

Whitepaper: Online-Tipps für Restaurants

Dieses Whitepaper sowie weitere Empfehlungen finden Sie unter <http://sonjagottschalk.de>.

Kontakt: info@sonjagottschalk.de

Dieses Whitepaper soll Gastronomen als Hilfestellung dienen, die ihren Internetauftritt und ihre Marketingaktivitäten im Internet optimieren möchten und die folgenden Ziele verfolgen:

- Reservierungen bzw. Bestellungen über die Webseite erzielen
- Die Bekanntheit steigern und einen größeren Kreis potenzieller Gäste erreichen
- Relevante Informationen benutzerfreundlich online verfügbar machen

Die Grundlagen dieses Whitepapers sind im Seminar „Online Marketing & SEO“ im Fachbereich Web Design & Web Development am SAE Institute in Köln entstanden.

Inhalte

1	Einleitung.....	3
2	Welche Inhalte sollten auf Ihrer Restaurantwebseite nicht fehlen?.....	3
2.1	Ihr Alleinstellungsmerkmal	3
2.2	Vertrauensbildende Maßnahmen	3
2.3	Ihre Speisekarte oder ein Auszug daraus.....	3
2.4	Erreichbarkeit	4
2.5	Bilder	4
2.6	Reservierungsmöglichkeiten	5
2.7	Gutscheine	5
2.8	Jobs und Karriere	5
2.9	Impressum	5
2.10	Sonstige Vorteile	5
3	Gestaltung.....	6
3.1	Achten Sie auf den sichtbaren Bereich.....	6
3.2	Optimieren Sie Ihre Seite für Handys.....	7
3.3	Erstellen Sie komfortable Speisekarten	7
3.4	Verzichten Sie auf „Intro-Seiten“	7
3.5	Halten Sie wichtige Wege auf Ihrer Webseite kurz.....	8
3.6	Die optische Gestaltung	8
4	Reservierungen generieren	8

Whitepaper: Online-Tipps für Restaurants

Dieses Whitepaper sowie weitere Empfehlungen finden Sie unter <http://sonjagottschalk.de>.

Kontakt: info@sonjagottschalk.de

5	Marketing und Neukundengewinnung	9
5.1	Werden Sie auffindbar in Suchmaschinen.....	9
5.2	Verstecken Sie keine wichtigen Texte in Bildern	9
5.3	Legen Sie fest, wann Sie in Suchmaschinen gefunden werden wollen	10
5.4	Optimieren Sie Ihre Überschriften, Ihre Seitentitel und die Beschreibungen Ihrer Unterseiten	10
5.5	Halten Sie sich an die Empfehlungen von Google.....	10
5.6	Testen Sie Google AdWords	10
5.7	Nutzen Sie ortsbasierte Dienste	11
5.8	Nutzen Sie Social Media - Facebook, Pinterest und/oder ein Blog.....	11
5.9	Nutzen Sie Restaurantportale und lokale Verzeichnisse.....	11
5.10	Lassen Sie Ihren Erfolg für sich sprechen	12
5.11	Werden Sie selbst kreativ!	12
6	Ein letzter Tipp: Analysieren Sie Ihre Erfolge!	12

Whitepaper: Online-Tipps für Restaurants

Dieses Whitepaper sowie weitere Empfehlungen finden Sie unter <http://sonjagottschalk.de>.

