

Werbung in der Gastronomie

Zwei dicke Wälzer mit dem Thema Marketing stehen in meinem Regal. 12. Ausgabe-Jahrgang 1995. Seit damals hat sich durch die neuen Medien viel getan. Flyer, Zeitungsannoncen und Telefonmarketing stehen in der Gastronomie längst nicht mehr an erster Stelle. Die Qualität von Bild, ja sogar Filmmaterial ist enorm gestiegen. Somit aber auch der Anspruch der Leser und Seher. Viele Menschen sind es einfach satt mit Werbung überhäuft zu werden. Somit ist dieses Thema auch sensibel anzugehen.

Vermeiden Sie aggressive Werbestrategien wie Telefonmarketing oder Emails. Wir sprechen jetzt von privaten Gästen nicht von Geschäftskunden. Flyer überfluten oft die Briefkästen und werden ungelesen mit der ganzen anderen Werbung gleich entsorgt.

Überlegen Sie im Vorfeld was Sie bewerben wollen, wie und wen Sie erreichen wollen.

Was wird beworben

- Preisangebote (Kombiangebot, Mengenangebot)
- Produktangebot (besondere Qualität, saisonale Angebote)
- Aktionsangebote (besonderer Anlass)

- Besonderer Service (Kinderfreundlich, Seniorengerecht)
- Besondere Ausstattungsmerkmale (mit Hotspot, ruhig, mit Kaminzimmer)
- Besondere Lage (Zentral, gut erreichbar, am See)

Wen will ich erreichen

- Stammkunden
- Neukunden
- Umliegende Ladenlokale und deren Mitarbeiter
- Nachbarn
- Event und Veranstaltungskunden
- Geschäftskunden

Werbung in der Gastronomie

Welche Werbemöglichkeiten gibt es für Gastronomen?

- eigene Internetseite
- soziale Netzwerke
- Mailings
- Newsletter
- Briefe
- Bannerwerbung auf Webseiten
- Telefonanrufe
- Über die Speisekarte/ Tischkarten
- Plakate und Banner bei Veranstaltungen oder direkt am Betrieb
- Regionale Zeitungsannoncen
- Flyer
- Radio oder Fernsehwerbung
- Direktes Ansprechen
- Mund zu Mundpropaganda (Gäste)
- Mund zu Mundpropaganda (Mitarbeiter)
- Gespräche mit Gästen am Tisch

Dieses Thema gibt jede Menge weiteren Stoff. Wir möchten Sie hier nur aufmerksam machen, dass Werbung nicht unbedingt immer viel Geld kosten muss. Überlegen Sie also genau im Vorfeld was Sie erreichen möchten und was das kosten darf.

Ein Mix aus mehreren dieser Werbemöglichkeiten erhöht natürlich die Wirksamkeit. Der absolute Favorit ist und bleibt die Gäste mit Qualität, Frische, Einzigartigkeit, Freundlichkeit, Service und Ambiente (bei fairen Preisen) zu überzeugen.