

WIE SPRECHEN SIE NEUE GÄSTE AN?

Ihre Veranstaltungen müssen nicht nur langfristig und gründlich geplant, sondern über Werbemittel im Vorfeld angekündigt werden. Hierfür hat Hacker-Pschorr ein System entwickelt, mit dem Sie per Internet einfach, bequem und kostengünstig Ihre eigenen Werbemittel herstellen können. Die Werbemittel sind einheitlich gestaltet und Sie können sie zur Produktion an die Druckerei Ihres Vertrauens senden.

Sie tragen jeweils den Namen Ihres Gasthauses, in Form Ihres Logos oder Ihrer Absenderadresse. Bei den Werbemitteln unterscheidet man solche, die Ihre Gäste in Ihrem Wirtshaus direkt ansprechen, und solche, die Sie in der näheren Umgebung verteilen oder als Anzeige veröffentlichen. Die Werbemittel können Sie miteinander kombinieren; Sie müssen natürlich nicht jede Veranstaltung mit allen zur Verfügung stehenden Werbemitteln ankündigen. Zu jeder Aktion haben wir Ihnen daher eine Auswahl von Werbemitteln zur Verfügung gestellt, die Ihrer Veranstaltung die nötige Aufmerksamkeit verschaffen.

WIE WERBEN SIE IN IHREM LOKAL?

Das Ziel der Werbung in Ihrer Gaststätte ist, dass keiner Ihrer Gäste das Haus verlässt, ohne auf die kommende Veranstaltung hingewiesen zu werden – auch wenn er nur selten kommt oder das erste Mal da ist. Dafür stehen Ihnen folgende Werbemittel zur Verfügung:

Flyer
Unter einem Flyer versteht man einen bedruckten DIN A5 oder DIN A6 großen Handzettel. Auf ihm finden sich das Aktionsmotto, Datum, Uhrzeit und Adresse der Veranstaltung. Diese Flyer liegen auf den Tischen und dem Tresen zur Mitnahme aus.
Plakat
Ein Plakat in DIN A1 oder DIN A2 sollte in Ihrer Gaststätte für alle gut sichtbar, etwa neben der Tür, aufgehängt werden. Auch auf diesem Werbemittel findet man alle wichtigen Informationen zu der Veranstaltung.
Tischaufsteller
Tischaufsteller machen den Gast beim Essen und Trinken immer wieder auf die kommende Veranstaltung aufmerksam.
Einlegeblatt für die Speisekarte
Jeder Gast schaut bei der Auswahl seiner Speisen für ein paar Minuten in die Speisekarte. Während einer Aktion findet er hier Informationen über Ihr Angebot in Form eines DIN A4 oder DIN A5 großen Einlegers. Da wir Ihnen bei den vorgestellten Aktionen Ihr kulinarisches Angebot nicht vorgeben wollen, liegt der Entwurf eines Einlegeblattes ganz bei Ihnen.

WIE WERBEN SIE AUSSERHALB IHRES GASTHAUSES?

Neben den Werbemitteln in Ihrem Wirtshaus stehen Ihnen auch spezielle Werbemittel zur Verfügung, die Menschen ansprechen, die selten kommen oder noch nie bei Ihnen waren:

Anzeige
Mit der Anzeige in der lokalen Presse weisen Sie ein größeres Publikum auf Ihre Veranstaltung hin. Dies ist ein wichtiges Mittel, um neue Gäste aus der weiteren Umgebung auf Ihre Veranstaltung aufmerksam zu machen, und oft günstiger, als Sie denken.
Mailing
Mit einem Mailing – einem vorgefertigten Serienbrief, der per Post versendet wird – sprechen Sie einzelne Haushalte in einem größeren Einzugsgebiet an. Die Adressen können Sie bei Adressverlagen einkaufen. Es ist auch möglich und empfehlenswert, eine eigene Adressdatei anzulegen. Diese gewinnen Sie zum Beispiel bequem über ein eigenes Gewinnspiel oder eine Gästebefragung, bei der Sie neben der Adresse auch noch wichtige Informationen über die Kundenzufriedenheit erhalten.
Flyer
Die DIN A5- oder DIN A6-Handzettel, die in Ihrem Gasthaus ausliegen, können Sie auch in den Briefkästen Ihrer Umgebung direkt verteilen. Das ist kostengünstiger als der Weg über eine Postwurfsendung, jedoch mit höherem personellem Aufwand verbunden.
Plakate
Plakate können Sie nicht nur in Ihr Gasthaus hängen, sondern auch an Plakatflächen und Litfaßsäulen in Ihrer Umgebung. Diese können Sie bei einem lokalen Anbieter von Werbeflächen buchen. Sie können aber auch beispielsweise bei benachbarten Geschäften wie Bäcker, Schreibwarenhandel oder Apotheke fragen, ob Sie Ihre Plakate bei ihnen in die Schaufenster hängen dürfen.

