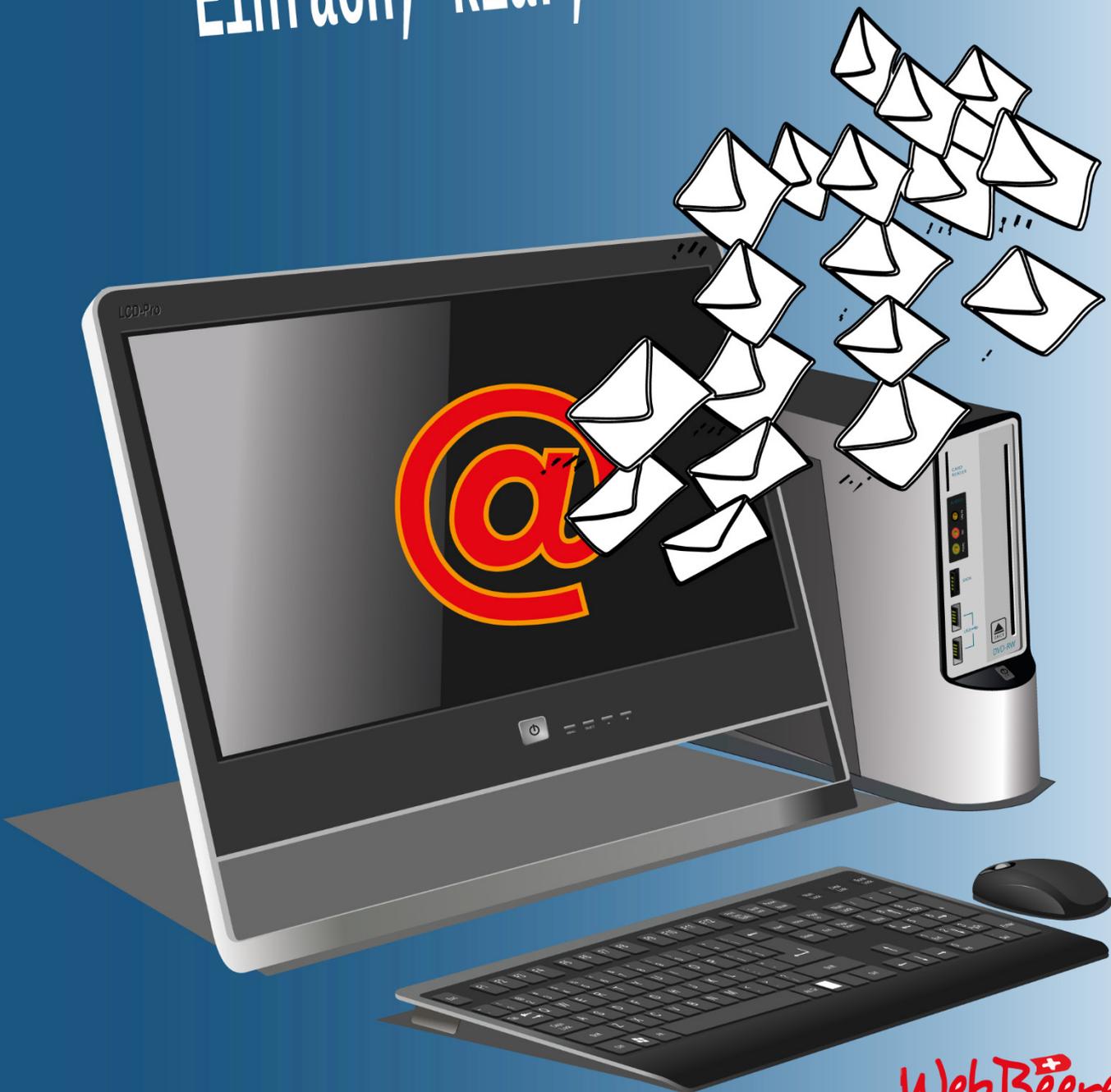


# E-Mail Marketing für Gastronomen

Einfach, klar, verständlich!



WebBeeren.ch

# Inhaltsverzeichnis

Über den Autor .....	3
Geheimtipp E-Mail-Marketing im Restaurant .....	4
Braucht es noch E-Mail-Marketing im Restaurant? .....	4
Trotz dem Social Media Hype.....	6
Also – Hier zum Abschluss noch einmal meine Tipps:.....	6
6 Tipps für erfolgreiches Email-Marketing .....	7
(1) Formulieren Sie Ihre E-Mails so, als würden Sie Ihrem Lieblingskunden schreiben. ....	8
(2) Schlichtheit und Einfachheit bringen die meisten Klicks ein. ....	8
<b>(3) Eine Handlungsanweisung pro E-Mail muss genügen.</b> ....	8
(4) Sichern Sie die Lesbarkeit Ihrer E-Mail durch Zeilenumbrüche nach 68 Zeichen. ....	8
(5) Verzichten Sie auf Personalisierung.....	8
(6) Verschicken Sie Ihre Newsletter nicht von einer no-reply@- oder einer keine-antwort@-E-Mail-Adresse. ....	8
Der E-Mail-Marketing Guide für Gastronomen.....	9
Was benötigst Du auf Deiner Website dafür?.....	10
Es gibt aber noch andere Wege E-Mail Adressen zu bekommen.....	11
Zielgruppe Bestimmen .....	12
Bleibe immer in Kontakt mit deinen Gästen, baue eine Beziehung auf zu ihnen.....	12
Erfahre mehr über deine Gäste .....	12
Wie findest Du den passenden E-Mail – Newsletter Service?.....	12
Weniger ist mehr! .....	13
Das Geheimnis der “Betreffszeile” .....	13
Wo sind die frischen Kräuter, das Salz und der Pfeffer in deinen Newsletter?.....	14
Noch ein Geheimtipp: Online E-Mail Marketing in den Feiertagen .....	14
Nicht zu unterschätzen: Online Glückwünsche und Danksagung .....	15
Disclaimer und Impressum .....	16
Haftung für Links in diesem Report.....	16
URHEBERRECHT .....	17
Wichtiger Hinweis.....	17

## Über den Autor



Gerold E. Sieber, (1965) arbeitet als freier Autor, Blogger und Internet Marketing Experte für die Gastronomie. Er ist seit 34 Jahren im Gastgewerbe tätig als Küchenchef, Food Business Analyst, Commercial Manager, Projektleiter und selbständiger Gastwirt.

