

Startklar: Marketing und Zusatzumsätze

Marketing und Werbung:

Alle Maßnahmen sollten aktuell eine positive Grundstimmung verbreiten und die Gäste motivieren wieder ins Wirtshaus zu kommen. Das ist wichtig, denn nur die Hälfte der Sitzplätze, frühe Schließungszeiten und neue Investitionen machen es dem Gastronomen sehr schwer, profitabel zu arbeiten. Da hilft echt nur ausprobieren, denn jeder kennt seine (potentiellen)Gäste am besten.

Kleine flankierende Maßnahmen bringen oft mehr als teure Werbeaktionen.

Hier einige Beispiele:

- viele **Tageszeitungen und Magazine** bieten aktuell besondere **Rabatte** an, diese Möglichkeit kann man nutzen, um klein, aber regelmäßig ganz besondere Angebote zu bewerben. Saisonale Frische punktet dabei.
- ganz wichtig auch das **regionale Radio!** Da hier die aktuellen Nachrichten für die Region aufbereitet werden und jeder diese Infos hören will, sind **Werbe-Spots** jetzt genau richtig platziert – auch hier bietet z.B. die **Bayernwelle Südost** richtig gute Konditionen.
- einfache **Handzettel** mit Wochen-Speisekarten können in geeigneten Geschäften ausgelegt werden
- **Rabatt-Pässe / Bierpässe** andenken: z.B. „aller guten Dinge sind 3: bei jedem 3.Besuch gibt's ein Bier/ Kaffee/ Dessert....gratis.“ Bei der Gestaltung sind wir gerne behilflich.
- Besondere, **zur Zeit passende, Gutscheine für ein „Helferessen“** für liebe Mitmenschen, die Einkaufen gingen oder andere Hilfestellung geleistet haben. Mit oder ohne den Schenkenden einzulösen.
- **„Gesicht“ zeigen:** wenn möglich sollten in allen Werbemitteln Fotos vom Team verwendet werden, eventuell witzig mit und ohne Maske. So bleiben alle sichtbar und anfassbar
- **Anschreibtafeln oder Aufsteller** vor dem Wirtshaus können gezielt genutzt werden, um Gäste aufmerksam zu machen. Es sollte ein Angebot, aber auch ein netter Spruch oder eine kleine Blume mit drauf gezeichnet werden (unsere **speziell gestalteten Plakate und Tischaufsteller** finden Sie auch im Download-Bereich oder können per Email info@hb-ts.de oder bei der Bier-Bestellung angefordert werden)

✚ **Alle Online-Kanäle anpassen:** die Gäste informieren sich in Zeiten wie diesen **fast ausschließlich online**. Deshalb ist hier Aktualität oberstes Gebot. Bei Homepage, Facebook, Instagram, Google: Texte anpassen, Jeder muss sehen wann und ob Sie geöffnet haben und zu welchen Bedingungen. Überprüfen aller Telefonnummern usw. Wo können sie am schnellsten und einfachsten für eine Reservierung erreicht werden. Kommunikation über alle Kanäle...

- Die Follower aktiv zur Kontaktaufnahme auffordern: „Reserviert’s euch jetzt gleich schon einen Tisch bei uns! Schreibt’s uns einfach a Privatnachricht oder ruft’s an unter ...“
- Ankündigungen und Posts mit einer Frage versehen, damit die Follower interagieren. Z.B.: „Wer besucht uns gleich schon am Montag?“
- Die Follower zur gemeinsamen Aktion auffordern: „Nachdem mia was zum Feiern ham, werfen mia uns in unsere fescheste Tracht! Jeder der in Dirndl oder Lederhosn kommt, kriegt von uns die erste Hoibe auf’s Haus!“
- In den Beiträgen solltet ihr zusätzlich eure Gäste auf die Sicherheitsmaßnahmen aufmerksam machen: „Bitte vergesst’s eure Gesichtsmasken für’s rein- und rausgehen ned!“

Umsetzungsbeispiele:



✚ **Zusätzliche Angebote, direkt vor Ort präsentiert :**

Durch eine sympathische Empfehlung im persönlichen Gespräch wird Ideenreichtum zum Ausdruck gebracht. Die Gäste spüren, dass man sich Gedanken um ihr Wohl macht.

- Take away **voll** oder in **begrenzter** Variante beibehalten.
- **Picknick Korb to go** für Frühstück, Almen, Ausflugslokale
- **Getränke to go, auch 4er/ 6er Tragerl**
- „DER MITTAGESSER“ **kleine Speisen to go** (Leberkäse, Schnitzelsemmel, Pfannkuchen, kleine Kasspatzn usw..)
- **Wirtshauskuchl im Weckglas** zum Mitnehmen; Knödel, Gulasch, Geschnetzeltes vakuumiert gekühlt oder gefroren; Italiener Box: Pasta & Spezielsauce für daheim für die Tage danach etc.