说:“我知道这个东西后,心里就痒痒,很想拿来做一个。”他查看资料后得知,在都市里,人们亲近大自然的机会越来越少,亲自种植水果蔬菜,看着它们发芽抽枝结出果实的人更是少之又少。瓜果书不仅满足了人们对于大自然的亲近之心,也给众多五谷不分的都市孩子们一个亲手种植收获的机会,从而也锻炼了他们的动手能力。

瓜果书在常鹏飞心目中的位置一天天提高着,然而,他也必须得面对现实,“时代辉业虽说还没有闯出什么名堂,但毕竟也是自己和大伙辛辛苦苦做起来的,不能这么就放下呀!”

此时,常鹏飞困惑了,瓜果书?时代辉业家居?还是两个项目都进行呢?几经思考,常鹏飞决定把这个“烫手山芋”交给大家处理。几个人商量出了个好办法,就是找个营业员来打理时代辉业家居的事情,而他们几个人开始踏足瓜果书市场。于是,2009年3月,常鹏飞他们开始

为瓜果书忙碌了。

网络销售 招聘代理扩展业务

自做瓜果书这个项目开始,常鹏飞就把时代辉业家居的事情全部交给了营业员管理,他和几个朋友则从早上忙到晚的寻找销售商,几个朋友有的负责发货,有的负责网站,常鹏飞负责在创业群里做推广。几经努力,他们终于展开了在西安本地的业务,与此同时,他们也找到了各地的代理商,成都、巩义、长沙,以及一些大院校都有了校园代理。

目前,常鹏飞他们仍处于销售样品阶段,还没有开始自己生产。“瓜果书的价位一般在50块钱左右,主要是做为礼物送人或放在家里观赏,其中番茄、草莓、黄瓜3种瓜果书结的果实是可以食用的,薰衣草、波斯菊、含羞草、茄子是观赏的。现在销售量还可以,一个月能卖出300—400本。除此以外,我们还在产品价格方面做了严格的控制,以防各个代理之间恶性竞争。”

(越众创业网 文/王艳红)

制胜有道

在南京一家名叫“地下铁”的特色小店,为了吸引消费群的眼光,便想出在黑色的墙壁上贴满了写有各种“私房话”的彩色小便条,并免费为顾客提供便条和笔。小店因为这项特殊的功能招揽了许多人气,增加了不少营业额。

“私房话”大方贴墙上 八仙过商海 经营有独招

“私房话”大方贴墙上

近日,记者在南京发现一家名叫“地下铁”的特色小店,小店在黑色的墙壁上贴满了写有各种“私房话”的彩色小便条,格外抢眼。店老板向记者解释道,小店的消费群主要是年轻人,为了吸引他们的眼光,店里便想出了这一招,并免费为顾客提供便条和笔。老板说,每当节日到来,不少年轻人都喜欢来他的小店贴纸条,上面大都写着他们给家人和朋友的节日祝福。“看到自己的小店变成了年轻人相互交流的一个小天地,我觉得特别有意义,当然小店也因为这项特殊的功能招揽了许多人气,增加了不少营业额。”老板开心地说。

橘子只送不卖

宁波万里学院的10个大学生,把老家建德的橘子卖到了金华、义乌等地。最开始,他们没有那么多资金从农户手上收购橘子,就先在居民小区卖橘子,让顾客品尝。由于实打实的质量口碑,每次顾客品尝完都会马上买,但是学生们却告诉他们现在不卖,而是给顾客3分钟时间,吃多少送多少,并请他们叫自己的朋友一起来品尝,留下客户资料,预定之后送货上门。“我们计算过,3分钟吃不了多少橘子,但是我们却得到了更多的客户,这样就打开了销路。这也是为什么外面卖1元一斤,我们的橘子每斤卖3元也很多人买。”

动漫真人秀助阵促销

山西某商场为了促销,想出了一个奇招。在临时搭建的舞台上,7位动漫真人秀演员画着艳丽的妆容,穿着华丽的古装和动漫服饰,但手中却拿着现代的笔记本电脑,卖力地向围观市民展示着手中的各款精致的笔记本电脑。这是该商家从郑州花大价钱请来的动漫真人秀社团,想借此来吸引消费者。“以前,只是在电视上看过这类的动漫真人秀,没想到能在晋城看到这样的表演。”在现场观看表演的小张告诉记者。