Seit 2006 befasst er sich intensiv mit Online Marketing, Web Design, E-Mail-Marketing und Social Media, spezialisiert für Gastronomische Betriebe.

# Geheimtipp E-Mail-Marketing im Restaurant

Erfolg mit E-Mails hängt davon ab, wie du deine digitale Gästeliste aufbaust, wie das Fine Tuning deiner Emails und deinem Newsletter funktioniert und indem du die richtige Software auswählst um den ganzen Prozess professionell zu verarbeiten. Fast jede Marketing Idee kostet Geld und zusätzlich deine Zeit und hohes Engagement. Klar, viele Gastronomen wissen wie wichtig Marketing ist und sie geben auch eine Menge Geld dafür aus. Nur – E-Mail-Marketing ist eine einfache und recht kostengünstige Methode des Marketings. Du sprichst deine Gäste direkt an, gibst ihnen Empfehlungen, baust eine Beziehung zu ihnen auf und lässt sie wissen, was es bei dir neues gibt.

Nun denkst du bestimmt, dass dies viele andere Mitbewerber ebenfalls machen und deine E-Mails in der Masse von Werbemails untergehen. Somit könnte sich die ganze Mühe gar nicht lohnen. Nur, Marketing Experten von National Restaurant Association (NRA), welcher in den USA 500'000 Restaurants angeschlossen sind, haben in einer Studie herausgefunden, dass immer noch 67% der Restaurant E-Mails regelmässig gelesen werden und dies immer noch die Marketing Methode ist mit dem besten ROI. (Return of Invest) Als die Werbe Methode mit dem besten Kosten Nutzen Verhältnis.

**Legen wir los!**

## Braucht es noch E-Mail-Marketing im Restaurant?

Alle reden von Social Media und vergessen E-Mail. Oder braucht es das gar nicht mehr? Erfahre alles über das E-Mail-Marketing für Restaurants in diesem Beitrag!

**Zu Beginn möchte ich dir folgendes wieder einmal in Erinnerung rufen:**

1. Wenn Du die Entscheidung triffst und Werbung für Deinen Gastronomischen Betrieb schalten möchtest, ist es wichtig, dass sich diese Investition am auch lohnt.
2. Triff erst die richtige Entscheidung bezüglich Investition in Dein Marketing
3. Strategische Planung gilt auch im Beeich Marketing, egal ob Du ein exklusives Restaurant, ein Café, eine Pizzeria oder eine Bar besitzt.
4. Du als erfolgreicher Restaurant Inhaber hast bestimmt einen Marketingplan für das ganze Jahr im Voraus erstellt? Oder ist das vergessen gegangen?
5. Ok, hast Du gemacht – Beinhaltet Deine Planung auch die Kosten angepasst an Dein Budget für Werbung in den Medien / Presse, Design, und anderes? Werbematerialien können eine Menge Geld kosten, aber ein guter Marketingmix ist wichtig für das Restaurant-Marketing.
6. Aber: Vergiss dabei nicht die rasende Entwicklung neuer Medien. Das Internet als hauptsächliche Informationsquelle wird immer wichtiger, Gerade heute, wo jeder ein Smartphone besitzt und blitzschnell und überall die Suchmaschine fragt. Warum also nicht die Vorteile von Online Marketings in Deinem Betrieb auch nutzen?

7. Online-Marketing ist in jedem Fall eine Option für neue Möglichkeiten im Restaurant Marketing.
8. Aber: Hochwirksam aber fast vergessen – ist immer noch die gute alte E-Mail, auch wenn es nicht so scheinen mag. JA! E-Mail-Marketing ist immer noch hoch wirksam wenn es richtig eingesetzt wird. Und darum geht es in diesem Artikel heute.

Bist Du dir Bewusst, wie sehr E-Mail-Marketing für Dein Restaurant wichtig sein kann? Auch in unzähligen anderen Branchen wird diese Marketing-Methode immer noch gut verwendet: Sie bietet Persönlichkeit. Du bekommst damit die Möglichkeit, durchwegs, direkten Kontakt mit Deinen Gästen zu halten.

Neben der wichtigen Personalisierung, findest Du weiter unten weitere gute Gründe, warum diese Werbe-Methode nicht vergessen werden sollte:

- Senden von Emails ist preiswerter als die meisten anderen Werbe Möglichkeiten
- Emails können zu jeder Zeit des Tages gesendet werden und ganz egal von wo
- Email Nachrichten können warten, bis sie gelesen werden
- Emails sind für die direkte Verbindung mit Gästen ideal
- Dein Gast hat die Möglichkeit direkt auf Deine Email zu Antworten und sie sogar an andere weiterzuleiten
- Du kannst also sicher sein: E-Mail-Marketing für Dein Restaurant ist immer noch hochwirksam!

## Richtig gemachtes E-Mail-Marketing und Newsletter!

E-Mail-Marketing (CRM) oder Social Media Marketing (SMM)

“Früher” war alles einfacher. Seit der Explosion sozialer Netzwerke scheint das anders geworden zu sein. Bevor Social Media so bekannt wurde, haben die meisten Gäste Nachrichten regelmässiger und ausführlicher gelesen. Und ja, sie haben sich über eine E-Mail von Dir, dem Besitzer ihres Lieblings-Restaurants, gefreut.

