

餐饮品牌的IP打造秘诀

蛙小侠 原创功夫主题餐厅





功夫小子 蛙小侠

THE KUNGFU
FROGGY WOLIN GENERAL
ASSEMBLY

蛙小侠

THE KUNGFU FROGGY

以功夫原创主题餐厅为起点进入市场，积极打造独具特色的文化品牌，成为站在风口上不一样的蛙。

自2015年第一家门店诞生以来，持续火爆朋友圈，多家门店连续位列美味不用等区域排队数第一名，平均日接待人数超2000名，先后与万达体系、华润体系、龙湖地产系、深圳壹方城等各大中高端商业综合体达成战略合作关系。

历时2年零10个月，先后在广州、深圳、重庆、厦门、北京、青岛、武汉等全国35个城市，开出55家门店。加上已签约门店，已达到79家。



武侠梦

品牌基因
行侠仗义
快意恩仇

华人特有文化
行走江湖
仗义天涯



THE KUNGFU
FROGGY WOLIN GENERAL
ASSEMBLY



BUT

传达给消费者，让其为之买单？

**THE KUNGFU
FROGGY**
WORLD GENERAL
ASSEMBLY

这个时代

空有表面风格，却无内心态度
热衷动手指转发，却懒得动脑思考
盲从，缺乏判断

餐饮江湖 已然改变

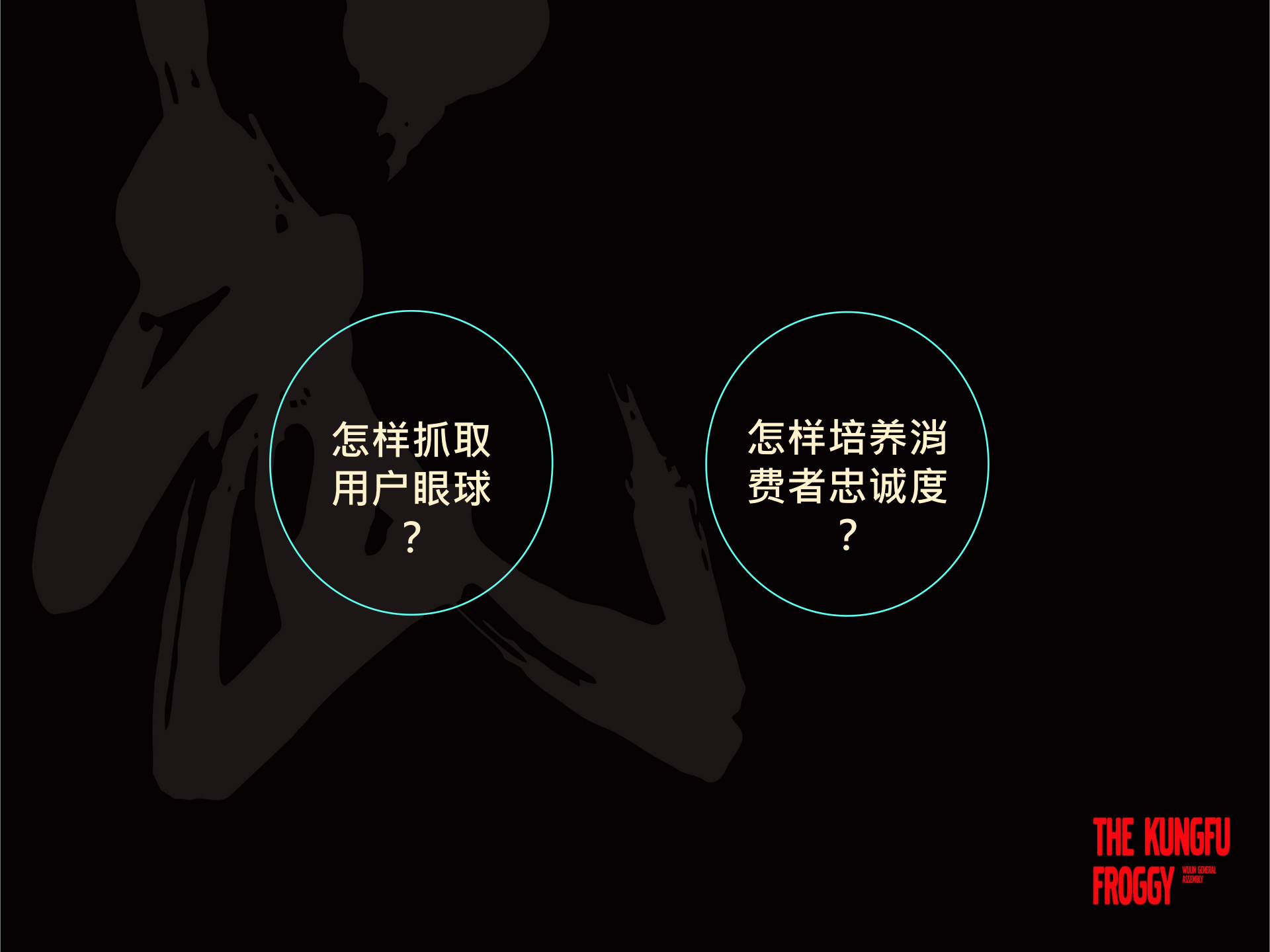
迎来创新时代

THE KUNGFU
FROGGY WOLIN GENERAL
ASSEMBLY



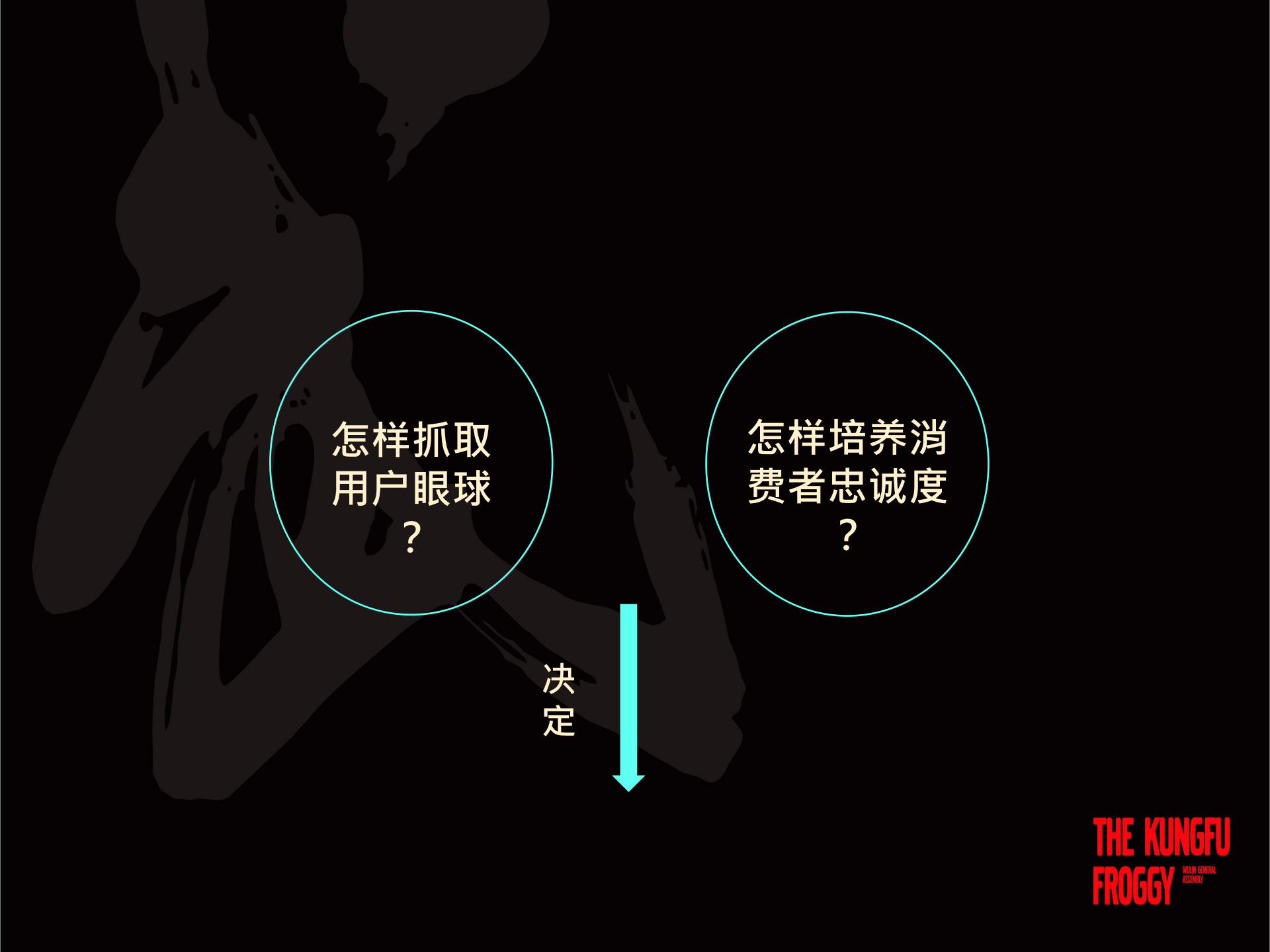
用户重新掌握话语权

只有保持敏锐的洞察力，察觉时代的痛点，我们才能破题，找到市场的机会。



怎样抓取
用户眼球
？

怎样培养消
费者忠诚度
？



怎样抓取
用户眼球
？