Kontakt: info@sonjagottschalk.de

1 Einleitung

Die Empfehlungen dieses Whitepapers beziehen sich auf die Bereiche:

- Inhalte Ihrer Webseite
- Gestaltung Ihrer Webseite
- Generierung von Reservierungen oder Bestellungen
- Marketing

2 Welche Inhalte sollten auf Ihrer Restaurantwebseite nicht fehlen?

2.1 Ihr Alleinstellungsmerkmal

Schreiben Sie in einem Satz oder in Stichpunkten, was Ihr Restaurant zu etwas Besonderem macht. Bei <http://ladifference.de> haben wir z.B. ein schönes Beispiel. („Französisch-mediterrane Küche mit maghrebinischen Akzenten“)

2.2 Vertrauensbildende Maßnahmen

Neue Gäste wollen vorab wissen, ob es bei Ihnen schmeckt und ob die Atmosphäre stimmt. Um ihnen diese Informationen zu liefern, gibt es eine ganze Reihe an Möglichkeiten, die Sie nutzen können - z.B. Gästebücher, Bewertungen aus Google Places, Qype, Prinz & Co., Presseberichte oder Auszeichnungen, die Ihr Restaurant vielleicht erhalten hat.

2.3 Ihre Speisekarte oder ein Auszug daraus

Je mehr Informationen Sie Ihren potenziellen Gästen bieten, desto besser. Findet ein Kunde nicht die Informationen, die er sucht, ist es wahrscheinlicher, dass er sich nicht für Ihr Restaurant entscheidet, als dass er Sie anruft und die gewünschte Information erfragt. Die Besucher Ihrer Webseite werden auch dankbar dafür sein, wenn sie Preise auf Ihrer Webseite finden.

Stets aktuell gehaltene Mittags- bzw. Wochenkarten bieten den Gästen Orientierung, die sich spontan für einen Besuch Ihres Restaurants entscheiden.

Whitepaper: Online-Tipps für Restaurants

Dieses Whitepaper sowie weitere Empfehlungen finden Sie unter <http://sonjagottschalk.de>.

Kontakt: info@sonjagottschalk.de

2.4 Erreichbarkeit

Öffnungszeiten, Kontaktmöglichkeiten und eine Anfahrtsbeschreibung sollte man selbstverständlich auf Ihrer Homepage finden. Eine zusätzliche Hilfe sind Angaben zur Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Informationen zu eventuellen Parkmöglichkeiten oder die Einbindung eines Routenplaners.

2.5 Bilder

Nichts gibt die Atmosphäre Ihres Restaurants so gut wieder wie Bilder oder ein Videos. Darum sollten Sie darauf keines Falls verzichten. Achten Sie darauf, dass Ihre Bilder groß genug sind, um die auf dem Bild gezeigten Details erkennbar zu machen. Ebenso sind „lebendige“ Bilder dem Stilleben ohne Gäste vorzuziehen. Mit Gästen wirkt Ihr Restaurant gut besucht, was indirekt auf hohen Genuss und angenehme Atmosphäre schließen lässt. Darüber hinaus können sich Ihre Gäste eher ein Bild über die Zielgruppe Ihres Restaurants machen.

Folgende Bildinhalte helfen Ihren Gästen, sich einen besseren Eindruck Ihres Restaurants zu machen:

- **Die Außenansicht:** Sie hilft neuen Gästen, Ihr Restaurant von außen wieder zu erkennen, wenn Sie das erste Mal Gast bei Ihnen sind.
- **Die Innenansicht:** Zeigen Sie Bilder zur Mittags- und Abendzeit, damit sich die Gäste ein Bild der Atmosphäre am Tag und abends machen können.
- **Die Speisen:** Natürlich müssen Sie nicht alle Speisen fotografieren. Ein gutes Foto von perfekt angerichteten Speisen kann jedoch einerseits Lust darauf machen, einen Tisch bei Ihnen zu reservieren. Andererseits können sich Ihre Gäste so ein gutes Bild über die Größe der Speisen machen, was für einige sicher eine Hilfe ist.
- **Die Küche:** Es ist keine Kunst, Bilder einer sauberen Küche zu fotografieren, in der gerade niemand arbeitet. Zeigen Sie Ihren Gästen, dass Ihre Mitarbeiter mit Leidenschaft arbeiten und auch beim regulären Arbeitsbetrieb kein Chaos in Ihrer Küche ausbricht und präsentieren Sie Ihren Gästen Bilder Ihrer Küche mit Ihrem Personal.
- **Die Mitarbeiter:** Zentrale Mitarbeiter wie z.B. Köche, Inhaber usw. können Sie mit ein paar persönlichen Informationen online veröffentlichen. Hat Ihr Koch z.B. besondere Referenzen, sollten Sie die hier aufführen.