Facebook, Google Plus, Instagram, YouTube oder Twitter spielen eine wichtigere Rolle im täglichen Leben deiner Gäste als noch vor wenigen Jahren. Auch Gastronomen haben begonnen die sozialen Netzwerke zu nutzen. Viele aber sind viel zu sehr auf die Macht der sozialen Netzwerke ausgerichtet. Und es sieht aus, Dass E-Mails und das Marketing damit, langsam vergessen gehen.

Die Kraft von E-Mail-Marketing im Restaurant oder Gastgewerbe solltest du aber nicht unterschätzen. Gerade heute, wo Jede und Jeder alles über soziale Kanäle anonym und unüberlegt verbreiten kann, bleibt der elektronische Brief immer noch persönlicher.

Die Firma BR Softech hat 2016 eine Studie durchgeführt. Die Ergebnisse haben gezeigt, dass der User am meisten soziale Netzwerke, insbesondere Facebook verwendet um mit Freunden in Kontakt zu bleiben. 96% der Internetgemeinde verwenden Facebook um mit Freunden in Verbindung zu bleiben. 93% nutzen immer noch SMS oder Messenger Dienste wie WhatsApp.

Aber, immer noch 91% der Menschheit verwendet täglich E-Mails zur Kommunikation. Vereinfacht durch die mannigfaltigen Möglichkeiten die Smartphones heute haben.

## Ihre Konkurrenz wird uns hassen!

Klick Tipp



Wir verraten warum



## Trotz dem Social Media Hype...

...öffnen auch deine Gäste heute noch ihre E-Mails. Da Rechnungen, Kontoauszüge, Benachrichtigungen von Online-Shops und im Büro in unseren E-Mail-Postfächern landet. Wusstest du, dass es aktuell über 3 Milliarden Email Adressen gibt? Profile auf Facebook und Twitter sind es lediglich 1 Mrd. Wie oft überprüfst Du noch mehrmals am Tag deine E-Mails? Genau!

Trotzdem solltest Du Social Media nicht ignorieren. besser ist es, du nutzt diese Netzwerke in Deinem Restaurant E-Mail-Marketing und sende eine Gäste auf Deine Profile bei Twitter, Instagram, auf deine Facebook Unternehmer Seite oder Dein Google Plus Page.

Also – Hier zum Abschluss noch einmal meine Tipps:

- [Hole Die Informationen im KOSTENLOSEN Video Seminar. Hier Klicken >>](#)
- [Lese und höre was Profis über E-Mail-Marketing berichten Hier Klicken >>](#)
- [Nutze auch Social Media um deine E-Mail Liste zu füllen](#)
- [Schau dass deine E-Mails und Newsletter auch auf mobilen Geräten gut aussehen.](#)



# 6 Tipps für erfolgreiches Email-Marketing

## Herzlichen Dank an Mario Wolosz, dem Gründer von [Klick-Tipp](#) für diese 6 Tipps

Der Sinn und Zweck eines guten [E-Mail-Marketings](#) besteht darin, dass die Empfänger Ihrer E-Mails auf die in den E-Mails enthaltenen Links klicken. Sie wollen sich als Website-Betreiber in die komfortable Lage versetzen, den berühmten „Traffic auf Knopfdruck“ zu erzeugen. Richtig angewendetes E-Mail-Marketing ist eine hochwertige und darüber hinaus auch absolut krisensichere Besucherquelle. Das bedeutet, dass die Zahl der Klicks aus Ihrem E-Mail-Marketing möglichst groß sein sollte.

Aber wie sollten Sie Ihr E-Mail-Marketing aufbauen, um die damit erreichte Zahl von Klicks zu maximieren?

Im Internet gibt es viele „Geld im Netz“-Websites. Vor allem auf denjenigen dieser Sites, die im englischsprachigen Raum angesiedelt sind, werden Sie hierzu immer wieder den folgenden Satz lesen: „The money is in the list“ – das Geld steckt in der Liste. Soll heißen: Je größer die Liste, desto höher die Umsätze.

Mario Wolosz, der Gründer des E-Mail-Marketing-Dienstleisters Klick-Tipp, hat hierzu eine ganz andere Meinung. Zitat: „Das Geld steckt nicht in der Liste. Wäre das der Fall, dann wären Spammer steinreich. Der Schlüssel liegt vielmehr in der persönlichen Beziehung, die Sie zu den Personen in Ihrem virtuellen Kontakt Netzwerk, das heißt auf Ihrer E-Mail-Liste, aufgebaut haben. Diesen Personen müssen Sie einen echten Mehrwert liefern, der zur Lösung eines Problems beiträgt, das ihnen auf den Nägeln brennt.“

Lassen Sie sich vor allem die letzten beiden Sätze auf der Zunge zergehen. Es kommt nicht auf die Größe der Liste an, sondern auf das Verhältnis, das Sie zu Ihren Abonnenten aufbauen. Wow!

In dem folgenden Lehrvideo stellt Ihnen Mario Wolosz sechs Tipps vor. Wenn Sie diese Tipps beherzigen, dann wird es Ihnen gelingen, zu den Personen auf Ihrer E-Mail-Liste eine vertrauensvolle persönliche Beziehung aufzubauen. Mario Wolosz diskutiert dieses Thema mit Matthias Brandmüller vor der wunderschönen Kulisse des Praia Mole in Florianópolis im Süden Brasiliens.

Klicken Sie auf den Play-Button, um das Video abzuspielen:

[Klick auf das Video-Symbol](#)



Leider ließen sich bei der Aufnahme Hintergrundgeräusche nicht vermeiden. Damit Sie der Videodarstellung trotzdem bequem folgen und die dargestellten Inhalte für Ihr E-Mail-Marketing nutzen können, habe ich das Video schriftlich zusammengefasst.