MARKETINGFIBEL

ERFOLGREICHES MARKETING FÜR WIRTE UND HOTELIERS

WOZU EIGENTLICH MARKETING?

Als Wirt wissen Sie, dass die Zeiten für die Gastronomie nicht gerade einfach sind. Heute müssen Sie sich etwas einfallen lassen, um auf dem Markt bestehen zu können. Mit diesem kleinen Folder möchten wir Ihnen ein paar Werkzeuge an die Hand geben, mit denen Sie neue Gäste gewinnen und Ihr Unternehmen – also Ihre Gaststätte – profitabler machen.

WAS IST EIGENTLICH MARKETING?

Unter Marketing versteht man das Planen und Durchführen von Maßnahmen, um den Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen zu steigern. Für Sie als Wirt heißt das konkret: Wie bringen Sie neue Gäste in Ihre Wirtschaft? Wie können Sie den Verzehr steigern? Und was können Sie unternehmen, damit Ihre Gäste nicht woandershin abwandern? Marketing soll also Fremde zu Gästen und Gäste zu Stammgästen machen.

WAS HEISST MARKETING FÜR IHR WIRTSHAUS?

Neue Gäste gewinnt man durch Aktionen, die Menschen aus Ihrer Umgebung ansprechen und auf Ihr Angebot neugierig machen. Diese Veranstaltungen sollen nicht nur Ihren Umsatz steigern, sondern Ihr Lokal sympathisch machen – und zwar dauerhaft. Die neuen Gäste müssen den Eindruck gewinnen, dass bei Ihnen immer wieder etwas Neues geboten wird. Und wenn die Atmosphäre Ihres Hauses, der Service und Ihr Angebot stimmen, werden diese neuen Gäste immer wieder bei Ihnen einkehren. Marketing denkt heute nicht nur an morgen, sondern auch an übermorgen.

WELCHE AKTIONEN KÖNNEN IHNEN HELFEN?

Es gibt immer einen Anlass für eine Veranstaltung. Neben dem Weihnachtsfest, Fasching, der Starkbierzeit, dem 1. Mai, einem Sommerfest, Oktoberfest, Kirchweih und Nikolaus feiert man im Gasthaus inzwischen auch Fußballhighlights wie die WM oder die Champions League, Beach-, Texmex- und Singlepartys, Halloweenfeste sowie längerfristig angelegte Aktionen wie beispielsweise die Holzfällerwochen.

WAS MÜSSEN SIE BEI VERANSTALTUNGEN IN IHREM WIRTSHAUS BEACHTEN?

Das Interesse der Gäste. Die Aktionen müssen die Bedürfnisse und das Interesse möglicher neuer Gäste ansprechen. Manche Feste eignen sich eher für eine ländliche Umgebung, andere, wie etwa eine Salsanacht oder eine Singleparty, eher für ein Gasthaus in einer größeren Stadt. Während Aktionen zu sportlichen Events wie Fußball oder Formel 1 eigentlich überall Menschen anziehen, wird sich eine After-Work-Party nur in der unmittelbaren Nähe von mittleren und größeren Betrieben lohnen.

GLAUBHAFTIGKEIT UND AUTHENTIZITÄT

Bei der Auswahl von Aktionen dürfen Sie nicht beliebig werden. Eine Veranstaltung muss zu Ihrem Wirtshaus und zu Ihrem Ambiente passen und darf in keinem Fall Ihre Stammgäste irritieren. Denn gerade Ihre treuesten Gäste legen großen Wert darauf, dass Sie ehrlich und authentisch bleiben.

DIE KONKURRENZ

Beobachten Sie, wie andere Gasthäuser in Ihrer Umgebung werben, damit Sie sich von Ihrer Konkurrenz unterscheiden und ein eigenes Profil entwickeln. Wenn das Wirtshaus drei Straßen weiter eine karibische Nacht ankündigt, sollten Sie dies nicht eine Woche später wiederholen. Denken Sie sich hierzu ein anderes Motto wie vielleicht ein Sommerfest mit leckeren Cocktails aus.

DIE ANGEBOTSVIELFALT VON HACKER-PSCHORR

Binden Sie Ihr Angebot an Bierspezialitäten in das Thema der Veranstaltung ein. Bei einer After-Work-Party bieten Sie am besten leichte oder alkoholfreie Biere an, bei einer Buena-Vista-Social-Club-Nacht kühles Hefe Weißbier und Biercocktails und bei den Holzfällerwochen Münchner Dunkel, Animator oder Superior.

EIN STIMMIGES AMBIENTE

Stellen Sie bei einer Veranstaltung ein möglichst stimmiges Ambiente her. Bei einem Thema wie dem Buena Vista Social Club dekorieren Sie Ihr Wirtshaus farbenfroh in Grün und Gelb, legen Sie kubanische Musik wie den Soundtrack von Buena Vista Social Club oder Gloria Estefan auf, servieren Sie karibische Speisen wie frischen Fisch und scharfe Fleischgerichte und bieten Sie Ihren Gästen echte Havannazigarren an.