So heben Sie Ihr Restaurant von der Konkurrenz ab

Ein erfolgreiches Restaurant zu führen, ist eine Kunst für sich. Da kommt es nicht nur auf leckeres Essen und freundliches Servicepersonal an. Es bedarf ebenso eines durchdachten Marketings und einer fundierten Zielgruppenanalyse. Gleichzeitig muss man sich stetig weiterentwickeln, denn die Konkurrenz schläft bekanntlich nie. Eine gewisse Experimentierfreude gehört ebenfalls dazu, wenn Sie sich mit Ihrem Restaurant von anderen gastronomischen Einrichtungen abheben möchten. Doch wie genau schaffen Sie Alleinstellungsmerkmale, die durch rege Kundschaft honoriert werden? Anbei sechs Tipps.

1. Die Fähigkeiten der Mitarbeiter unter die Lupe nehmen

Die größte Expertise finden Sie für gewöhnlich in Ihrer Belegschaft. Schließlich wählen Sie Ihre Mitarbeiter nicht ohne Grund aus und genau darin liegen viele qualitative Unterschiede zwischen Restaurants begründet. So braucht es nicht nur erfahrene Mitarbeitende in der Küche, sondern auch freundliches Personal, das von der Begrüßung bis zum Bezahlen den Gästen stets mit einem Lächeln zur Seite steht. Ziehen Sie daher Ihre Mitarbeiter aktiv in Ideenfindungs- und Entscheidungsprozesse ein, um eine einheitliche kulinarische Linie, aber auch Alleinstellungsmerkmale zu identifizieren. Die gemeinsame Gestaltung motiviert und lässt alle an einem Strang ziehen. Scheuen Sie sich auch nicht, in Weiterbildungen Ihrer Angestellten zu investieren.

2. Ihre Stärken aus Sicht Ihrer

Stammgäste

Eine weitere wichtige Überlegung ist, was Ihre Stammkunden am meisten an Ihrem Restaurant schätzen. Es liegt natürlich auf der Hand, dass sie Ihr Lokal nicht bloß wegen des hübschen Ambientes aufsuchen, aber was begeistert Ihre Kundschaft eigentlich am meisten? Ist es das Essen, die günstigen Preise oder von allem etwas? Führen Sie Umfragen durch oder sammeln Sie Feedback in persönlichen Gesprächen, um herauszufinden, was sie besonders anzieht und was sie gerne verbessert sehen würden. Oft erhalten Sie dadurch auch einen Einblick darin, was Ihren Gästen an der Konkurrenz missfällt bzw. besser gefällt als bei Ihnen.

Indem Sie diese Informationen nutzen, können Sie gezielt darauf hinarbeiten, Ihre Stärken zu betonen und gleichzeitig eventuelle Schwachstellen zu verbessern.

3. Das eigene Angebot mit dem der Konkurrenz vergleichen

Untersuchen Sie, welche Angebote und Konzepte in Ihrer Umgebung bereits existieren und überlegen Sie, wie Sie sich davon abheben können. Befinden sich beispielsweise bereits drei italienische Restaurants in der unmittelbaren Umgebung, wird es schwer, ebenfalls mit typisch italienischen Gerichten zu punkten. Möchten Sie exklusiv wahrgenommen werden, könnten Alleinstellungsmerkmale darin liegen, eigene Kreationen anzubieten, z. B. hausgemachte Limonaden, eigene Salatkreationen oder ein geheimes Soßenrezept. Bei VehGro erhalten Sie alles, was Sie benötigen, um Ihren Gerichten die nötige sprichwörtliche Würze zu verleihen.

4. Die Schwächen der Mitbewerber ermitteln

Neben Ihren Mitarbeitern sind vor allem Ihre Kunden wertvolle

Feedbackgeber. Das betrifft natürlich nicht nur das eigene Angebot, sondern auch die Leistungen konkurrierender Etablissements. Bitten Sie daher um ehrliches Feedback, um nicht dieselben Fehler zu begehen wie Ihre Konkurrenten. Dies gilt umso mehr, wenn Sie um dieselbe Zielgruppe buhlen, also eine ähnliche Küche mit denselben oder vergleichbaren Gerichten anbieten.

5. Nischen finden und besetzen

In einem gastronomisch stark umkämpften Feld sind Nischen äußerst begehrt. Sie sind praktisch der Inbegriff von Alleinstellungsmerkmalen, wenngleich sie nicht unbedingt garantieren, dass mehr Gäste kommen. Dennoch ist es ungemein wichtig, für neue Ideen, Trends und Innovationen offen zu sein. Bestehen Nachfragen, die bisher noch niemand bedient hat? Wenn ja, könnte dies eine einzigartige Gelegenheit sein, Ihr Restaurant von der Konkurrenz abzuheben

Seien Sie kreativ und experimentieren Sie mit neuen Konzepten, Speisen oder Dienstleistungen, um die Bedürfnisse und Wünsche Ihrer Gäste noch besser zu erfüllen. Durch die kontinuierliche Weiterentwicklung und Anpassung können Sie sicherstellen, dass Ihr Restaurant immer auf dem neuesten Stand bleibt und seine Position als führende gastronomische Einrichtung festigt.

6. Neue Kunden ansprechen, ohne alte zu vergraulen

Selbst gut laufende Restaurants müssen sich zwangsläufig mit der Frage auseinandersetzen, wie sie ihren Kundenkreis noch erweitern können, ohne bestehende Gäste zu vergraulen. Hier kommt es vor allem auf einen cleveren Marketing-Mix an. Nutzen Sie lokale Werbemöglichkeiten, Social Media oder initiieren Sie spezielle Aktionen und Events.

Eine gut gestaltete Website und positive Bewertungen auf Online-Plattformen können ebenfalls dazu beitragen,

Aufmerksamkeit zu erregen und neue Kunden anzulocken. Denken Sie daran, Ihre Einzigartigkeit und Besonderheiten herauszustellen, um potenzielle Gäste zu überzeugen, Ihr Restaurant zu besuchen.