**(1) Formulieren Sie Ihre E-Mails so, als würden Sie Ihrem Lieblingskunden schreiben.**

Verfassen Sie kurze, knackige E-Mails. Fügen Sie den Link zu Ihrer Landing-Page gleich am Anfang der E-Mail ein, damit der Leser nicht scrollen muss, um den Link zu sehen. Bringen Sie Ihre Botschaft in maximal sieben Sätzen unter, ähnlich wie bei einer Kleinanzeige.

**(2) Schlichtheit und Einfachheit bringen die meisten Klicks ein.**

Vermeiden Sie bunte Newsletter-Templates. Zahlreiche Splittests haben gezeigt, dass E-Mails ohne jegliche Formatierung die meisten Klicks erbringen. Denken Sie immer daran: Würden Sie Ihrem Lieblingskunden eine E-Mail in einem professionell gestalteten Newsletter-Template schicken? Gutes E-Mail-Marketing beschränkt sich auf das Wesentliche!

**(3) Eine Handlungsanweisung pro E-Mail muss genügen.**

Geben Sie in einer E-Mail immer nur eine eindeutige, glasklare Handlungsanweisung. Sie wollen, dass Ihre Empfänger auf einen Link klicken? Dann sollte Ihre Handlungsanweisung nur aus der Aufforderung bestehen, auf den betreffenden Link zu klicken.

**(4) Sichern Sie die Lesbarkeit Ihrer E-Mail durch Zeilenumbrüche nach 68 Zeichen.**

Umbrechen Sie den Text Ihrer E-Mails stets nach jeweils 68 Zeichen. Damit stellen Sie sicher, dass Ihre E-Mails in allen E-Mail-Clients Zeile für Zeile korrekt angezeigt werden.

Bei Klick-Tipp finden Sie übrigens direkt über dem Texteingabefeld einen Link, mit dem Sie Zeilenumbrüche im gesamten E-Mail-Text nach jeweils 68 Zeichen vornehmen können. Ein Klick genügt, und die Zeilen werden in der gewünschten Weise umbrochen.

**(5) Verzichten Sie auf Personalisierung.**

Warum, das erfahren Sie im Detail in diesem YouTube-Video.

**(6) Verschicken Sie Ihre Newsletter nicht von einer no-reply@- oder einer keine-antwort@-E-Mail-Adresse.**

Ziehen wir noch einmal die Analogie zu einer E-Mail, die Sie von Ihrem Lieblingskunden bekommen. Würde Ihr Lieblingskunde Ihnen eine E-Mail schicken und dabei eine „keine-antwort@-E-Mail-Adresse“ verwenden? Wenn Sie Klick-Tipp verwenden, dann sind Sie auf der sicheren Seite. Jeder Kunde bekommt bei Klick-Tipp eine persönliche Klick-Tipp-E-Mail-Adresse. Alle Autoresponder und alle Newsletter, die Sie mit versenden, werden unter Verwendung Ihrer persönlichen Klick-Tipp-E-Mail-Adresse zugestellt. Antworten der Empfänger Ihrer E-Mails leitet Klick-Tipp postwendend an die in Ihrem Benutzerkonto hinterlegte E-Mail-Adresse weiter.

**[Besuchen Sie die Website von Klick-Tipp und informieren Sie sich darüber, wie Sie über das Internet effektiv neue Kunden gewinnen können!](#)**

# Der E-Mail-Marketing Guide für Gastronomen

Um dein gastronomisches Unternehmen erfolgreicher und dein Restaurant-Angebot per Gastronomie E-Mail Marketing bekannter zu machen, ist es wichtig zu wissen, wie E-Mail Marketing funktioniert.. Für alle Gastronomen, die sich mit E-Mail Marketing auseinandersetzen und mehr darüber erfahren wollen, haben wir ein Leitfaden vorbereitet. Du kannst es hier durchlesen, oder am Ende als Druckbare Version als PDF-Dokument herunterladen. Diesen Leitfaden speziell auf die Bedürfnisse eines gastronomischen Betriebes geschrieben, hat enorm viel Zeit und Recherchearbeit gekostet. Wir würden uns sehr freuen, wenn du diesen Beitrag oder den Link um kostenlosen Handbuch an Deine Kollegen weitergeben könntest.

Zu allererst musst du wissen, was E-Mail Marketing überhaupt bedeutet:

## Definition

E-Mail-Marketing gehört zum Bereich des Direktmarketings und arbeitet mit digitalen Nachrichten und ist somit Bestandteil des Online-Marketings und dient im Gastgewerbe dazu, die bestehenden Gästekontakte weiterhin auszubauen und zu festigen. Wie der Name schon verrät, funktioniert dies über das Versenden von Emails.

Der Einsatz von E-Mail-Marketing für einen effektiven Gästekontakt und einer zeitgemässen Kundenpflege ist heute Pflicht im gastronomischen Betrieb.

Mit diesem Marketing-Instrument stehen dir Gastronomen eine gewisse Auswahl an Tools zur Verfügung, mithilfe derer du den Gästekontakt intensiv pflegen kannst, wie zum Beispiel der Einsatz von sogenannten Aktions E-Mailings oder auch einem klassischen Newsletter. Bei den E-Mailings handelt es sich um den unregelmässigen Versand von Emails, welcher dann greift, wenn du zum Beispiel eine aktuelle Aktion oder ein Event promoten möchtest und du deine Gäste darauf aufmerksam machen willst.

Dann gibt es noch den Newsletter-Versand. Der Unterschied zu normalen E-Mailings ist hierbei, dass der Newsletter in regelmässigen Abständen an den Kundenstamm rausgeschickt wird. Dies kann einmal in der Woche oder auch monatlich geschehen. Es kommt darauf an, welche Art von Betrieb du führst und welche Informationen du mit deinen Gästen teilen möchtest. Mithilfe eines Newsletters gibst du deinen Gästen einen Überblick über die wichtigsten Geschehnisse (Wochenmenüs) oder auch bevorstehende Events, die von Relevanz für deine Gäste sind.