怎样培养消
费者忠诚度
？

决定



冲击市场

引起热潮

THE KUNGFU
FROGGY WOLFE GENERAL
ASSEMBLY



蛙小侠——一家原创功夫主题餐厅，是如何通过短短3年时间

打造一个超级IP，打响武林名号？

THE KUNGFU
FROGGY WULIN GENERAL ASSEMBLY



修炼超级IP

十大秘诀

THE KUNGFU
FROGGY WOLIN GENERAL
ASSEMBLY

秘诀一：花时间



蛙小侠究竟是怎样的一只蛙？

THE KUNGFU
FROGGY
WU LIN GENERAL
ASSEMBLY

最终形象



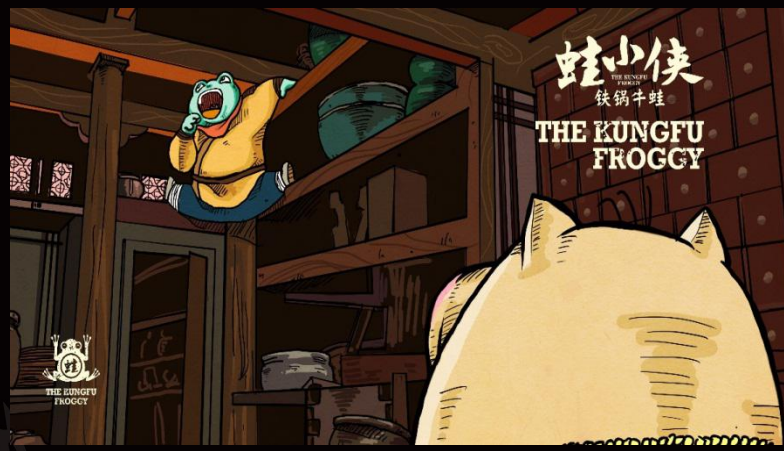
THE KUNGFU
FROGGY WOLIN GENERAL ASSEMBLY