Whitepaper: Online-Tipps für Restaurants

Dieses Whitepaper sowie weitere Empfehlungen finden Sie unter <http://sonjagottschalk.de>.

Kontakt: info@sonjagottschalk.de

- **Bilder von Events:** Sofern man bei Ihnen Veranstaltungen ausrichten kann, sind auch hiervon ein paar beispielhafte Fotos wünschenswert.

2.6 Reservierungsmöglichkeiten

Sicher haben Sie Ihre Gäste jetzt schon fast überzeugt. Für Sie sollte das wichtigste Ziel Ihrer Webseite jedoch sein, dass Ihre Gäste nun auch tatsächlich einen Tisch reservieren. Daher sollten die Reservierungsmöglichkeiten einfach und komfortabel und jederzeit verfügbar sein. Das bedeutet, dass Ihre Telefonnummer mit einer Angabe der Erreichbarkeit dauerhaft auf Ihrer Webseite zu sehen sein sollte. Es gibt nichts Enttäuschenderes als unzählige fehlgeschlagene Anrufe bei einem Restaurant, bis endlich die Reservierung zustande kommt. Tools wie Opentable u.ä., die Ihren Besuchern Onlinereservierungen ermöglichen (s. Punkt 4: „Reservierungen generieren“), können Ihnen hier eine große Hilfe sein.

2.7 Gutscheine

Wenn man bei Ihnen Geschenkgutscheine erwerben kann, ist es eine große Hilfe, wenn man diese auch online bestellen und bezahlen kann und sie dann per E-Mail zugesendet bekommt. Falls Ihre Webseite über keine entsprechenden Funktionen verfügt, mit denen das möglich wäre, können Sie das über die Integration von Anbietern wie yovite.com lösen.

2.8 Jobs und Karriere

Wenn Sie Personal suchen, können Sie dies ebenfalls zusammen mit den jeweiligen Ansprechpartnern für Bewerber auf Ihrer Webseite veröffentlichen.

2.9 Impressum

Das Impressum zählt zu den Pflichtangaben auf Webseiten und sollte von jeder Unterseite aus mit einem Klick zu erreichen sein.

2.10 Sonstige Vorteile

Alle weiteren Informationen, die einen Mehrwert für Ihre Gäste bieten, sollten natürlich auch auf Ihrer Homepage zu finden sein.

- **Allergiker:** Können Sie sich auf Bedürfnisse von Allergikern einrichten? Dann erwähnen

Whitepaper: Online-Tipps für Restaurants

Dieses Whitepaper sowie weitere Empfehlungen finden Sie unter <http://sonjagottschalk.de>.

Kontakt: info@sonjagottschalk.de

Sie das auf Ihrer Webseite. Ca. 10% aller Deutschen leider unter Nahrungsmittelallergien (Quelle: <http://dgg.de/gesundheits/allergie-haut/allergien/nahrungsmittelallergien-i.html>). Ihre Gäste werden froh sein, wenn Sie sich darauf einrichten können.