Ein normales Mailing oder der Newsletter enthält ausreichende Call-to-Action, was in diesem Rahmen beispielsweise Hyperlinks oder verlinkte Bilder sein können, die den Abonnenten auf die entsprechende Landing-Page des Unternehmens weiterleitet.

Buuuhhh! Jetzt wird es technisch. Kuz ein paar wichtige Begriffe verständlich formuliert:

- **Call-to-Action:** Eine Aufforderung an deinen Gast etwas zu tun. Einen Gutschein herunter zu laden, eine Reservation für einen Event zu tätigen, ein Angebot genauer anzusehen usw.
- **Landing Page:** Eine spezielle Seite auf Deiner Website bei der es NUR um dieses Angebot, Event oder diesen Gutschein geht.

- **Double Opt-In:** Wenn ein Gast sich in deine Liste einträgt, muss er seine Emailadresse bestätigen, damit bist du rechtlich auf der sicheren Seite, dass er dir die Zustimmung gibt, ihm E-Mails zu senden.

### Rechtliches

Möchtest du die Möglichkeiten des E-Mail-Marketings nutzen, gibt es eine Menge Richtlinien, besser gesagt, Rechtliche Grundlagen und Vorschriften die es zu beachten gibt. Um nicht mit Geldstrafen abgemahnt zu werden, solltest Du folgendes Beachten: Du darfst eine E-Mail wirklich nur an Gäste schicken, wenn diese ihre ausdrückliche Genehmigung hierfür gegeben haben. Dazu nutzt du am Besten das Double Opt-In Verfahren. (Siehe oben)

- **IMPRESSUMSPFLICHT:** Jede E-Mail muss dein Impressum haben. Betriebsname, Inhaber Namen, Emailadresse, Telefonnummer, Umsatzsteuer Nummer, evtl. Handelsregister Eintragsnummer.
- **ABMELDUNG:** Ebenso muss du in JEDER Email deinem Gast die Möglichkeit geben, sich mit einem Klick aus deiner Datenbank auszutragen. Nach einem Austrag ist es dir verboten diesem Gast weitere E-Mails zu senden.
- **Personen ohne deren Zustimmung NICHT hinzufügen**  
Du sollst nicht Menschen, in deine Mailing-Liste aufnehmen, die nicht zugestimmt haben. Wenn du eine Visitenkarte von einem Gast erhalten hast, bedeutet es nicht, dass er seine Zustimmung gegeben hat. Dies ist eine sensible und sogar illegale Handlungen. Sende Werbe-Mails nur denjenigen, die sich freiwillig bereit erklärt haben, diese zu empfangen.  
Wichtig zu erwähnen ist, dass du die E-Mail-Adresse, die dir anvertraut wurde, nicht missbrauchen darfst (an Dritte weiterleiten und ähnliches).  
Die E-Mail Adressen deiner Gäste darfst du nur zur direkten Vermarktung von eigenen Produkten oder Dienstleistungen verwenden.

Darüber hinaus sollte auch darauf geachtet werden, dass der Aufbau und die Gestaltung professionell und klar strukturiert werden. Wobei gerade hier scheiden sich in der heutigen Zeit die Geister. Hoch professionelle Internet Marketer verzichten bewusst auf diese Möglichkeiten sondern versuchen ihre Newsletter und Mailings so einfach wie möglich zu halten. Da aktuell mehr als 75% aller E-Mails mit einem Smartphone abgerufen werden, muss das Layout entsprechend angepasst sein.

### Wie baue ich eine Gästedatenbank auf?

Du wirst zeifelsfrei die E-Mail Adressen deiner Kunden brauchen, wenn du deinen Umsatz mit E-mail Marketing im Restaruant steigern möchtest.

An eine E-mail Adresse eines Gastes zu kommen, der zum ersten Mal dein Restaurant besucht, ist nicht ganz einfach, aber machbar.

Es ist wichtig, jede Gelegenheit zu nutzen, um Informationen über deine Gäste zu sammeln und die E-mail Adressen, die du schon früher gesammelt hast, sind ein ausgezeichnetes Werkzeug für Dein Online-Marketing.

Eine grosse Hilfe zum Sammeln von E-Mailadressen ist deine Restaurant Website. [Falls Du noch keine hast oder eine die nicht optimiert ist für mobile Endgeräte und nicht ins Jahr 2017 passt? Hier bekommst du eine. >>](#)

Was benötigst Du auf Deiner Website dafür?

Stelle sicher, dass deine Website ein sichtbares Formular hat, in der die Besucher die Möglichkeit haben ihre E-Mail-Adresse einzugeben. Auf diese Weise stimmen all diejenigen die ihre E-mail Adresse eingegeben haben zu, Newsletter zu bekommen. Absichern solltest Du dass aber mit Double Opt-In wie oben beschrieben. Nur ein Eingabefeld auf deiner Webseite reicht natürlich nicht, beim Sammeln der E-Mail-Adressen. Die meisten deiner Website Besucher suchen gewisse Vorteile, beim hinterlassen ihrer Kontaktdaten. Wenn du wirklich sehen willst, wie sich die Datenbank füllt, dann solltest du ihnen einen Schub geben. Mache kleine Geschenke. Ein Gutschein für Gratis Kaffee oder Bier, kostenlose Vorspeise, 20% Rabatt auf das nächste Essen. Die Möglichkeiten hier sind unbeschränkt.

Newsletter Marketing dient dazu, deine Gäste über Neuigkeiten im Restaurant, Bar oder auch Hotel zu informieren.

Wenn deine Restaurant-Website so ein Feld bereits hat, in dem Gäste ihre Email Adresse eingeben können, dann musst du wissen, dass dieses Feld auch sichtbar auf deiner Webseite ist. Es sollte auf der Startseite gut sichtbar sein. Der Vorteil, also das Geschenk für einen Eintrag muss ebenso klar beschrieben sein. Das Aussehen sollte sich vom rest deiner Website abheben, damit der User es sofort sieht. Hinterlasse auf jeder Seite den Hinweis zu deinem Geschenk für deinen Eintrag im Newsletter.

