

Das Kreuz mit dem Stern in der Gastronomie

05.02.2018, 16:07 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Gastocon • Agentur für Gastgeber*

Presseagentur: *Gastocon • Agentur für Gastgeber*



Andreas Constantin Bartelt, Inhaber von Gastocon

Ein einzelner Stern für den Küchenchef eines gastronomischen Betriebs bringt steigende Besucherzahlen, ein einzelner Stern in der Online-Bewertung kann dagegen schnell zum Desaster werden.

Das Kreuz mit dem Stern

Ein einzelner Stern für den Küchenchef eines gastronomischen Betriebs bringt steigende Besucherzahlen, ein einzelner Stern in der Online-Bewertung kann dagegen schnell zum Desaster werden - besonders, wenn man nicht weiß, wie man damit umgehen soll.

Fast alle Restaurants oder Hotels sind heute im Internet vertreten. Mittlerweile gehören Einträge in Branchenportalen zu

einer erfolgreichen SEO-Optimierung. Ein Branchenportal ist oft mit einer Bewertungsfunktion verbunden. Wenn Sie einmal der Meinung sind, dass Sie auf einem Branchenportal ungerecht beurteilt werden, geht es darum, angemessen darauf zu reagieren.

Was tun bei einer negativen Bewertung beziehungsweise einer berechtigten oder unberechtigten Kritik?

Eine Online-Präsentation wirkt wie eine Visitenkarte. Deshalb gilt: Online- wie Offline-Präsentationen sind Chefsache. Haben Sie dafür keine Zeit, beauftragen Sie damit einen zuverlässigen und kompetenten Mitarbeiter oder - noch besser - eine Agentur mit entsprechenden Erfahrungen. Mit einer solchen Agentur zusammenzuarbeiten, hat für Sie zwei wesentliche Vorteile: Erstens zeigt der unverstellte Agenturblick von außen frühzeitig etwaige Problematiken auf, und zweitens können Ihre Unternehmenspräsentationen mit professionellen Maßnahmen optimiert werden. So bietet Gastocoon, die Agentur für Gastgeber, Service aus einer Hand. Neben Visitenkarten gestaltet diese Agentur gelungene Präsentationen auf allen Kanälen, insbesondere in den sozialen Medien.

Fünf essenzielle Fragen für erfolgreiches Marketing:

- Passt Ihre Online-Präsentation zum gewählten Gastronomie- oder Hotelkonzept?
- Verwenden Sie Ihre Corporate Identity auf allen Kanälen?
- Entsprechen die Fotomotive und der Content Ihrer Zielgruppe?
- Kommunizieren Sie eher jovial oder höflich distanziert?
- Wie gehen Sie mit positiven und negativen Bewertungen um?

Übrigens: Ein professioneller Umgang mit einer Bewertung wirkt ebenfalls wie eine Visitenkarte. Wenn Sie alles dafür getan haben, dass sich ein Gast bei Ihnen wohlfühlt, ist die Chance deutlich größer, dass er nicht nur wiederkommt und Ihr Haus empfiehlt, sondern auch, dass er es positiv bewertet. Zudem hat sich herausgestellt, dass ein Gast, der eine negative Erfahrung gemacht hat, eher eine Bewertung schreibt, als ein Gast, der zufrieden ist.

Vom Umgang mit positiven Bewertungen

Wenn das Angebot Ihres Unternehmens die Erwartungen eines Gastes erfüllt oder diese sogar übertroffen hat und er bereit ist, dies anderen im Internet mitzuteilen, bedanken Sie sich bei ihm - mindestens mit einem Like -, denn eine positive Bewertung ist keine Selbstverständlichkeit.

Vom Umgang mit negativen Bewertungen

Schlechte Bewertungen im Internet wirken sich erfahrungsgemäß sehr negativ auf die Buchungsraten eines Restaurants oder Hotels aus. Der richtige Umgang damit zeigt, dass Ihnen das Wohl Ihrer Gäste am Herzen liegt.

Vor allem rechtfertigen Sie sich nicht. Der Gast hatte ein negatives Erlebnis, das Sie nicht mehr verändern können.