半年，画10个品牌故事，构建完整的江湖体系，

讲一个有血有肉的江湖故事，观众才会入戏，真正的打动消费者。

THE KUNGFU
FROGGY
WOLIN GENERAL
ASSEMBLY



在一味追求速度的焦虑时代慢下来，用心打磨一个IP形象

塑造一只蛙的形象，形成特色鲜明的品牌文化符号

**THE KUNGFU
FROGGY**
WOLIN GENERAL
ASSEMBLY

秘诀二：花心思

用整个店，还原故事场景；用空间，讲故事

IP的打造

“流” 打造

+

“势” 打造

原创的内容流是IP打造的关键

THE KUNGFU
FROGGY
WOLIN GENERAL
ASSEMBLY

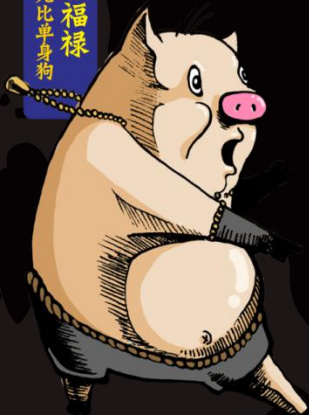
又圆又甜的摄影爱好者

香菇大师



力大无比单身狗

猪福祿



微胖界明星

蛙小侠



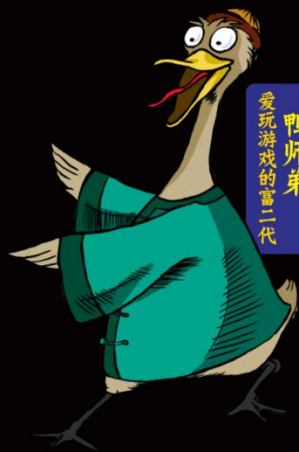
爱自拍的小仙女

辣椒妹



爱玩游戏富二代

鸭师弟



主人公蛙小侠和他的吃货天团，构建完整的江湖故事。
充满武侠意蕴，打造品牌原创文化。

THE KUNGFU
FROGGY
WOLIN GENERAL
ASSEMBLY



蛙小侠携手著名设计师团队，倾力打造原创设计用餐空间

**THE KUNGFU
FROGGY**
WULIN GENERAL
ASSEMBLY



用整个店还原品牌故事场景，于用餐细节中感受品牌文化，如同身临其境。

**THE KUNGFU
FROGGY**
WOLIN GENERAL
ASSEMBLY

秘诀三：玩转社群

十二个微信家族群，粉丝社群思维




建设社群，是解决流量和互动的关键

未来餐饮即将社群化，谁能抓住粉丝

谁就赢得天下

THE KUNGFU
FROGGY WOLIN GENERAL
ASSEMBLY

英雄要问出处 高手需询食力




招募最佳蛙粉

成为家族群管理员
享受终身不等位特权
(每月可行使一次特权)

报名方式

讲述一段你与蛙小侠的故事
发送至【蛙小侠老板娘】微信号
注明参加最佳蛙粉活动，管理员整理后发布朋友圈
由群友票选即可
(每群选取2名)



蛙小侠老板娘二維碼

蛙小侠 铁锅干蛙



家族群管理员 光荣証



扫一扫，至尊特权享不停
400 620 2777

憑此証
可享受終身
不等位特權！

每月可使用一次，
請到店提前預約

2016											
七月	八月	九月	十月	十一月	十二月						

2017											
一月	二月	三月	四月	五月	六月						
七月	八月	九月	十月	十一月	十二月						

2018											
一月	二月	三月	四月	五月	六月						
七月	八月	九月	十月	十一月	十二月						

初期创建12个超级粉丝群

线上线下
粉丝串联，进行转发、分享行程
裂变及曝光。

公开在群内征集管理员，
自主管理权
免费试吃新品福利及不等位特权。



线下组织蛙小侠粉丝聚会，增加黏性，提升餐厅回头率。通过活动进行传播。

**THE KUNGFU
FROGGY**
WULIN GENERAL
ASSEMBLY

秘诀四：培养种子用户

特别推出家族徽章制度——持有者可终身免费获赠小菜

优秀的种子用户

不仅对品牌忠诚度高活跃度还会
非常高

专注培养一批种子客户

能够为品牌提供中肯的意见和建议

帮助我们不断提升

家族徽章

蛙小侠赋予忠实用户家族徽章并给予专属福利

建立用户身份认同，让用户与品牌一同成长

进行品牌维护，得到更多人的帮助。



秘诀五：IP周边研发

成立蛙小侠功夫社，130+款周边产品研发

THE KUNGFU
FROGGY
WOLIN GENERAL
ASSEMBLY



历史三年，我们从130+产品中精选18款上市。

提供给用户除了美食以外，一种新的文化及生活方式，蛙小侠就在身边。

**THE KUNGFU
FROGGY**
WORLD GENERAL
ASSEMBLY

蛙少侠
铁锅牛蛙

积分兑换表

品名	积分
钥匙扣笔记本	150
金属钥匙扣	150
橡胶钥匙扣	300
牛皮纸手抄本	500
鼠标垫	500
帆布手提袋	500
手机壳	600
布袋鞋鞋	800
围裙	800
卡通马克杯	800
新派螺蛳公仔	900
抽绳背包	900
牛仔手提袋	900
帽子(夏/白)	1000
抱枕	1500
文化衫袖标	2000
蜜桃徽章	2000
移动电源	2500

