

Kapitel 3

Marketing im Wandel

Früher brachte man ausschließlich große Firmen mit Marketing in Verbindung. Wer über genügend Werbebudget verfügte, konnte sich Aufmerksamkeit und potenzielle Kunden kaufen.

Dieses traditionelle Muster bricht und auch der „Kleine“ Unternehmer kann im Zeitalter des Internets gutes Marketing zu guten Konditionen betreiben.

Der digitale Wandel hat verändert wie Menschen, aber auch Unternehmen untereinander kommunizieren. Viele innovative Technologien gestalten das Kaufverhalten unserer Kunden und Gäste neu. Aus diesem Grund sollte sich kein Unternehmen davor verschließen.

Marketing ist nicht als klassische Werbemaßnahme zu sehen, sondern als ein ganzheitlicher Prozess der ins Unternehmen mit eingebunden werden sollte.

Neue Technologien machen es relativ einfach Marketing auch im kleinen Unternehmen anzuwenden. Es gibt mittlerweile für jede Sparte deutschsprachige, einfach anzuwendende Softwarelösungen.

„Wer aufhört zu werben, um Geld zu sparen, kann ebenso seine Uhr anhalten um Zeit zu sparen.“

- Henry Ford -

Kapitel 4

Warum Marketing in der Gastronomie?

Das erfolgreichste Gastronomiekonzept ist und bleibt Mc Donalds. Die Frage ob es daran liegt, dass die Burger frisch und von besonders guter Qualität sind, oder ein ganz besonderes Flair in einem Mc Donalds Café herrscht kann jeder für sich selbst beantworten.

Eins steht jedoch fest, es liegt nicht am Essen oder am Ambiente, dass Mc Donalds so erfolgreich ist. Es gibt noch mehrere amerikanische Franciseunternehmen die ähnlich bekannt sind.

Alle haben eins gemeinsam. Sie betreiben aufwändiges Marketing. Sie kommunizieren mit ihren Gästen auf verschiedenen Kanälen und schreien es in die Welt, sobald es eine neue Zubereitung eines Burgers oder eine neue Eiskreation zu kaufen gibt.



Daran erkennt man deutlich das nicht das Produkt an erster Stelle steht, sondern die Kommunikation wie man das Produkt präsentiert. Das ist Marketing.

Das bedeutet nicht, dass Sie von nun an nur noch ihre Steaks im Internet bewerben müssen egal welche Qualität das Produkt hat. In einem Einzelunternehmen sollte auch die Qualität stimmen, damit Gäste wiederkommen und im besten Fall eine positive Bewertung online abgeben.



Allein 87% aller Deutschen sind mit dem Internet verbunden und nutzen es im Durchschnitt 2 Stunden pro Tag. (Quelle: thinkwithgoogle.com)

Nutzer informieren sich, suchen und lesen im Internet um mit einem Klick sofort die gewünschte Information erhalten.

Am häufigsten folgt der Internetnutzer Empfehlungen aus sozialen Netzwerken oder verwendet Suchmaschinen um eine Lösung zu finden.

Der Gast sucht eine schnelle Antwort auf Suchbegriffe wie: „Wo kann ich das beste Steak in München essen?“ oder „wo ist die beste Bar in Hamburg?“ oder „bayrisches Wirtshaus München“. Wer dann digital nicht sichtbar ist hat bald das Nachsehen.

Nehmen wir an, der Gast hat Ihr Lokal online gefunden und klickt nun auf ihre Webseite. Dort möchte er einen ersten Eindruck von Ihrem Lokal gewinnen und die Speisekarte lesen um sich abzusichern, dass es seiner Vorstellung entspricht.

Ist dies der Fall wird eine Online Bewertungsplattform aufgerufen oder in sozialen Netzwerken nach dem Lokal gesucht um sicherzustellen, dass das erste Date kein Reinfall wird.

Wenn die Bewertungen passen, will der Gast direkt buchen. Am besten natürlich über ihre Webseite und ohne große Umwege.

Der Gast war bei Ihnen, das erste Date war gelungen und es war alles zu seiner Zufriedenheit. Wie geht es nun weiter mit dem Gast? Er geht aus der Tür und kommt vielleicht nie wieder. Nicht weil es ihm bei Ihnen nicht gefallen hätte, sondern weil die Konkurrenz und die Ablenkung im Internet einfach viel zu groß ist.

Vielleicht hat ihr Gast ein zweites Date und gibt wieder den gleichen Suchbegriff wie beim letzten Mal bei einer Suchmaschine ein... Er wird garantiert andere Vorschläge bekommen und schon ist die Gefahr groß, dass er sich diesmal für ein anderes Lokal entscheidet.



