

GASTROWORKS LEITFÄDEN



copyright by andreas hein

Das ViralMarketing! 0% Kosten, 100% Effekt

Schöpfen Sie aus den GASTROWORKS Leitfäden geballtes Wirtschaftswissen für Hotellerie und Gastronomie aus Marketing, Technik, Personalführung, Gästebindung und Prozessoptimierung. Ihr Wettbewerbsvorteil vom IHK Küchenmeister. Made in München.

[Lesen Sie weitere Themen hier](#)

gastroworks leitfäden

DAS VIRALMARKETING! 0% KOSTEN, 100% EFFEKT

Auf leisen Sohlen komme ich zum Abendgeschäft durch den Lieferanteneingang in die Küche – das tue ich manchmal. Sie wissen ja selbst, was man da so alles entdeckt: Viele Komödien – und noch mehr Tragödien!

Heute steht die gesamte Brigade selten einträchtig über das Küchentelefon gebeugt und krümmt sich vor Lachen.

V-Marketing funktioniert heute per eMail, Telefon oder im persönlichen Gespräch

Man hat die Servicenummer eines Likörherstellers gewählt: Deftige Kurzwitze, zweifelhafte Tiergeräusche, Comedy-Einlagen. Das MUSS man gehört haben! Werbung für diese Telefonnummer gibt es nicht. Sie wurde von einer Werbeagentur - nur mündlich - in die Welt gesetzt. Und ist seitdem ständig überlastet. Und die Marke in aller Munde.

Was ist Viralmarketing? Ganz einfach: Die virusartige Ausbreitung einer Botschaft

Das System funktioniert sehr simpel. Jeder Mensch hat mindestens, so die neueste Forschung, 8 enge soziale Kontakte, mit denen er sich ständig austauscht.

Kommunikation ist ein menschliches Grundbedürfnis, also teilt man Neues und Interessantes seinen Mitmenschen gerne mit. Genau diesen Umstand macht sich diese Marketingmethode zu Nutze.

Folgende Voraussetzungen müssen für ein erfolgreiches V-Marketing erfüllt sein:

- es handelt sich um freiwillige Empfehlungen, die der Gast auf eigenen Wunsch weitergeben will
- es sind immer kostenlose Informationen, die weiter-gegeben werden
- die Informationen enthalten einen echten Nutzen für den Gesprächspartner, Ihren potentiellen neuen Gast

Einem Freund, gutem Bekannten oder Arbeitskollegen traut man einfach mehr als einer Werbephase. Tatsache ist auch, dass reine Werbebotschaften in zunehmendem Maße ignoriert werden. Im Fernsehen ebenso wie auf Plakatwänden.

V-Marketing erlebt im Zuge des Internets seine Renaissance

Es ist eben so einfach geworden, mit einem Klick zu kommunizieren, an den anderen zu denken und auch ein wenig mit „Insiderinfos“ zu prahlen.

So ergeben sich für Hotellerie und Gastronomie zwei sichere, gewinnende Wege, einen „Virus“ in Bewegung zu setzen:

1. über die hauseigene

Website, z.B.

- Newsletterversand
- „Tell a friend“-Funktion
- Gästebuch
- Elegante Fotos Ihrer Gerichte auf Ihrem Instagramaccount
- Verlinkungen von und zu anderen Websites

2. durch reine Mund-zu-Mund-Propaganda, die Sie z.B. erzeugen durch

- besonders aufmerksamen Service
- ungewöhnlich ansprechende Optik der Tellergerichte
- ausgefallene Kreationen
- Extras wie Petit Fours zum Kaffee oder Treue-Rabattkarten für Stammgäste
- Valet-Parking für ältere Gäste

Die Bitte „Empfehlen Sie uns weiter, wenn Sie zufrieden waren“, ist in jeder Branche üblich geworden.

Der Kunde wird so zum Verkäufer gemacht

Was ist dabei, dies auch bei uns in der Gastronomie verstärkt anzuwenden? Wir bieten doch außer einer Dienstleistung auch ein schönes Stück Lebensfreude!

So machen Sie Ihren Gast sogar stolz darauf, Sie zu empfehlen. Bei seiner Familie, Freunden, Nachbarn, Geschäftspartnern, Kollegen, seinem Banker, Zahnarzt, Friseur, KFZ-Meister, im Segel- oder Tennisclub:

- Bieten Sie, auch wenn Sie ganz bodenständig kochen, etwas exklusives, außergewöhnliches an. Das kann die persönliche Verabschiedung der Gäste durch Sie als Küchenchef sein oder auch das Wissen um eine individuelle Vorliebe Ihres Gastes bei der Zubereitung.
- Beachten Sie besonders unbekannte Gäste, die zunächst nur Kleinigkeiten ordern. Oft kommen Sie auf Empfehlung und wollen testen
- Geben Sie jedem Gast genau das Gefühl, das er verdient hat: Bei Ihnen etwas Besonderes zu sein.

Autor: Andreas Hein, GASTROWORKS München

www.gastroworks.de