RESTAURANT BRANDING

Mache Dir einen Namen

Agenda

1. Teil: Definition

2. Teil: Allgemeine Komponenten

3. Teil: Grafische Komponenten

4. Teil: Deine Werkzeuge

Was heisst eigentlich "Branding"

Branding - Prozess, der für die Entwicklung einer Marke aufgewendet wird

Was heisst eigentlich "Branding"

ZIEL - Vermittlung eines einheitlichen, klaren Sinnbildes nach außen für einen geschäftlichen Erfolg

Was heisst eigentlich "Branding"

Wie funktioniert das?

Die wichtigsten Faktoren

Allgemeine Komponenten

Die richtige Zielgruppe

Allgemeine Komponenten

Die richtige Zielgruppe

Wen möchtest Du ansprechen?

Was zeichnet diese Zielgruppe aus?

Wie erreichst Du diese Zielgruppe am besten?

Allgemeine Komponenten

Die richtige Zielgruppe

Beispiel: Veganer

Veganer haben oft Probleme, ein Restaurant zu finden, das ihnen Ansprüchen genügt und gute, interessante Gerichte anbietet.

Z.B. Website mit Texten, die für Google optimiert sind, Social Media mit entsprechenden Hashtags sowie TripAdvisor.

Allgemeine Komponenten

Deine Botschaft

Allgemeine Komponenten

Deine Botschaft

Was waren die Beweggründe zur Eröffnung?

Was macht Dein Restaurant besonders?

Wie verbreitest Du diese Botschaft?

Allgemeine Komponenten

Ihre Botschaft

Persönliche Gründe, z.B. selbst Veganer

Ausschließlich vegane Gerichte, separate Küche für vegane Gerichte, erhaltener Preis für kreativste Zubereitungsideen

Z.B. Food-Blogger oder Live-Kochkurse

Grafische Faktoren

Farben

Grafische Faktoren

Farben

Farben wecken Emotionen - welche passt am besten?

Welche Farbkombinationen solltest Du nutzen?

