

Das Marketing-Konzept

1. Unsere Mission/ unser Leitgedanke

„ Wir ermöglichen unseren Kunden ein Treffen mit Geschäftspartnern in gehobenem, ruhigem, qualitativ hochwertigem Ambiente mit hervorragendem Service.“

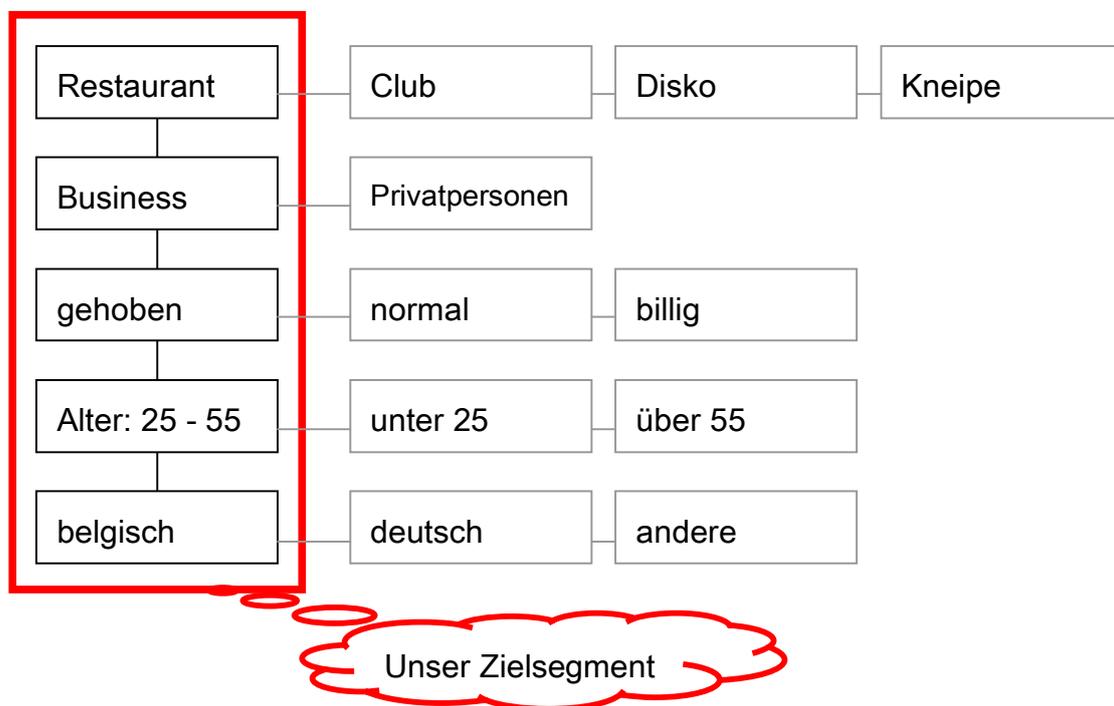
2. Die Marktanalyse

Zuerst analysierten wir den Markt in und um Darmstadt. Dazu erforschten wir das Kundenpotential und die potentiellen Mitbewerber

3. Die Markterschließung

3.1. Die Markt-Segmentierung

Dann segmentierten wir den Gastronomie-Markt mittels Kaskadenanalyse:



3.2. Kundendefinition

Wen wollen wir ansprechen:

„qualitätsbewusste, finanzstarke Unternehmer für Geschäftsessen auf hohem Niveau“

3.3. Marktpositionierung

Der Kunde soll folgendes Bild von unserem Restaurant haben:

„Dieses Restaurant ist qualitativ sehr hochwertig, besitzt ein sehr angenehmes Ambiente und bietet einen hervorragenden Service.“

Erreicht wird dies durch folgende Marketingmaßnahmen:

4. Marketingmaßnahmen/ Marketingmix

4.1. Produktpolitik

- Unsere Speisen werden nur aus Qualitätszutaten hergestellt
- Sie werden möglichst gesund zubereitet
- Sie werden angenehm dekoriert serviert
- Wir bieten belgische und deutsche Spezialitäten
- Wir bieten viele belgische Biersorten
- Und das Alles in angenehmem Ambiente

4.2. Kontrahierungspolitik

- Preise sind für ein Restaurant gehobenen Stils angemessen
- Für sein Geld bekommt der Kunde hervorragenden Service und Qualität
- Die Kunden werden in A-, B- und C-Kunden eingeteilt. Je nach Kunde werden kleine Geschenke gemacht. Das steigert die Motivation der Kunden, uns noch häufiger zu besuchen.

4.3. Distributionspolitik

- Es besteht die Möglichkeit, dass Geschäftsleute auf Bestellung geholt und wieder heimgebracht werden
- Es stehen genügend Parkplätze zur Verfügung
- Wir bieten auch einen Servierservice für größere Anlässe

4.4. Kommunikationspolitik

4.4.1. Werbung

- Kunden, d.h. Geschäftsführer von Unternehmen und Einzelunternehmer, werden direkt von uns angeschrieben und ein Termin vereinbart
- Zu diesem Termin erscheint unser Geschäftsführer persönlich
- Die Kunden werden anschließend zum Essen in unser Restaurant eingeladen
- Außerdem machen wir Werbung in regionalen Zeitungen (z.B. Darmstädter Echo, FAZ) und in Fachzeitschriften (z.B. Börsenmagazinen)
- und: wir entwickeln einen professionellen Webauftritt

4.4.2. Öffentlichkeitsarbeit

- Am Eingang steht stets eine Empfangsperson
- Es dürfen nur entsprechend gekleidete Gäste rein
- Wir bieten feinstes Ambiente

4.4.3. Verkaufsförderung

- Ständige Schulung und Weiterbildung des Personals in den Bereichen Qualität, Kundenservice und Freundlichkeit
- Die Zufriedenheit unserer Kunden steht an erster Stelle
- Wir glänzen durch unseren hervorragenden Service
- Unsere Mitarbeiter sind elegant und einheitlich gekleidet
- Der Geschäftsführer steht unseren Kunden stets zur Verfügung
- Gute Kunden werden von uns zweimal im Jahr zu einem Special Event eingeladen
- Unsere Kunden bekommen zwei mal im Jahr eine Karte, damit sie sich an uns erinnern (nicht zu Weihnachten und Neujahr!)