- Ist Ihr Restaurant für Personen mit Gehbehinderung geeignet? Falls das der Fall ist, sollten Sie es erwähnen.
- **Kinder:** Bieten Sie spezielle Leistungen für Familien mit Kindern an? Vielleicht neben dem obligatorischen Hochstuhl und dem Kinderteller auch eine Spielecke o.ä.?
- **Saisonale Aktionen:** Genau wie die Speisekarte gehören auch Informationen zu saisonalen Aktionen und den Teilnahme- bzw. Reservierungsmöglichkeiten auf Ihre Webseite.
- **Zahlungsmöglichkeiten:** Die meisten Gäste werden davon ausgehen, dass Sie bei Ihnen bar, mit EC- oder Kreditkarte zahlen können. Dennoch ist es hilfreich, das auf Ihrer Webseite zu erwähnen.
- **Zusätzliche Angebote:** Egal ob Gänsetaxi oder Pommes - wenn Sie einen Lieferdienst anbieten, sollten Sie das direkt zusammen mit der Bestellmöglichkeit auf Ihrer Webseite einbinden. Dienste wie lieferheld.de, lieferando.de u.ä. können Ihnen hierbei die Arbeit erleichtern.
- **Catering:** Falls Sie Cateringdienste anbieten gehören weitere Informationen auch auf Ihre Webseite.
- **Veranstaltungen:** Sofern Sie über Veranstaltungsräume verfügen, sind hiervon Fotos und Größenangaben der Räume wünschenswert. Ein Hinweis, wie lange im Voraus eine Buchung erfolgen sollte, ist hier - ebenso wie bei der Tischreservierung - hilfreich.

3 Gestaltung

Die Gestaltung Ihrer Webseite kann die Anzahl der Reservierungen beeinflussen, die Sie über Ihre Webseite erzielen. Hierbei gibt es einige wesentliche Punkte zu beachten.

3.1 Achten Sie auf den sichtbaren Bereich

Der sichtbare Bereich ist der Bereich, den Sie sehen, wenn Sie eine Webseite besuchen, ohne dass Sie scrollen müssen. Bei den meisten Desktop-PCs und auf den meisten Tablets ist dieser Bereich mindestens 849 x 507 Pixel groß. Die wichtigsten Inhalte müssen also in diesem Bereich untergebracht werden:

Whitepaper: Online-Tipps für Restaurants

Dieses Whitepaper sowie weitere Empfehlungen finden Sie unter <http://sonjagottschalk.de>.

Kontakt: info@sonjagottschalk.de

- Das Logo und der Name Ihres Restaurants
- Ihr Alleinstellungsmerkmal
- Ein Link zur Online-Tischreservierung
- Ihre Telefonnummer
- Ihre Adresse
- Auszeichnungen, die Ihr Restaurant erhalten hat

3.2 Optimieren Sie Ihre Seite für Handys

Vereinbaren Sie mit der Agentur, die Sie bei der Erstellung und Pflege Ihrer Webseite unterstützt, dass die o.g. Inhalte auch auf Handy sofort sichtbar sind.

Darüber hinaus sollten Sie Pop-Up-Fenster vermeiden, da diese auf Handys oft falsch dargestellt werden oder nicht weggeklickt werden können.

3.3 Erstellen Sie komfortable Speisekarten

Es ist „ganz nett“ und ausreichend (das entspricht Schulnote 4), wenn Sie nur ein PDF mit Ihrer Speisekarte online bereitstellen. Sehr gut wird das Webseitenerlebnis nur, wenn man als Besucher kein separates Dokument herunterladen muss, sondern wenn die Speisekarte einfach direkt auf Ihrer Webseite in Textform verfügbar ist.

3.4 Verzichten Sie auf „Intro-Seiten“

Viele Restaurants haben - wie es zu Anfang dieses Jahrhunderts noch in Einzelfällen „modern“ war - separate Intro-Seiten, auf denen man zuerst ein Foto des Restaurants oder eine Animation sieht. Erst auf der Folgeseite kann man die eigentlichen Inhalte der Webseite anschauen.

Diese Seiten können dazu führen, dass Sie als Gastronom Geld verlieren. Und zwar aus folgenden Gründen: Auf Animationen - insbesondere Flashinhalte - sollten Sie grundsätzlich verzichten, denn diese können auf mobilen Endgeräten (Handys, iPads usw.) nicht dargestellt werden. Sie funktionieren einfach nicht. Wenn Ihre Gäste den Eindruck haben, dass Ihre Webseite nicht funktioniert, werden Sie die Webseite verlassen anstatt einen Tisch zu reservieren. Darüber hinaus sind diese Seiten für den Benutzer lästig, weil man als Besucher Informationen zum Restaurant erwartet und stattdessen nur ein Bild zu sehen bekommt. Diesen zusätzlichen Klick zur Homepage sollten Sie Ihren Besuchern ersparen. Jeder weitere Klick, den Ihre Besucher machen müssen, könnten sie auch seinlassen.