Grafische Faktoren

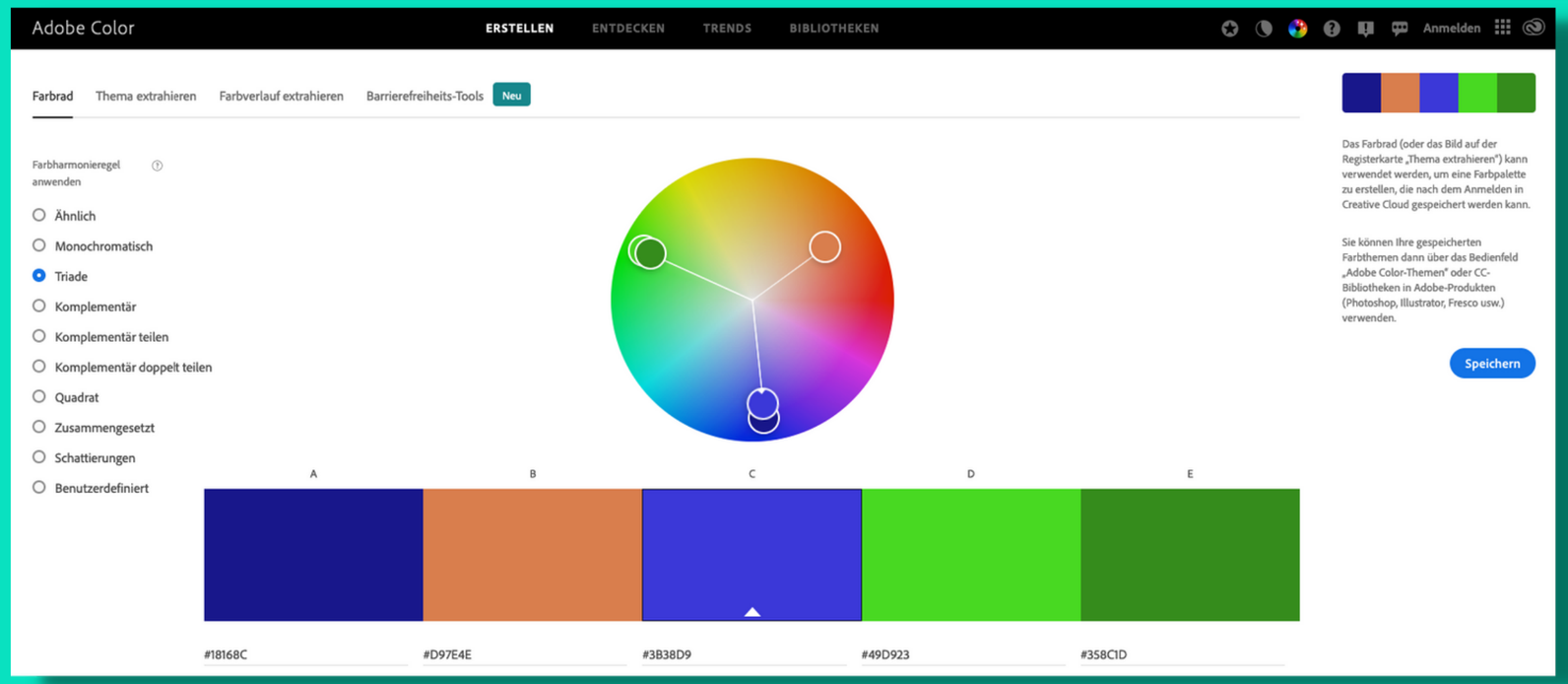
Farben

Beispiel: grün steht für Natürlichkeit und Gesundheit.
Somit optimal für vegane Restaurants

Adobe Color - ein tolles Tool für die besten Kombinationen

Grafische Faktoren

Farben



Grafische Faktoren

Typographie

Grafische Faktoren

Typographie

Welche Schriftart passt zu Deinem Restaurant?

Wie viele Schriftarten kann man mischen?

Wie sieht es mit der Lesbarkeit aus?

Grafische Faktoren

Typographie

Grosse Überschriften

Einfacher Text

Grafische Faktoren

Logo

Grafische Faktoren

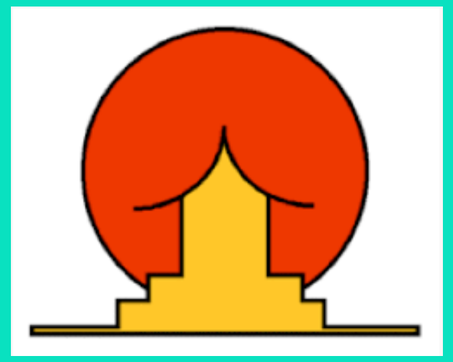
Logo

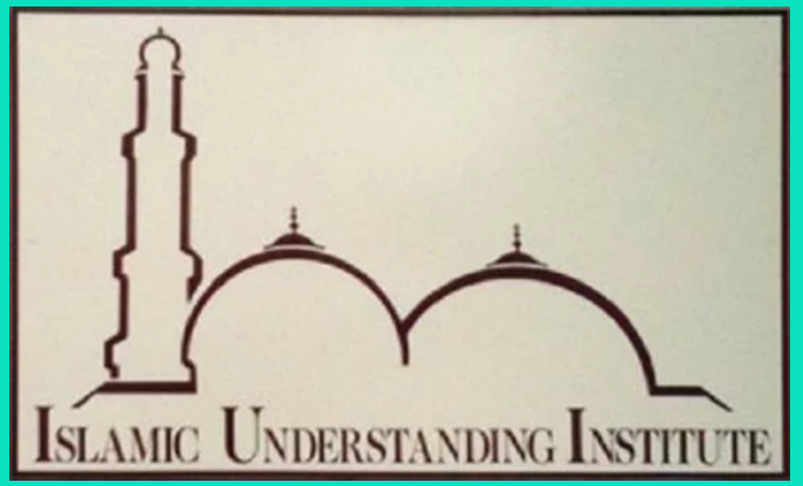
Welches Logo spricht eine eindeutige Sprache?

Minimalismus oder aufwendig?

Beispiele für markante Logos

Beispiele für schlechte Logos





Tools, Plattformen und Programme

Deine Website

Der erste Eindruck zählt. Welchen machst Du?

Informieren - nicht überladen

Der einfache Zugang - auch zur Karte.

Deine Website

Deine Website

Social Media

Der direkte Zugang zu Deinen Gästen

Deine Gäste machen Deine Werbung

Social Media

Wer ist nicht bei Facebook oder Instagram vertreten? Dort verbringen Deine Gäste ihre Freizeit.

Deine Gäste posten tolle Gerichte und markieren Dein Restaurant in den sozialen Medien. Wenn Du nicht dort vertreten bist, entgeht Dir kostenfreie Werbung.