### Es gibt aber noch andere Wege E-Mail Adressen zu bekommen.

Ich mal für dich herumgefragt und hier ein paar Ideen anderer Gastronomen, teils sogar aus den USA oder Japan, zusammengestellt.

Gästemfrage: Mit der Rechnung bekommt der Gast eine Karte mit einer Umfrage. Diese Karten verfügen über Fragen wie: Was hat Ihnen am besten gefallen in unserem Restaurant? Was gefällt ihnen nicht und was würden Sie ändern? Zu den E-Mail Adressen kommst du, in dem die Gäste persönliche Kontaktdaten hinterlassen, auch hier geht das einfacher, wenn Du dem Gast etwas dafür bietest. Zum Beispiel: Du verlost jeden Monat/Woche ein gratis Essen unter den Umfrage Teilnehmern. Wenn du das auch ausprobieren möchtest, dann vergiss nicht einen Stift am Tisch liegen zu lassen. Während der Kellner das Rückgeld bringt, hat der Gast Zeit genug um diese Karte auszufüllen. Oder du hast einen Hinweis auf der Karte, dass er dies Zuhause auch online machen kann. Umfrage Software gibt es kostenlos im Internet und die Integration in die Website müsste von jedem erfahrenen [Webmaster](#) umzusetzen sein. Du kannst den Umfrage Trick auch nutzen, wenn Du einen Lieferservice hast. Natürlich muss auf jeder deiner Verpackungen deine URL (= Internetadresse: [www.mein-restaurant.ch](http://www.mein-restaurant.ch)) deiner Restaurant Webseite auf der Verpackung sichtbar sein und füge immer einen Flyer bei. Bitte deine Gäste deine Webseite zu besuchen und sich anzumelden, wenn sie bestimmte Rabatte auf Essen und Getränke erhalten wollen. Nutze auch Reservierungen! Online Reservierungen über deine Webseite, sind ebenso ein Garant Kontaktdaten zu erhalten.

Es gibt viele weitere Wege E-Mail Adressen zu sammeln, wichtig ist es nur die verschiedenen Wege auch zu nutzen. Der liebe Klaus aus Masujama in Japan nutzt zum Beispiel Werbung in einer Sprachschule für Japaner die Deutsch lernen wollen, um sein German House Café zu promoten. Mit Erfolg. Ein Gastronom aus den USA besitzt ein Fischrestaurant. Er lässt kleine Plastikfische vor Supermärkten und überall wo viele Menschen sind verteilen. Die Fische haben einen Hinweis, dass jeden Tag eine andere Fischfarbe gezogen wird für ein Gratis Essen. auf der Website kann man dann sehen, welcher Fisch gezogen wurde, natürlich erst nach der Registrierung für den Newsletter. Ein Kanadisches Restaurant geht noch andere Wege, es nutzt klassisch eine Zeitungsanzeige mit einem einfachen Inhalt: Ihr Kind isst bei uns kostenlos – Holen sie sich Ihren persönlichen Gutschein auf unserer Website. Bestimmt hat dich das jetzt ein wenig angeregt selber auf Ideen zu kommen. Ja, diese dürfen auch verrückt sein.

**Gib deinen Gästen also einen wirklich guten Grund, wenn du willst, dass sie dir ihre E-Mail Adresse anvertrauen.**

## Zielgruppe Bestimmen

Bestimme sorgfältig deine Zielgruppe, um damit dein Restaurant, Pizzeria, Steakhaus oder deine Bar zu promoten. Der Erfolg deines Unternehmens und die Qualität der Dienstleistungen sind eng mit der Bewertung durch deine potenziellen Kunden verknüpft. Denke zuerst über deine aktuellen Gäste nach, wer sind sie? Woher kommen sie? Was arbeiten sie? Wie alt sind sie? Du wirst sehen, dass sie sich nicht viel unterscheiden voneinander. Wahrscheinlich haben die meisten von ihnen das gleiche Hobby, Beruf, Gehalt, Alter, Gewohnheiten und ähnliches.

Falls es erforderlich ist auf Grund deiner Recherchen, erstelle spezielle Angebote oder gar Newsletter für verschiedene Gruppen von Gästen. In jedem Restaurant ist eine bestimmte Gruppe von Menschen für den größten Teil des Umsatzes verantwortlich.

**Bleibe immer in Kontakt mit deinen Gästen, baue eine Beziehung auf zu ihnen.**

Bestimmst fragst du dich: "Wie kann ich mit den Gästen die mein Restaurant toll finden in Kontakt bleiben auch wenn sie nicht bei mir im einkehren?" Eine der einfachsten Möglichkeiten, um in Verbindung zu bleiben, ist per E-Mail. Mit einer erfolgreichen Kampagne, werden die Gäste dein Restaurant und dein Angebot sicherlich nicht vergessen. Wertvoller Inhalt der Nachricht wird sie immer daran erinnern, warum sie es bei dir im Restaurant so super fanden und sie werden auch bestimmt den Wunsch hegen, dein Restaurant wieder zu besuchen.

## Erfahre mehr über deine Gäste

Erfahren mehr über das, was deine potentiellen Gäste lesen wollen in den gesendeten Newslettern und E-Mails! Stelle ihnen Fragen wie z.B: Was sie am meisten in deinem Restaurant lieben oder was sie gerne ändern würden? Wappne dich mit Antworten und Informationen, und lerne die wirklichen Interessen deiner Gäste kennen. Passe deine Speisekarte, Promotionen und exklusive Events in Übereinstimmung mit diesen Informationen an. Mache so genannte Split Tests. Wenn die Mehrheit deiner Gäste auf den Link klickt, der einen 10% Rabatt auf Cocktails verspricht oder ein Gutschein für ein kostenloses Dessert, dann weisst du was deine Gäste am meisten anzieht und desto leichter wird es sein, ein passendes Angebot für sie zu erstellen. Du kannst zwei verschiedene E-Mails, der gleichen Gruppe von Personen senden. So wirst du besser feststellen, welcher der Inhalte effizienter ist.

