

„Wer strategisch seinen Erfolg plant, hat eine gute Chance, damit reich zu werden“, sagt Pierre Nierhaus. Wie das funktioniert, erklärt er im Buch „Reich in der Gastronomie – Strategien für die Zukunft“ mit seinem Co-Autor Jean-Georges Ploner anhand von 15 Erfolgsfaktoren.



Strategien für die ZUKUNFT

Teil 3

Vision und Konzept, Trends, Bedarf, Gäste, Mitarbeiter und die richtige Location standen in den ersten Teilen im Mittelpunkt. Jetzt geht es darum, wie ein gastronomisches Konzept vermarktet werden kann und warum Qualität und effiziente

Arbeitsweise wichtig sind. Bei allen Entscheidungen steht der Gastronom selbst als Macher im Focus, auch wenn Konsequenz gefragt ist Wann ist der Zeitpunkt gekommen, am Konzept Anpassungen vorzunehmen oder sich sogar neu zu orientieren? Werden diese Fragen zu Beginn geklärt und das Szenario konsequent zu Ende gedacht, ist es leichter mit Krisen umzugehen.

11. ERFOLGSFAKTOR: Zielgerichtetes Marketing

Für ein erfolgreiches Marketing ist ein gutes Gespür für die Gäste erforderlich: für die, die

man halten möchte, und die, die man neu gewinnen will. Viele Kollegen haben dieses Gespür intuitiv. Zusätzlich ist eine Marketingstrategie nötig, um den Erfolg langfristig zu sichern. Die Formel lautet: Ziel + Positionierung + Zielgruppe + Botschaft + Zeitplan + Budget = eindeutige Marketingstrategie.

Alle Elemente der Strategie werden im Marketingplan fixiert und mit Terminen im Jahreskalender notiert. Dieser Aktionsplan beinhaltet auch Zeiten für Planung, Vorbereitung und Nachkontrolle der Ergebnisse. Wie alle Pläne ist solch ein Plan

nur so gut, wie er umgesetzt wird. Das wiederum liegt in der Hand des Unternehmers. Marketing ist Chefsache, denn Unternehmensvision und Marketing gehen Hand in Hand.

Kern der Marketingstrategie ist das Profil des Konzeptes. Je knapper und klarer es beschrieben werden kann, umso besser. Dann geht es darum, dass Profil an die Gäste zu kommunizieren: konkret, gezielt und täglich. Am besten geht das mit Guerilla-Marketing, d. h. mit kreativen Ideen statt großen Budgets erfolgreich zu werben. Es ist stets originell, aufmerksamkeitsstark,

Damit die ganze Welt sich in Ihr Hotel oder Ihr Restaurant verliebt! online anbieten - online finden



hr-broker
hotel-restaurant-broker

www.hr-broker.eu