Versuchen Sie, sich im Nachhinein zu verteidigen, werden sich andere User womöglich mit dem Gast solidarisieren und Ihr Unternehmen nie wieder aufsuchen. Signalisieren Sie dem Gast, dass Sie seine Kritik ernst nehmen - selbst wenn sie abstrus oder unberechtigt sein sollte. Der Gast darf auf keinen Fall den Eindruck bekommen, dass er "abgewickelt" wird. Damit keine negative Diskussion im Netz entsteht, geben Sie dem Gast eine plausible Begründung dafür, dass es sinnvoll ist, eine E-Mail an den Geschäftsführer zu schreiben und darin den Grund für seinen Unmut zu nennen. Wenn der Gast dies in Ihrer Gegenwart getan hat, können Sie sich bei ihm dafür bedanken, dass er dazu beigetragen hat, Ihren Service zu verbessern, und ihn gegebenenfalls mit einem Gutschein für einen Cocktail oder eine Kaffeespezialität belohnen. Ein heikles Thema sind Beschwerden eines Gastes in Ihrem Restaurant oder in Ihrem Hotel. Hier laufen Sie nicht nur Gefahr, dass dies andere Gäste mitbekommen, ein in den Augen des Gastes unangemessener Umgang mit seiner Reklamation könnte auch zu weiteren negativen Bewertungen führen. Hier empfiehlt es sich, sofort zu handeln. Vom Freigetränk bis zur Stornierung des Essens reicht die Bandbreite der Möglichkeiten. Wenn sich "der Chef persönlich" engagiert, wird sich der Gast besonders aufgewertet fühlen.

Um auf solche Situationen vorbereitet zu sein, kann ein professionelles Coaching eine nützliche Investition sein. Andreas Constantin Bartelt, der Geschäftsführer von Gastocoon, bietet zu Ihren Bedürfnissen passende Coachings an, die von der BAFA-Wirtschaftsförderprogramm - auch für Gastgeber -, mit mindestens 50 Prozent gefördert werden. Er zeigt Ihnen unter anderem, wie Sie zufriedene Gäste zu einer positiven Bewertung motivieren können.

Hierzu überreichen Sie ihnen beispielsweise mit der Rechnung oder nach dem Bezahlen eine kleine Karte, die einen QR-Code mit dem Direktlink zu dem für Sie wichtigsten Bewertungsportal enthält. Dabei fragen Sie, ob es ihnen in Ihrem Restaurant oder in Ihrem Hotel gefallen hat. Falls sie mit Ja antworten, bitten Sie um eine positive Bewertung. Weisen Sie dabei unbedingt auf den QR-Code hin.

Übrigens nutzen viele Gäste heutzutage WhatsApp oder Facebook, manche sogar während des Essens in einem Restaurant. In der Regel schreibt mindestens einer der Gäste nach dem Bezahlen eine positive Bewertung über Ihr Haus. Diese können potenzielle Gäste anschließend im Internet lesen. Geben Sie der Bewertung eines Gastes stets ein "Like" oder schreiben Sie dazu einen freundlichen Kommentar.

Eine Full-Service-Agentur für Hotels und Restaurants entwickelt Tools und Strategien für klassisches und virales Marketing, mit denen sich neue Gäste gewinnen lassen. Sie entwirft Prospekte, Zimmerkarten, Speisekarten sowie Homepages und verbindet sie mit allen relevanten Systemen. Außerdem erarbeitet sie Konzepte, um Sie dabei zu unterstützen, sich gegenüber Ihren Mitbewerbern optimal zu positionieren.

Andreas Constantin Bartelt von Gastocon • Agentur für Gastgeber
Tal 39, 80331 München
Telefon: 089 45225970
Besuchen Sie die Homepage von Gastocon (<https://gastocon.de/>)

Pressekontakt:

Gastocon • Agentur für Gastgeber
Herr Andreas Constantin Bartelt
Tal 39
80331 München

fon ...: 08945225970
web ...: <https://gastocon.de/>
email : info@gastocon.de

Portrait

Gastocon ist eine Full-Service-Agentur für Hotels und Restaurants. Die Agentur unterstützt Sie mit bewährten Tools sowie Strategien für Internet- und Social-Media-Marketing, schneller neue Gäste zu gewinnen.

Wir entwerfen für Sie Prospekte, Zimmerkarten, Speisekarten sowie Homepages mit einem Reservierungssystem und verbinden Ihr Hotel oder Ihr Restaurant mit internationalen Portalen.

Außerdem entwickeln wir auf Ihr Unternehmen abgestimmte Konzepte und digitalisieren Arbeitsvorgänge zur optimalen Positionierung gegenüber Ihren Mitbewerbern.

<https://www.openpr.de/news/991587/Das-Kreuz-mit-dem-Stern-in-der-Gastronomie.html>