## Wie findest Du den passenden E-Mail – Newsletter Service?

Die Wahl eines guten E-Mail Dienstleisters, erleichtert dir die Arbeit und macht deine Bemühungen professioneller. Dein E-Mail Dienstleister, sollte zuverlässig und flexibel sein. Bevor du anfängst, E-Mails zu schreiben und zu senden, musst du dich auch mit den Funktionen deines Newsletter-Dienstes bekannt machen.

Es gibt viele von ihnen, und einige der besten findest Du hier:

[MailChimp](#) – für Anfänger sehr gut geeignet, aber du musst schon recht gut Englisch können. Der Dienst ist sehr leicht zu handhaben und kann frei für Listen von bis zu 2000 E-Mail-Adressen verwendet werden. Wichtige Funktionen bekommst du aber nur in der bezahlten Version.

[Klick-Tipp](#) ist mein absoluter Favorit für deinen Newsletter. Es ist ein Deutsches Produkt, verfügt über alle nötigen, möglichen und unmöglichen Funktionen. Zudem bietet dir dieser Anbieter wertvolle [kostenlose Seminare](#) bei denen du alle Funktionen einfach lernen kannst. Darüber hinaus kannst du bei Klick Tipp ein richtiger E-Mail-Marketing Profi werden.

[WBS – Worldsoft Business Suite](#) Dieser Anbieter bietet mehr als nur einen E-Mail Versandt. Hier bekommst du ein komplettes CRM, also ein Customer Relationship Management, ein System für die komplette Kundenverwaltung. Worldsoft ist ein Schweizer Unternehmen mit Sitz in Pfäffikon, zudem bietet das Unternehmen auch ein erstklassiges Webdesign Modul welches sich einfach und nahtlos mit dem CRM verbindet. Dies ist eine Online-Marketing Gesamtlösung.

## Weniger ist mehr!

Was ist dir lieber? 200g butterzartes Rindsfilet Steak oder 450g zähes, zu kurz gelagertes Rinderfilet-Steak? So ist es auch mit dem Versenden von Newslettern.

Langweile Deine Gäste nicht mit sinnlosen Newslettern. Es ist besser, bloss einen interessanten Newsletter mit hochwertigem Inhalt einmal in zwei Wochen zu versenden, als einen langweiligen Newsletter jede Woche. In der heutigen Zeit vom Spammern solltest du unbedingt darauf achten, dass deine Gäste nie das Gefühl bekommen, du würdest sie spammen.

Achte besonders auf sehr hochwertige Inhalte die deinem Leser auch einen Nutzen bringen. Klar, das kostet viel Zeit und Mühe, aber es zahlt sich aus. Wenn du dir nicht sicher bist was deine Kunden wirklich lesen wollen, was sie in Bezug auf dein Betrieb interessiert, dann frage sie doch einfach in einem Newsletter danach. Fragen kannst du sie immer, dies fördert die Kundenbindung sehr stark und gibt deinen Gästen das Gefühl dir wirklich wichtig zu sein. Frag gezielt:

- Wollen sie mehr über Rabattaktionen wissen?
- Wollen sie benachrichtigt werden, wenn die Wild- oder Spragelsaison beginnt?
- Möchten sie, dass du mehr Wettbewerbe machst?
- Was auch immer dir in den Sinn kommt, frage einfach. Deine Gäste werden dir die besten Antworten auf diese und andere Fragen geben.

## Das Geheimnis der “Betreffszeile”

Der Betreff jeder deiner Emails – Newsletter sollte kurz sein und zum Öffnen der Email anregen! Vergiss nicht, dass eine große Zahl von Menschen ihre E-Mail Nachrichten auf dem Smartphone lesen, diese zeigen aber lediglich bis ca 60 Zeichen an.

- “Unser Küchenchef köcht Ihr Lieblingsgericht.”
- “Sie sind zu unserer VIP-Party eingeladen.”
- “Am Montag beginnt die Spargelsaison”
- “Sind Sie schon wild auf Wild?”

- “Exklusiv für unsere Newsletter Leser!

Solche Betreffszeilen zeigen schon um was es geht und den Nutzen. Betreff der E-Mail ist der Schlüssel und sollte Anreize bieten die Email auch zu lesen. Im Online Marketing ghet es hauptsächlich um eines: “What’s in for me?” Was habe ich davon?

Ebenso wichtig, aber meistens mit wenig beachtung ist der Absender der E-Mail. Was öffnest du lieber, eine E-Mail eines Freundes oder Bekannten, oder die “noreply” E-Mail eines Unternehmens? Es ist wirklich so, 28% der Menschen öffnene eine Nachricht schneller, wenn sie sehen, dass eine ihnen bekannte Person dahinter steckt, als einfach von einem Restaurant. Nutz also lieber Küchenchef-Franz@traumrestaurant.ch oder vorname.name@superkneipe.ch für deine Newsletter oder E-Mails.

## Wo sind die frischen Kräuter, das Salz und der Pfeffer in deinen Newsletter?

Nutze Bilder. Bilder bleiben besser hängen. Für die Einladung zu einem Event, kannst du Bilder nutzen des letzten Events. Du solltest auch Bilder von neuen Gerichten die Du promoten willst mitsenden. Bilder auf dem dein freundliches Personal zu sehen ist.



