

Aktiv verkaufen, aber wie?!

Gastronomen werden erfolgreicher durch Aktionskalender

Branchenbeobachter haben in den letzten Jahren wenig über positive Tendenzen im Gastgewerbe berichten können. Die traditionelle Gastronomie hat es bei Umsatzeinbußen stärker getroffen, als die so genannte Systemgastronomie. Sind die normalen Gastronomiebetriebe nicht mehr im Trend? Ist ein Betriebsleiter eines Systemgastronomiebetriebes kreativer, als ein selbstständiger Gastronom? Hat der Betriebsleiter mehr Zeit für seine Gäste?

Pauschal kann man die Frage nicht beantworten. Der Unterschied liegt oft in der Art und Weise, wie das Speisen- und Getränkeangebot den Gästen präsentiert wird: abwechslungsreich, saisonorientiert, bedürfnisorientiert. Eine dementsprechend gestaltete Speisen- und Getränkekarte ist schon die halbe Miete, ein individuell entwickelter Aktionskalender bietet weitere Chancen zur Erfolgssicherung. Aktionen sorgen immer für die Kommunikation zwischen Gast und Gastwirt, signalisieren Kompetenz, motivieren Gäste und Mitarbeiter.

Wenn das Konjunkturbarometer nicht auf „schön“ steht, wenn bei steigenden Kosten die Erwartung auf mehr Umsatz nicht gesichert ist, bedarf es vorrangig neuer Impulse, um sich vom Wettbewerb abzusetzen.

Aktionen sollen konkrete Probleme lösen

Wer es clever anstellt, lenkt die Nachfrage gezielt auf die Aktionsprodukte. Wichtig für die Planung: Aktionen müssen zielgerichtet sein.

Beispiele von Aktionszielen:

- Umsatzsteigerung am Abend eines bestimmten Wochentages
- Mehr Umsatz aus einem vorhandenen Gästepotenzial
- Mehr Gäste innerhalb einer festgelegten Zeitperiode usw.

Bewährt hat es sich, einen Aktionskalender vierteljährlich vorzuplanen und zu erstellen, die Aktionen in Tages- und Wochenaktionen zu untergliedern und auf zusätzliche Angebotsvarianten hinzuweisen. Mehr als drei Monate vorab bekannt zu geben, empfiehlt sich bei Ferienhotels, deren Arrangements auch langfristig vorverkauft werden.

Verkaufsförderung muss kontinuierlich durchgeführt werden.

Organisationshilfen

Organisationshilfen sind notwendig, um die Arbeit zu erleichtern, in kurzer Zeit die Planung zu ermöglichen und eine optimale Umsetzung zu sichern. Die nachfolgend abgebildeten Checklisten helfen daran zu erinnern, was im unmittelbaren Umfeld bzw. in den nächsten Wochen ansteht und für Verkaufsförderungsmaßnahmen genutzt werden kann.

Der moderne, aufgeklärte Gast verlangt Transparenz und möchte wissen, was ihn erwartet. Stellen Sie sich vor, Sie stehen am Samstag vor der Frage: In welches Lokal gehe ich heute? Oder: Innerhalb Ihres Freundeskreises trifft man sich regelmäßig in wechselnden Gaststätten und Sie sind an der Reihe, die Auswahl für die nächsten Treffen festzulegen.

Wie leicht könnte Ihnen die Entscheidung fallen, wenn Sie wüssten, was am Tag Ihres geplanten Gaststättenbesuches auf der Speisekarte steht, welche Spezialitäten zu diesem Zeitpunkt gerade angeboten werden und mit welchen Themen sich der ausgesuchte Gastronom gerade befasst! Wie schnell kann da die richtige Entscheidung getroffen werden, wenn die entsprechende Information vorliegt!

Nun versetzen Sie sich in Ihre eigene Situation als Gastronom und fragen Sie sich einmal, wie viele solcher Chancen über das Jahr hinweg nicht genutzt werden. Die Gäste reden gerne über Positives aus der Freizeit, würden auch gerne dem Gastronom vermittelnd helfen, leider bieten die traditionellen Betriebe noch zu wenig Anlässe.

Sagen Sie Ihren Gästen, was Sie Ihnen bieten – über das normale Speisen- und Getränkeangebot hinaus!

Der regelmäßig ausgelegte Aktionskalender löst viele Kommunikationsprobleme. Im Kalender erkennt der Gast, wann er wiederkommen soll.

Whats up? Termine 2012

Januar
 10.01. Glamour party
 22.01. Welt Kneipen Rodel
 28.01. Contest

Februar
 08.02. Apre See
 17.02. Blues Night
 23.02. 90s Disco Fever
 28.02. Pre Karneval



März
 03.03. Snowblind
 11.03. Theketurner Live
 17.03. 70s Disco Night
 24.03. Schlager bis zum Schmelzen

April
 05.04. Bi
 14.04. O
 18.04. ?
 30.04.

In einem Kalender können Aktionen und Aktivitäten präsentiert werden. Aktionen sind dafür da, Gäste zum Besuch zu animieren; Aktivitäten ermöglichen mehr Umsätze mit vorhandenen Gästen.