社区麻将馆揽客送油

在竞争十分激烈的情况下,湘潭的一家麻将馆为挽留老客户,吸引新客户,开展了“消费30次,送一壶食用油”的促销活动。据了解,老板发给顾客一张卡,每到麻将馆消费一次就在卡上盖一个红章,满30次的顾客,就可得到2.5升的食用油一壶。此外,麻将馆老

板还经常请常客吃夜宵、看电影、唱歌等。据了解,今年春节期间,麻将馆还给熟客发了红包,金额为12~20元不等。

免费白酒送人品赏

三井小刀酒是一款品质与时尚兼顾的裸瓶白酒,前不久在北京地区,策划了“给自己一刀”网络传播活动。这个活动是指:凡在北京指定的66栋写字楼之内工作的人,都可以登录网站填写资料,免费领取一瓶三年陈小刀酒。免费赠送等于厂家“出血”,因此厂家诙谐地把这个活动命名为“给自己一刀”,而小刀酒本就是锐利,男子气概很重的个性白酒,“给自己一刀”这样的主题十分贴切,也在网络上引起了热议,活动网页刚刚在网上出现就有大批网友点击参与和打电话询问。

留学机构展会首现“学模”

在2010年中国国际教育巡回展现场,一些留学机构为吸引更多学生眼球,在展台的布置上大秀新奇创意。比如,金吉列留学的展台就特意邀请了五六位身穿学生装的靓丽“学模”,一边展示英、美等留学热门国的标志性建筑模型,一边模仿留学生儒雅大方的样子,秀起中国学子海外留学的风采。“采用‘学模’的形式可谓首创,但我们这么做主要是想让更多的学生过来。”金吉列留学资深专家陈璐怡告诉记者。这一别出心裁的举动引得大批人士驻足观看,并取得了良好的效果。

在家居店看书聊天喝咖啡

广州的李伟斌出于自己的兴趣投资开起了一家原创风格的家居用品店,销售自己所爱的外国产品与朋友们的作品。当他上网搜索信息,外国的小店给了他一些启发。发达国家的原创产品店很少以独立的零售店模式出现,而更像一个生活馆,功能多样化。李伟斌发现,这些小店销售的不仅是产品,而是一种慢慢过日子的生活方式,有了这条核心理念,自然就会有熟客群。于是,租赁店铺之后,他如法炮制装修,一是把前台收银处修成了咖啡台,顾客买原创产品时还可以买饮料喝,再者,他将小店加入“书吧”功能。一个顾客,但凡进店,可干的事情就有了4种,看书、买产品、喝咖啡、与朋友聊天。功能划分后,顾客各安其所,人流量一下子大了起来。

(摘自《商界财视网》)

条条大道通罗马 硕士生卖臭豆腐 加盟店达200余家

王永上2008年武汉华中科技大学经济专业硕士毕业后,在烟台碰到了卖臭豆腐的张岩。张岩上世纪80年代毕业于金融专业,时年44岁。眼前这个年轻人的眼神曾经是那么熟悉,动机不用说也看出几分——王永上是来学艺的。两人越聊越投机,大有相见恨晚之意,很快从不认识到不是一般关系,几个晚上下来,不仅达成意向,而且立马就付诸实施。就这样,“臭里香”品牌在烟台大街的地摊上诞生

了。

2008年11月上旬,烟台大润发北门小吃一条街,一个新店面立起来了——“臭里香”臭豆腐。统一培训、统一工装、统一度量衡,卖的是臭豆腐,但完全是正规军操作方式……让两位合伙人始料未及的局面出现了,加盟者纷至沓来,一年多时间里,连锁店开了10多家,国内加盟店达到200余家。

王永上和他的合伙人成功了,从初期两人各凑了3万元起

家,仅仅不到两年时间,口袋已经鼓鼓地达到数百万元。王永上给记者算了笔账,一斤豆腐市场上能卖到2元钱,但是40斤豆腐从他们手里出去,回来的则是300余元。今年3月,王永上回到老家滨州,在沿街地盘下一间仓库加工臭豆腐。“机会永远是留给有准备的人们。”王永上淡定地对记者说。

(摘自《齐鲁晚报》 王进军 董钊/文)