Ein richtiger E-Mail Opener sind kurze Videos, damit kannst du mehr Emotionen wecken. E-Mails mit Video-Inhalten haben heute viel bessere Chancen geöffnet zu werden. Verpacke Deine Botschaft in ein Video. [Wie das geht kannst Du hier erfahren >>](#) Herr Jürgen Saladin. hilft Unternehmern dabei, Ihre Neukundengewinnung über das Internet per Video zu automatisieren. Ein echter Profi. Sein Buch gibt es für nur € 1.-

Deine Aktionen, Rabatte usw. gehören auch in deine Emails. Zahlen sind relevant für deine Gäste damit sie gleich wissen, was für sie drin ist. 10.- Gutschein, 20% Rabatt etc. Vergiss nie, dass es Leser gibt die eben ungerne lesen. sie überfliegen die E-Mail und bleiben bei den Zahlen die auf sie positiv wirken hängen.

## Noch ein Geheimtipp: Online E-Mail Marketing in den Feiertagen

Marketing Experten wissen, dass Gastronomie E-Mail Marketing besonders vor und während Feiertagen hoch effektiv ist und dir zusätzliche Umsätze garantiert. Da bin ich mit den Experten einig. Nur musst du das richtig kommunizieren. Starte wirklich Ende Oktober mit den ersten Emails an die Datenbank Einträge die eine Firma haben. Eventuell gelingt es dir mehrere davon zu überzeugen, ihr Weihnachtssessen bei dir zu buchen. Für alle geeignet sind natürlich deine Infos für ein echt leckeres Weihnachtssessen, oder die Sylvester Party mit gratis Cocktail oder gratis Neujahrs-Sekt exklusiv für Newsletter Leser. Andere lieben Coupons und Rabatte, Geschenke und Überraschungen, vor allem in der Ferienzeit!

Während den Ferien sollten deine Nachrichten kurz und emotional mit Bildern sein. Die Meisten, heute fast 75% lesen während der Ferienzeit E-Mails auf dem Smartphone. Denke darüber nach oder verwende einen E-maildienstleister der deine Emails automatisch für Handys optimiert.

Im Februar kommt der Valentinstag! Welches erotische Menü für Paare willst du anbieten? Vergiss nicht deine Gäste darüber zu informieren. Hier eignet sich ein sogenannter Event Newsletter der deine Gäste 2 Wochen, 5 Tage und 1 Tag vor dem Event an dein Angebot erinnert. Wie wäre es da mit einem Frühbucher-Rabatt? Du kannst solche Event-Letter auch für alle anderen Events nutzen. Fast alle E-Mail-

Dienst Anbieter haben diese Funktion. Du schreibst die 3 E-Mails und sagst wann sie gesendet werden sollen. Der Rest übernimmt das Email-System.

### Nicht zu unterschätzen: Online Glückwünsche und Danksagung

Danke deinen Gästen für das langjährige Vertrauen, gratuliere ihnen zum Geburtstag und wünschen ihnen frohe Ostern, besinnliche Weihnachten und einen guten Rutsch. In diesen Emails solltest du auf Angebote verzichten und dich wirklich nur der Dankbarkeit hingeben.

Du zeigst damit deinen Gästen, dass du sie wahrnimmst, sie schätzt und sie dir wichtig sind. Eine Geburtstags E-Mail darf natürlich ein Geschenk enthalten. (Aber ehrlich – bei Geburtstagen ist es viel wirksamer eine echte Karte per Post zu senden, handgeschrieben. Das ist persönliche Gast-Pflege) Und vergiss nie: Baue eine Beziehung zu deinen Gästen auf, eine Beziehung die auf Vertrauen baut.

Also leg jetzt los! Und vergiss nicht, mir über deine Erfolge zu berichten oder mich bei Schwierigkeiten zu fragen.

## Disclaimer und Impressum

Quelle: erstellt mit dem Impressum-Generator Freiberufler von eRecht24.

Haftungsausschluss:

Haftung für Inhalte dieses Reports

Die Inhalte dieses eBooks wurden mit größter Sorgfalt erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte können wir jedoch keine Gewähr übernehmen. Als Diensteanbieter sind wir gemäß § 7 Abs.1 TMG für eigene Inhalte auf diesen Seiten nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich. Nach §§ 8 bis 10 TMG sind wir als Diensteanbieter jedoch nicht verpflichtet, übermittelte oder gespeicherte fremde Informationen zu überwachen oder nach Umständen zu forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen. Verpflichtungen zur Entfernung oder Sperrung der Nutzung von Informationen nach den allgemeinen Gesetzen bleiben hiervon unberührt. Eine diesbezügliche Haftung ist jedoch erst ab dem Zeitpunkt der Kenntnis einer konkreten Rechtsverletzung möglich. Bei Bekanntwerden von entsprechenden Rechtsverletzungen werden wir diese Inhalte umgehend entfernen.

### Haftung für Links in diesem Report

Unser Angebot enthält Links zu externen Webseiten Dritter, auf deren Inhalte wir keinen Einfluss haben. Deshalb können wir für diese fremden Inhalte auch keine Gewähr übernehmen. Für die Inhalte der verlinkten Seiten ist stets der jeweilige Anbieter oder Betreiber der Seiten verantwortlich. Die verlinkten Seiten wurden zum Zeitpunkt der Verlinkung auf mögliche Rechtsverstöße überprüft. Rechtswidrige Inhalte waren zum Zeitpunkt der Verlinkung nicht erkennbar. Eine permanente inhaltliche Kontrolle der verlinkten Seiten ist jedoch ohne konkrete Anhaltspunkte einer Rechtsverletzung nicht zumutbar. Bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen werden wir derartige Links umgehend entfernen.

## URHEBERRECHT

Dieses eBook darf in diesem Originalzustand frei kopiert und weitergegeben werden. Der Änderung des Inhalts sowie der Anpassung, Veränderung und Entfernung von Links wird widersprochen.

### Wichtiger Hinweis

Der Inhalt dieses eBooks erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Weitere Informationen erhalten Sie auf <http://www.webbeeren.ch>