Themen gibt es genug

Jede Wette: Es gibt mehr Ideen und Inhalte, die Ihren Betrieb und Ihr Konzept betreffen, als Sie im Aktionskalender unterbringen! Setzen Sie sich mit Ihren Mitarbeitern zusammen, nutzen Sie deren Ideen, planen Sie aber auch mit Ihren Mitarbeitern die Aktionen im Detail bis zum Ende. Es ist gefährlich, Aktionen anzukündigen und sie nicht entsprechend der Gästewartungen umzusetzen! Das kostet Gäste anstatt Gäste zu bringen!

Die Inhalte eines Aktionskalenders

- Spezialitätenwochen, von der Englischen bis zur Wildwoche
- Besondere Angebote an bestimmten Tagen
- Besondere Veranstaltungen, mit zusätzlicher Dienstleistung, Unterhaltung, wie DJ-Musik, Unterhaltungsspiele, Candle-Light-Veranstaltungen usw.
- Konkrete Informationen über zusätzliche Dienstleistungen, wie Partyservice, tägliches Stammessen, Saal-Bewirtschaftung usw.
 - Besondere Angebote, wie All-inclusive-Preise, Kinder- und Seniorenpreise usw.

rgp

Aktionskalender Checkliste - Tue Gutes und sprich darüber -

Bitte beachten Sie die folgenden Punkte bei der Neuzusammenstellung Ihres Kalenders, damit wir nichts vergessen.

Zeitraum von _____ bis _____
 Betrieb: _____

Gibt es in den nächsten 3 Monaten Ereignisse wie:

<input type="checkbox"/> Schulferien, welche, von bis _____	<input type="checkbox"/> Ausstellungen _____
<input type="checkbox"/> Änderung der Öffnungszeiten _____	<input type="checkbox"/> Symposien _____
<input type="checkbox"/> Wahlen, z. B. _____	<input type="checkbox"/> Tag des Dt. Bieres _____ 23. Apr
<input type="checkbox"/> Aktions-Jubiläum, z. B. _____	<input type="checkbox"/> www.deutsches-bier.net _____
<input type="checkbox"/> Fahrplanwechsel _____	<input type="checkbox"/> Halloween _____ 31. Okt
<input type="checkbox"/> Einladungen, z. B. _____	<input type="checkbox"/> St. Patrick's Day _____ 17. Mrz
<input type="checkbox"/> neuer Küchenchef _____	<input type="checkbox"/> Vatertag _____ Mai, Christi Himmelfahrt
<input type="checkbox"/> neue Mitarbeiter, z. B. _____	<input type="checkbox"/> Valentinstag _____ 14. Febr.
<input type="checkbox"/> neue Standardkarte, z. B. _____	<input type="checkbox"/> Muttertag _____ Mai
<input type="checkbox"/> andere Aktivitäten, wie _____	<input type="checkbox"/> Europ Kochfestival _____ letzter Donnerstag im Mai
<input type="checkbox"/> PR-Aktionen, z. B. _____	<input type="checkbox"/> Deutsch.Salattag _____ 08. Mai
<input type="checkbox"/> Veranstaltungen _____	<input type="checkbox"/> Kindertag/NBL _____ 01. Jun
	<input type="checkbox"/> Weltpartag _____ 30. Okt.

Gibt es überregional bedeutende Feiertage? Welche? Sind diese Anlässe für Aktionen geeignet? _____

Gibt es überregional bedeutende (Sport-) Veranstaltungen? Welche? Was können Sie damit verbinden? _____

Gibt es Veranstaltungen am Ort auf die eingegangen werden sollte? _____

Sind allgemeine Hinweise wieder angebracht, wie

<input type="checkbox"/> Preisausschreiben für _____	_____
<input type="checkbox"/> Vorreservierungen für _____	_____
<input type="checkbox"/> Datenerfassung / Anforderkarte _____	_____
<input type="checkbox"/> Veranstaltungen der nächsten Periode _____	_____
<input type="checkbox"/> Zusätzliche neue Lieferanten-Embleme für Sponsoring _____	_____
<input type="checkbox"/> Akquisitionsmaßnahmen für _____	_____
<input type="checkbox"/> Möchten Sie ein besonderes Gericht aus der Aktion erwähnen? Welches? _____	_____

Geburtstage, Namenstage besonderer Personen? Wer, wann? _____

Dienstleistungen des Hauses _____

Optimierungs-Maßnahmen, Aktivitäten, wie

<input type="checkbox"/> Reservierung bis _____	_____
<input type="checkbox"/> Happy hour am _____	_____

Möchten Sie Hinweise auf Veröffentlichungen, Ereignisse, an denen der Betrieb beteiligt ist / war, bzw. erwähnt ist / war? _____

Hat der Betrieb zur Zeit auffallende Probleme? Welche? _____

Welche Aktionen können diese beheben? _____

Sind demnächst Probleme zu erwarten? Welche? _____

Welche Aktionen können diese beheben? _____

Ist Urlaub, längere Schließzeit geplant?

nein ja _____

wenn ja, von _____ bis _____

Sind Sie nach wie vor mit dem Stil / Aufbau des Aktionskalenders zufrieden?

ja nein _____ wenn nein, warum nicht? _____

Sollen wir die Kalender drucken / kopieren _____

ja nein _____ wenn ja, wieviele? _____

Datum / Betrieb / Name _____



Möchten Sie mehr wissen, rufen Sie einfach an:

Rainer G. Plappert
QM.E.S.-Beraternetzwerk
 Waldstraße 8, 63128 Dietzenbach,
 Fon: 0049 6074 8536-66, Fax: 0049 6074 8536-99
 E-Mail: info@qmes.de