成为会员流程

- Step1 关注“蛙少侠餐厅”公众号
- Step2 点击菜单栏“成为会员”
- Step3 点击【领会员卡】
- Step4 填写相关信息，注册成功
- Step5 享受福利




构建优质IP周边衍生生态，将品牌IP延展到日常生活中

超过20w位粉丝，积极使用积分兑换/购买周边

**THE KUNGFU
FROGGY**
WORLD GENERAL
ASSEMBLY



制作开发蛙小侠专属手游

结合门店

做等位游戏，参与游戏的顾客

可用游戏分数抵现，加强等位趣味性

不放过每一个IP输入的运营细节。

THE KUNGFU
FROGGY
WOLIN GENERAL
ASSEMBLY

秘诀六：IP门店运营



大侠/女侠，里边请！

大侠/女侠，后会有期！

豆腐、功夫、师傅



将IP深切植入到门店运营中，从服务员口号到身上的衣服，

不同层面都在诠释蛙小侠武侠风的精髓

让客人享有置身江湖

THE KUNGFU
FROGGY
WOLIN GENERAL
ASSEMBLY

秘诀七：互联网+餐饮

独创“新媒体造势6大招”



借热点

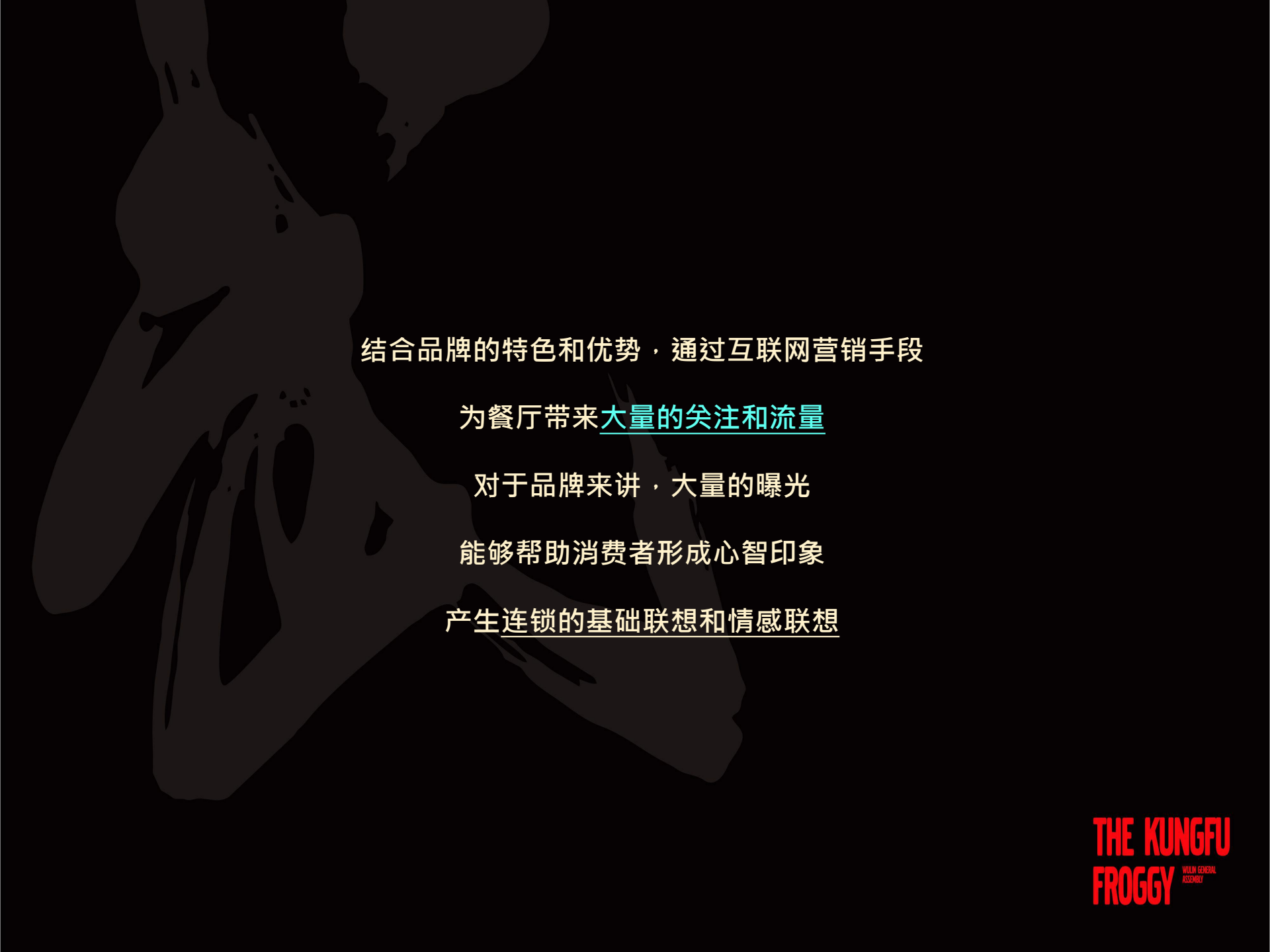
携大咖

讲故事

搞话题

策事件

造节日



结合品牌的特色和优势，通过互联网营销手段

为餐厅带来大量的关注和流量

对于品牌来讲，大量的曝光

能够帮助消费者形成心智印象

产生连锁的基础联想和情感联想



功夫

武侠

蛙

蛙小侠

THE KUNGFU
FROGGY WOLIN GENERAL
