

Inhalte

Gastronomisches Waren-Marketing

1. Standortanalyse
2. Zielpublikum
3. Öffnungszeiten
4. Konkurrenz
5. Sortiment & Speisekarte
6. Warenbedarfsanalyse
7. Technische Voraussetzungen
8. Personalkonzept
9. Angebots- und Rezeptursystematik
10. Kalkulation
11. Kontrolle

Unternehmerische Überlegungen

Was will ich?

Was will ich tun?

Wie will ich es tun?

Wann will ich es tun?

1. Standortanalyse

- Lage des Betriebes
- Kaufkraftstruktur
- Ambiente
- Kundenstruktur
- Bisherige Umsätze
- Strukturelle Maßnahmen

2. Zielpublikum

- Frühstück
- Mittagsgeschäft-Verköstigungsgastronomie
- Imbiss und Zwischenmahlzeiten
- Abendgeschäft mit Erlebnisgastronomie
- Kundenkaufkraft
- Geschäftsleute, Stammpublikum, Senioren, Jugendliche
- Laufkundschaft

3. Öffnungszeiten

- abhängig von den vorhergehenden Entscheidungen

4. Konkurrenz

- Sortimentspalette
- Preisgestaltung
- Gästestruktur
- Ambiente

Unternehmensgruppe Lippert

www.getraenke-lippert.de

5. Sortiment

- ortsübliches Angebot
- trendorientiert
- jugendlich- und seniorengerechtes Angebot
- spezialisiertes Angebot
- Aktionen

6. Warenbedarfsanalyse

- Frischeprodukte und Conveniencegrad (anteilig)
- Lagerumsatzgeschwindigkeit
- Lagerfähigkeit
- Lagermöglichkeiten, Trocken-und Kühllagerung
- Planzeit für Aktionen
- Einkaufskompetenz

7. Technische Voraussetzungen

- Räumliche Möglichkeiten
- Moderne rationale Technik und multifunktionaler Nutzen
- Funktionelle Anbindung an die Gasträume
- Ausgabe -und Rücklauffluss
- Energie-Einsatz

8. Personalkonzept

- Qualifikation von Fachpersonal, Hilfs-und Anlernkräfte
- Personaleinsatzplanung

9. Angebots-und Rezeptursystematik

- Dispositionsmittel konventionell oder EDV-gesteuert
- Einbindung in das Kassensystem
- Mengenrezepturen
- Anrichtevorgaben

Unternehmensgruppe Lippert

www.getraenke-lippert.de

10 Kalkulation und VK-Preise

- Kalkulationsblätter
- Deckungsbeitragsrechnung
- Festlegung des Wareneinsatzes und Lagerzins
- K/1 und K/2 Abweichungen
- Konkurrenzfähigkeit
- sind die Preise erzielbar?

11. Kontrolle

- Kontrollinstrumente
- Rezepturen
- Inventuren
- Kontrolle über Registrierkasse