Programme zur Neukunden-Gewinnung

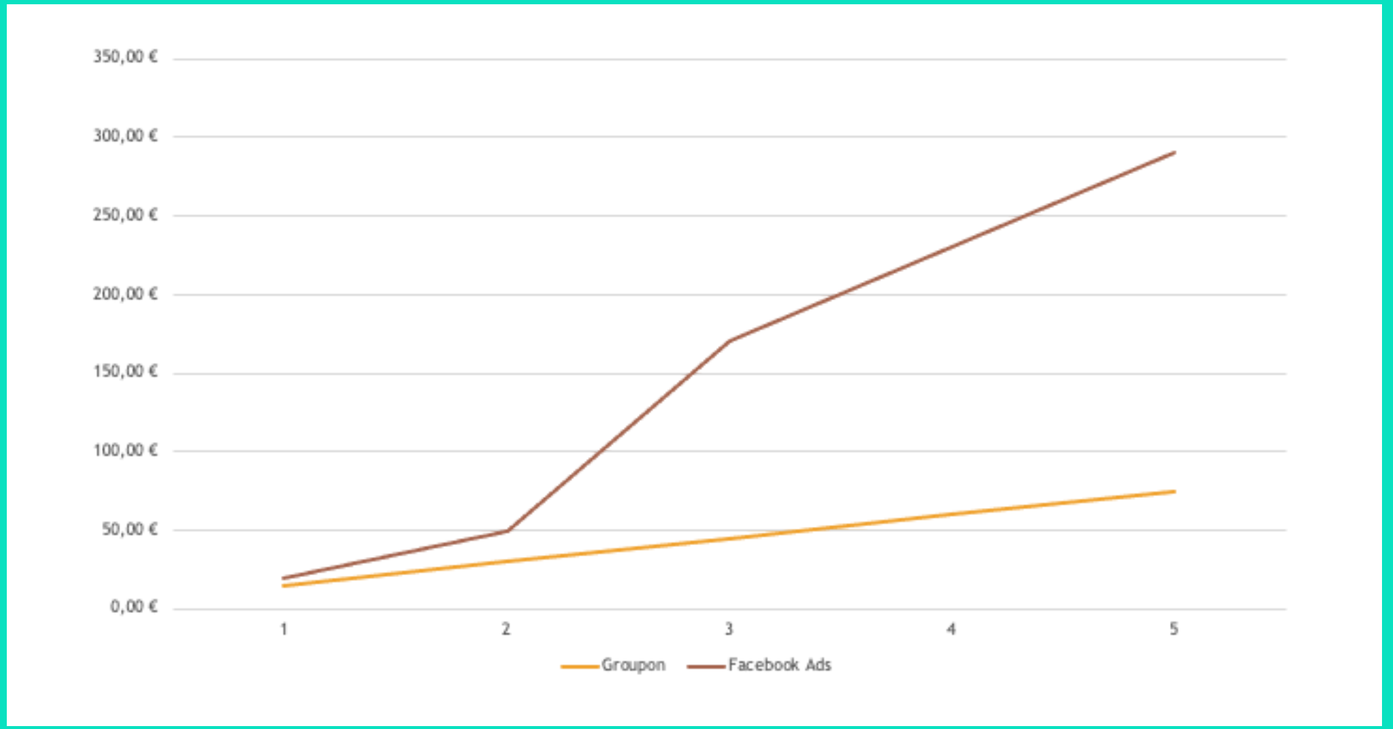
Mehr Gäste bedeutet mehr Umsatz

Facebook Ads vs. Groupon

- Social Media Kanal
- Du nutzt ein Werbe-Budget
- Kosten fallen für die selbst Werbung an
- Du bist für die Zahlungen zuständig
- Re-targeting ist möglich
- Nutzer sieht Angebot im Newsfeed etc.

- Leads/Sales Programm
- Wenn kein Verkauf, entstehen keine Kosten.
- Beim Verkauf fällt eine Gebühr an
- Übernimmt den Zahlungsprozess
- Kein sogenanntes "Re-Targeting"
- Der Nutzer muss aktiv nach Angeboten suchen

Gewinn-Vergleich



1 Kauf pro Tag
Preis 60 EUR – Angebot 30 EUR
Groupon Kommission: 50% auf den reduzierten Preis (15 EUR)
Ads Budget: 10 EUR pro Tag

Programme zur Stammkundenbindung

Die Gewinnung neuer Gäste ist im Vergleich ca. 5x teurer, als Stammkunden zu binden

Newsletter

Baue eine Kunden-Datenbank auf, die Du regelmäßig - aber nicht zu oft - über neue Aktionen, Gerichte und Events informierst. Oder lade exklusiv zum Start des neuen Menüs ein.

Facebook & Instagram

Baue eine treue Community auf. Frage Deine Gäste nach deren Ideen. Lasse einen Blick hinter die Kulissen zu oder zeige, wie man einzelne Gerichte nachkocht.

VIELEN DANK!

Wir freuen uns auf Ihre Nachricht!

MSM Promotion

https://www.marcusschaefer.net
info@marcusschaefer.net