Bedenken Sie auch den folgenden Fall: Ein Gast, der gerade auf dem Weg zu Ihnen ist, öffnet Ihre Webseite auf dem Handy, um sich zu vergewissern, dass die Adresse stimmt, die er sich notiert hat. Dieser Gast wird sich über eine Webseite, die schnell geladen ist und auf der er sofort diese Infos findet, sehr glücklich sein.

Whitepaper: Online-Tipps für Restaurants

Dieses Whitepaper sowie weitere Empfehlungen finden Sie unter <http://sonjagottschalk.de>.

Kontakt: info@sonjagottschalk.de

3.5 Halten Sie wichtige Wege auf Ihrer Webseite kurz

Denken Sie gut darüber nach, welche Informationen auf Ihrer Webseite wichtig sind, und machen Sie diese jederzeit mit einem Klick von jeder Unterseite aus erreichbar. Was wichtig bedeutet? Wichtig ist für Sie alles, wodurch Sie Geld verdienen könnten: die Tischreservierung, die telefonische Anfrage usw.

3.6 Die optische Gestaltung

Genau wie bei der Zubereitung der Speisen dürfen Sie Ihrer Kreativität hier relativ freien Lauf lassen. Falls Sie nicht kreativ werden wollen, beschränken Sie sich auf ein schlichtes, elegantes Layout, oder holen Sie sich Unterstützung von einem Webdesigner. Hat Ihre Webseite einen guten optischen Eindruck bei Ihren Besuchern hinterlassen, dürfen Sie davon ausgehen, dass sich dieses positive Bild auf die Grundeinstellung Ihnen gegenüber übertragen wird.

Seiten, die lieblos gestaltet sind und vor fünf Jahren das letzte Mal optimiert oder aktualisiert wurden, brauchen dringend eine Überarbeitung. Je höher der Anspruch an Ihre Kochkünste ist, desto höher sollte auch Ihr Anspruch an ein gutes Design Ihrer Webseite sein.

4 Reservierungen generieren

Machen Sie es sich und Ihre Gästen einfach. Bieten Sie Ihren Gästen die Online-Reservierung an.

Es gibt verschiedene Online-Dienste, über die Sie das erledigen können. Sie geben dort jeweils ein Kontingent an Tischen an, die online reserviert werden können und müssen nach dem Einbinden eines Links in Ihre Webseite nur noch auf den Eingang der Reservierungen warten.

Für Ihre Gäste ist solche eine Lösung ebenfalls komfortabel, da sie rund um die Uhr einen Tisch reservieren können und die sofortige Bestätigung bekommen, ob ihr Reservierungswunsch erfüllt werden kann. Viele dieser Dienste sind auch für die Nutzung über mobile Endgeräte optimiert.

Ein paar dieser Dienste sind hier beispielhaft aufgeführt:

Anbieter	Monatliche Kosten	Kosten pro Reservierung	Weitere Infos
http://livebookings.de	ab € 39,00	Auf Anfrage	Online Demo unter http://livebookings.de/Mehr
www.opentable.de	Auf Anfrage	Auf Anfrage	
www.gastronovi.de	Entweder 69,00 € pro Monat	Oder pro Reservierung 0,49 €	http://www.gastronovi.de/office/preise

Whitepaper: Online-Tipps für Restaurants

Dieses Whitepaper sowie weitere Empfehlungen finden Sie unter <http://sonjagottschalk.de>.