ASSEMBLY

秘诀八：事件营销

不附和，不追随，自己造节+热点营销
打造独有的蛙小侠节日



THE KUNGFU
FROGGY

蛙粉狂欢大趴 嗨起来啊

蛙小侠家族独家福利来袭，百人烧烤
狂欢PARTY开始报名啦！

时间：12月24日
地点：美丽南方

报名姿势一

扫码成为家族群粉丝



蛙小侠家族群

报名姿势二

私信“蛙小侠的老板娘”
并自报家门（来自哪个群+电话+姓名）
待“蛙小侠的老板娘”最终回复确认

P.S：每个群限20名，先报先得，排不上的，那就哭唧唧咯~

蛙小侠

我的福卡 福卡榜

集齐五福，拼手气分2亿

400,620,2777人已集齐·1月27日22:18开奖



送给朋友

1/1

福 福 福 福 福

爱国福 富强福 和谐福 友善福 敬业福

蛙小侠
快过年啦

重阳节不放假 怎么陪老人



老板 请让我提前回家陪老人过节

扫一扫，查看详情不停
400 620 2777

打造蛙小侠专属节日，有针对性、有特色的传播。

THE KUNGFU
FROGGY
WOLIN GENERAL
ASSEMBLY



坚持自己的节奏

定期升级VI物料

每半年推出一次品牌大事件

线上线下集体造势

保持品牌高频曝光，炒作品牌热度



蛙小侠新品上市

THE KUNGFU
FROGGY WOLIN GENERAL
ASSEMBLY

秘诀九：送福利

福利不断放送，增加客户粘性



向用户赠送糖葫芦、酸奶、蛙小侠符等具有品牌标识的福利，

线上互动留言免费吃蛙等福利作为吸引客户关注的噱头提升客户用餐体验，增加客户粘性