Kontakt: info@sonjagottschalk.de

www.resmio.de	0,00 €	0,50 € bis 1,50 € pro Reservierung	30 tages kostenloser Testzugang
www.mytable.com	60€ pro Monat		http://content.mytable.com/de/ihr-angebotspaket/

Viele der o.g. Systeme verfügen über zusätzliche Dienste, über die Sie Ihren Gästen auf Wunsch Geschenkgutscheine oder Sonderaktionen u.v.m. anbieten können.

Onlinedienste wie lieferheld.de und lieferando.de erleichtern Ihnen die Abwicklung von Bestellungen über das Internet, wenn Sie einen Lieferdienst anbieten.

5 Marketing und Neukundengewinnung

Über die o.g. Reservierungstools ist es teilweise auch möglich, die Aufmerksamkeit neuer Gäste auf Ihr Restaurant zu lenken. Im Folgenden werden Ihnen weitere Möglichkeiten vorgestellt, über die Sie Ihre Zielgruppe erweitern und online bekannter werden können.

5.1 Werden Sie auffindbar in Suchmaschinen

Damit Google und andere Suchmaschinen Ihre Webseiten finden und richtig in den Suchergebnissen anzeigen, muss Ihre Webseite die Worte, bei deren Suche Sie bei Google gefunden werden möchten (im Folgenden „Keywords“ genannt) auch enthalten. Und zwar als Text. Google funktioniert im Grunde sehr einfach: Google liest den Text auf Ihrer Webseite und den Text auf Webseiten, die Links zu Ihrer Webseite enthalten, und zeigt Ihre Webseite dann in Abhängigkeit davon in den Suchergebnissen an. Ein Beispiel soll das weiter verdeutlichen: Wenn „Vitello tonnato“ zu Ihren Spezialitäten zählt und Google dieses Wort auf Ihrer Webseite findet, werden Sie wahrscheinlich in den Google-Ergebnissen irgendwo angezeigt, wenn jemand nach „Vitello tonnato“ bei Google sucht. Auf welcher Position Ihre Webseite allerdings in Google erscheint, hängt von vielen weiteren Kriterien ab, die den Rahmen dieses Whitepapers sprengen würden. Daher gehen wir im Folgenden auf die Faktoren ein, die Sie selbst sehr einfach beeinflussen können.

5.2 Verstecken Sie keine wichtigen Texte in Bildern

Google ist eine Maschine und Google ist bezogen auf Bilder „blind“. Alle Texte, die in Bildern auf Ihrer Webseite vorkommen, kann Google nicht lesen, weil es keine reinen Texte (sondern eben Bilder) sind, die wie Texte aussehen. Google kann mit Texten in Bildern ebenso wenig anfangen wie ein Blinder mit den Untertiteln in einem Stummfilm. Also schreiben Sie wichtige

Whitepaper: Online-Tipps für Restaurants

Dieses Whitepaper sowie weitere Empfehlungen finden Sie unter <http://sonjagottschalk.de>.

Kontakt: info@sonjagottschalk.de

Texte immer als Text auf Ihre Webseite oder ggf. beides.

5.3 Legen Sie fest, wann Sie in Suchmaschinen gefunden werden wollen

Überlegen Sie, welche Keywords Ihre potenziellen Gäste bei Google suchen würden, wenn Sie Interesse an Ihrem Restaurant haben.

Sicherlich passt immer das Keyword „Restaurant in XXX (Statt XXX setzen Sie dann bitte Ihre Stadt ein.)“.

Die kulinarische Ausrichtung wird sicherlich auch gesucht (z.B. „Asiatisch essen in Köln“).

Das folgende Tool von Google kann Ihnen helfen herauszufinden, welche Keywords wie oft bei Google gesucht werden: <http://adwords.google.com/keywordplanner>.

5.4 Optimieren Sie Ihre Überschriften, Ihre Seitentitel und die Beschreibungen Ihrer Unterseiten

Verwenden Sie überall Texte, die die Inhalte Ihrer Webseite treffend beschreiben. Schreiben Sie die Keywords, die für Sie wichtig sind, in Ihre Texte. Denken Sie dabei allerdings nicht nur an Google, sondern auch an Ihre Gäste, und übertreiben Sie die Optimierung der Texte nicht.

5.5 Halten Sie sich an die Empfehlungen von Google

In diesem Dokument erfahren Sie, welche Dinge Sie beachten müssen, um eine Webseite zu erstellen, die gut von Google gelesen und gefunden werden kann:

<https://static.googleusercontent.com/media/www.google.de/de/de/webmasters/docs/einfuehrung-in-suchmaschinenoptimierung.pdf>

Dieses Dokument enthält viele wertvolle technische Tipps, die Sie an Ihren Webmaster weitergeben können.

5.6 Testen Sie Google AdWords

Mit Google AdWords können Sie gezielt Nutzer ansprechen, die in Ihrer Umgebung nach Ihrem oder ähnlichen Restaurants suchen. Sie können auch bei Suchbegriffen in Google sichtbar werden, bei denen Sie bisher nicht erscheinen. In Google AdWords können Sie ganz einfach Textanzeigen erstellen, die rechts neben den üblichen Suchergebnissen erscheinen. Wenn jemand auf diese Anzeige klickt, zahlen Sie einen vorher festgelegten Betrag.

Das sind nur einige der Möglichkeiten, die Ihnen Google AdWords bietet. Sie werden selbst nach der kostenlosen Anmeldung erfahren, welche weiteren Möglichkeiten Ihnen Google bieten kann, um weitere Zielgruppen anzusprechen.

Unter <http://www.adwords-starthilfe.de> können Sie Google AdWords ausprobieren und einen Gutschein über 75 € Werbeguthaben erhalten.

Whitepaper: Online-Tipps für Restaurants

Dieses Whitepaper sowie weitere Empfehlungen finden Sie unter <http://sonjagottschalk.de>.

Kontakt: info@sonjagottschalk.de

5.7 Nutzen Sie ortsbasierte Dienste

In Google Places können sie hier ihr Restaurant eintragen und auf der Karte und in der Suche sichtbar werden: <https://www.google.com/business/placesforbusiness/>. Sie werden in der Google-Suche, auf Google Maps, Google+ und über Mobilgeräte gefunden. Darüber hinaus können Ihre Gäste Ihr Restaurant auf Wunsch bei Google bewerten.

Ebenso können Sie ihr Restaurant als Ort bei Facebook hinzufügen:

<https://www.facebook.com/about/location>.

5.8 Nutzen Sie Social Media - Facebook, Pinterest und/oder ein Blog

Über Unternehmensseiten auf Facebook können Sie treue Gäste regelmäßig über Ihre Angebote informieren und einen Dialog zu Ihnen aufbauen. Darüber hinaus können Sie Events auf Facebook anlegen, neue Interessenten für sich gewinnen und Ihre Bekanntheit steigern. Eine Facebook-Seite können Sie in wenigen Schritten hier erstellen:

<https://www.facebook.com/pages/create>.

Bitte beachten Sie, dass die Kommunikation im Social Media-Umfeld anderen Regeln folgt als reine Werbung. Hier sind wirkliche Mehrwerte in Form von Unterhaltung und Information gefragt, um erfolgreich zu sein. Darüber hinaus müssen Sie Zeit einplanen, um auf Kommentare von Nutzern zu reagieren.

Pinterest (www.pinterest.com) ist ein stark visuell getriebenes soziales Netzwerk, das darauf basiert, dass die Nutzer interessante Bilder von Webseiten an ihre virtuelle Pinnwand pinnen, die von anderen Nutzern gefunden werden. Wenn Sie auf Ihrer Webseite interessante Fotos bereitstellen, sollten Sie in Ihre Webseite Buttons integrieren, über die Ihre Bilder dort geteilt werden können. Die Nutzer von Pinterest erstellen sich daraus eigene Pinnwände wie z.B. hier: <http://www.pinterest.com/aurahome/delicious-food-and-drinks/>.