物有所值

秘诀十：不断升级

打破一成不变，不断提升自我



2018，我们的目标是

突破100家门店

让更多的消费者能够吃到蛙小侠，能够了
解这个超级IP

让有江湖的地方，就有蛙小侠

THE KUNGFU
FROGGY
WOLIN GENERAL
ASSEMBLY



扁平化管理

加快信息流速率

提高决策效率



视觉再升级

聚焦主角：蛙小侠本人

故事情节简单化



供应链减法

建立自有供应链体系

从养殖到供应

实现以一传多，减轻门店负担

THE KUNGFU
FROGGY
WULIN GENERAL
ASSEMBLY

出品品质

去工业化味道
好食材、传统做法、可标准化
还原地方特色



门店形象

餐饮年轻化趋势越发明显，更贴近年轻消费者
用年轻人喜欢的态度与他们沟通
打造属于当下消费者的故事背景场景大还原

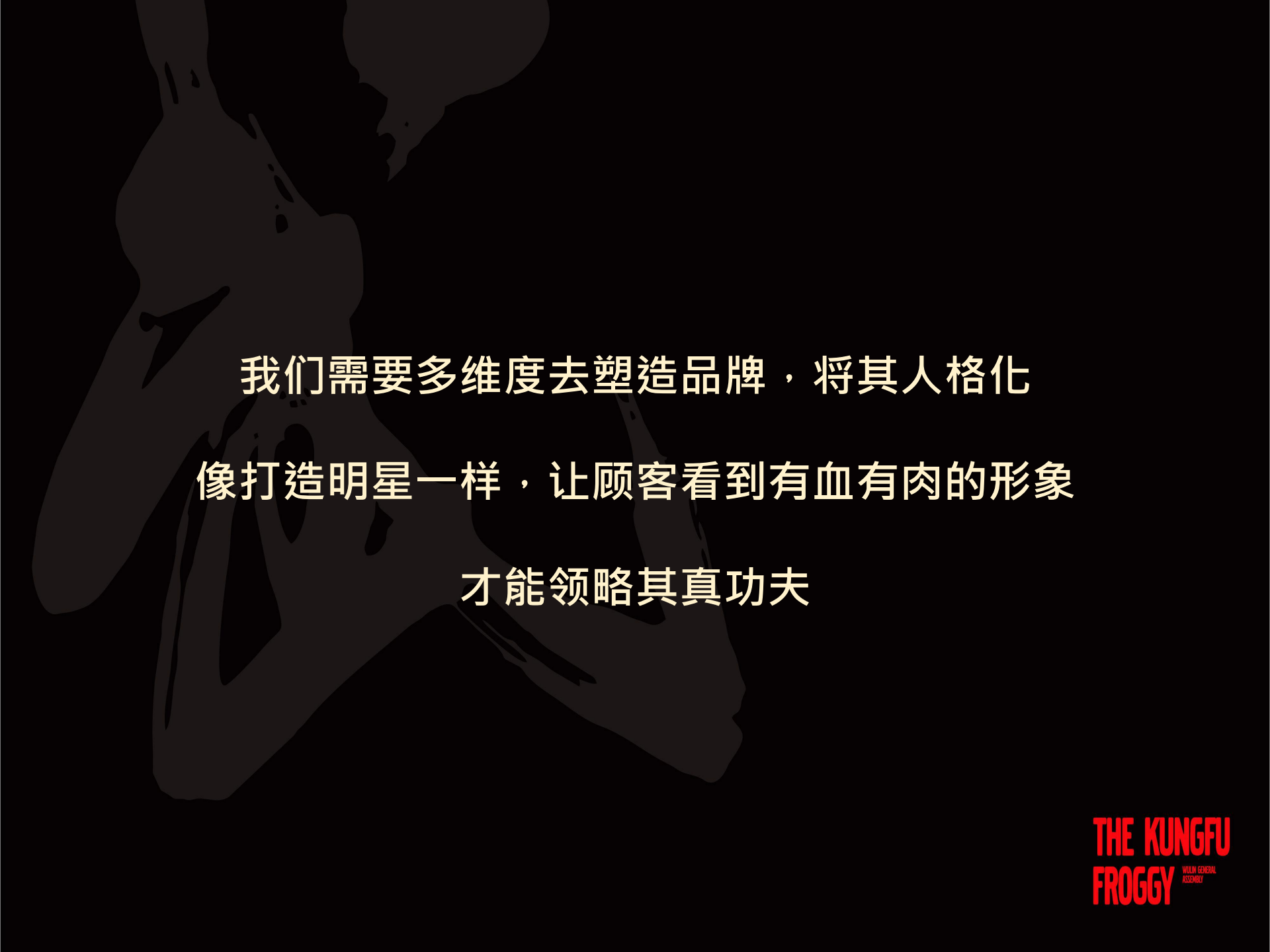


**THE KUNGFU
FROGGY**
WULIN GENERAL
ASSEMBLY



最后总结

打造超级IP，不仅传输给消费者品牌的价值和文
化
还要用有温度的形式拉近两者的距离



我们需要多维度去塑造品牌，将其人格化
像打造明星一样，让顾客看到有血有肉的形象
才能领略其真功夫

THE KUNGFU
FROGGY WUJIN GENERAL
ASSEMBLY

THANKS !

有缘江湖见！



THE KUNGFU
FROGGY WUJIN GENERAL
ASSEMBLY