Buttons zum Teilen Ihrer Webseiten-Inhalte können Sie ganz einfach in Ihre Webseite integrieren. Hier finden Sie eine Anleitung für Facebook:

<https://developers.facebook.com/docs/plugins/like-button/>.

Und hier für Pinterest:

http://business.pinterest.com/widget-builder/#do_pin_it_button.

Ein Blog ist ebenfalls eine Methode, ihren Gästen einen Einblick in Ihre Arbeit zu geben. Da ein gut gemachtes Blog jedoch auch mit viel Zeitaufwand verbunden ist, sollten Sie genau abwägen, ob das für Sie die richtige Methode ist.

5.9 Nutzen Sie Restaurantportale und lokale Verzeichnisse

Auf Portalen wie <http://www.tripadvisor.de/Restaurants>, <http://www.restaurant-kritik.de>,

Whitepaper: Online-Tipps für Restaurants

Dieses Whitepaper sowie weitere Empfehlungen finden Sie unter <http://sonjagottschalk.de>.

Kontakt: info@sonjagottschalk.de

<http://prinz.de> oder <http://www.yelp.de> können Sie Ihr Restaurant eintragen und so von einer Vielzahl von Nutzern gefunden und auch bewertet werden.

Darüber hinaus kann ein Eintrag in lokalen Verzeichnissen oder Branchenführern lohnend sein.

5.10 Lassen Sie Ihren Erfolg für sich sprechen

Falls Sie Pressearbeit betreiben und Kritiken in Zeitungen, Zeitschriften oder auf Online-Portalen über Ihr Restaurant zu finden sind, sollten diese auch einen Platz auf Ihrer Webseite finden.

Egal ob prinz.de, marcellinos.de oder Michelin - Internetnutzer lieben Top-Listen und Auszeichnungen. Wenn Sie es unter die Top10 der Restaurants auf einem Portal bzw. in einer bestimmten Kategorie schaffen, bedeutet das automatisch mehr Umsatz für Sie.

5.11 Werden Sie selbst kreativ!

- Fragen Sie Kooperationspartner, ob diese zu Ihrer Webseite verlinken, denn jeder Link ist aus Google-Sicht eine Empfehlung und verbessert Ihre Position in den Google-Ergebnissen.
- Richten Sie Gewinnspiele auf Facebook aus und machen Sie neue Gäste so auf sich aufmerksam.
- Bitten Sie Blogger, die Sie vielleicht kennen (und die ein thematisch passendes Blog betreiben), um eine Restaurantkritik.
- Legen Sie im Restaurant ein Gästebuch aus, fotografieren Sie die tollsten Beiträge und stellen Sie sie online.

Ihnen werden sicherlich noch viele weitere Möglichkeiten einfallen.

6 Ein letzter Tipp: Analysieren Sie Ihre Erfolge!

Für Sie lohnt es sich nur, eine Maßnahme zur Generierung von Reservierungen oder Bestellungen umzusetzen, solange sie sich lohnt. Ziehen Sie Analysedienste wie z.B. Google Analytics (www.google.de/analytics) zur Hilfe, um Ihren Online-Erfolg zu überprüfen und um herauszufinden, welche Maßnahme für Sie am besten geeignet ist.

Ich wünsche Ihnen nun viel Erfolg beim Umsetzen der o.g. Tipps!

Falls Sie Fragen zu den einzelnen Empfehlungen haben oder Interesse an maßgeschneiderten

Whitepaper: Online-Tipps für Restaurants

Dieses Whitepaper sowie weitere Empfehlungen finden Sie unter <http://sonjagottschalk.de>.

Kontakt: info@sonjagottschalk.de

Optimierungsempfehlungen haben, wenden Sie sich gern an mich, Sonja Gottschalk, unter info@sonjagottschalk.de.