GASTRONOMIE WEBSITE – MIT DIESEN TIPPS GEWINNST DU NEUE GÄSTE



Veröffentlicht am 29. November 2017 von Jana



Wie gewinne ich mit meiner Restaurant Website neue Gäste?

Um dem hohen **Konkurrenzdruck in der Gastronomie** Branche und vor allem innerhalb der Restaurants standhalten zu können, ist eine gute Website unerlässlich. Mit unseren Tipps erfährst Du, auf was es bei einer gelungenen Website ankommt und wie Du so **mehr Gäste in Dein Lokal** lockst.

ÜBERSICHT

- Das Auge isst mit
- Responsives Design
- Google Maps in der Gastronomie
- Was sagen andere Gäste?
- Einfacher Reservierungsprozess
- Sei gut zu kontaktieren
- Für Neugierige und Entscheidungsunfreudige
- Was interessiert Deine Gäste sonst noch?

FÜR EILIGE: WAS IST FÜR MEINE RESTAURANT WEBSITE BESONDERS WICHTIG?

Für eine Restaurant Website ist es wichtig, dass sie mit dem Smartphone schnell geladen werden kann und Gäste Dein Restaurant mithilfe einer Google Maps Karte schnell erreichen. Binde Bilder und Speisekarten zum Download ein. Stelle ein Reservierungstool sowie besondere Informationen zur Verfügung.

Vorbei sind die Zeiten für die Gastronomie, in denen Menschen in Magazinen oder den Gelben Seiten Ausschau nach Restaurants, Bars, Hotels oder Clubs gehalten haben – heute läuft alles **digital** und immer häufiger über das **Smartphone** und vor allem über Google Suchanfragen ab. Denn selbst wenn User ein bestimmtes Restaurant suchen, tippen sie den Namen dennoch in die Suchmaschine ein, um sich auf die URL leiten zu lassen.

In der Gastronomie herrscht – vor allem in Großstädten – eine **hohe Konkurrenz** und so gilt es, Dich von der Masse abzusetzen. Eine einfache und enorm wichtige Methode ist hierbei **eine gelungene Website**. Hier erfährst Du, wie Du eine gelungene Website erstellen kannst, um **neue Gäste gewinnen** und Deinen **Umsatz steigern** zu können.

DAS AUGE ISST MIT

Das erste was ein User auf einer Website wahrnimmt, ist das **Design**. Hier musst Du vor allem in der Gastronomie einen ersten **positiven Eindruck** vermitteln. Mit blinkenden Animationen, stechenden Farben oder Flash-Intros wirkt die Webseite schnell überladen, verschreckt User und diese suchen

sich ein anderes Restaurant. Wichtig ist, dass das Design zu Deinem Restaurant und Deinem Angebot passt. Die Website eines Gourmetrestaurants sollte eher edel wirken, wobei ein hipper Burgerladen da etwas verspielter vorgehen kann. Dabei sollte das Design nicht nur zeitgemäß, sondern vor allem authentisch sein und zu Deiner Zielgruppe passen.

Das **Nutzererlebnis** (UX – User Experience) spielt eine entscheidende Rolle: klare Strukturen, die einfache Inhalte übersichtlich darstellen. Nur so hat der User in der großen Gastronomie-Welt Ambitionen, sich auf der Website umzuschauen - geschweige denn, das Restaurant, die Bar oder den Club daraufhin auch zu besuchen.

Bilder sagen dabei mehr als tausend Worte: Gäste wollen in der heutigen Zeit – vor allem bei der Konkurrenz in der Gastronomie – schon vorab sehen, was das Lokal optisch zu bieten hat, und das am Besten direkt online.

Auf der Webseite sollten daher vorteilhafte Bilder gewählt werden – wecke **Emotionen** und lasse **Ambiente** und **Atmosphäre** bestmöglich rüberkommen.

Werden **Fotos von außen oder den Innenräumen** gezeigt, nutze am Besten Bilder, auf denen auch Menschen zu sehen sind – wer will schon in ein leeres Lokal gehen? Sorge dafür, dass Gesichter nicht direkt zu erkennen sind. Falls doch, hole dir vorab das Einverständnis der abgebildeten Gäste. Nur so wird deutlich, dass dort Menschen eine tolle Zeit haben und **ihr Essen und ihre Getränke genießen.**

Deine Speisen und Getränke kannst Du natürlich auch abbilden: nutze hierfür am Besten warmes Licht und deaktiviere den Blitz, sonst wirkt es schnell künstlich. Setze alles **perfekt in Szene** sodass alle sehen, was Du bieten kannst: Frische, guten Geschmack und eine tolle Präsentation. Vor allem in Bars und Clubs ist es ratsam, Bilder der Getränke zu zeigen – egal ob es sich dabei um Cocktails, Kaffee oder Wein handelt.

Je nach Lokal kannst Du in Erwägung ziehen, eine **Bildergalerie** zu erstellen. So werden nicht nur einzelne Fotos auf der Webseite mit Text kombiniert, sondern auch eine **Vielfältigkeit** gezeigt. So hilfst Du potenziellen Gästen, sich online ein Bild über Deine Speisen und Getränke zu verschaffen – und erleichterst die Entscheidung eines Besuches.

Gerade für Hotels ist es wichtig, Bilder der Zimmer und der Einrichtung zu zeigen. Achte hier auf **qualitativ hochwertige Fotos** – nur so kannst Du Dich in einer Branche bewähren, in der viel Konkurrenz herrscht.

Darüber hinaus könntest Du in Deinem großem Restaurant einen **360-Grad-Rundgang** erstellen. So gibst Du Deinen Gästen online den vollen Einblick in Deine Räumlichkeiten und zeigst so, was Du hast!

Achte bei all diesen Aspekten darauf, nicht zu große Bilddateien auf Deine Website zu stellen – das verursacht lange **Ladezeiten** und vergrault potenzielle Gäste.

RESPONSIVES DESIGN

Man stelle sich folgendes Szenario vor: Ein Tourist befindet sich in einer Großstadt, in der er sich nicht auskennt. Nach einer anstrengenden Sightseeing-Tour knurrt der Magen – wo findet er **schnell ein gutes Restaurant**, um den Tag ausklingen zu lassen und den Hunger zu stillen? Heutzutage kein Problem mehr: Das Smartphone ist immer mit dabei und verrät mir durch eine einfache Google Suchanfrage – zum Beispiel „Pizza Berlin" - welche Restaurants sich in meiner Nähe befinden und ob sie empfohlen werden. In der Regel weiß Google durch Dein GPS Signal, wo Du Dich gerade aufhälst. Wie wichtig an dieser Stelle Google Maps ist, wird gleich noch genauer betrachtet.

Ist eine Website dann schlecht auf dem Smartphone dargestellt oder man findet sich nicht zurecht, sucht unser Tourist sich eben ein anderes Restaurant – Pizzerien gibt es in Berlin schließlich genug.

Immer mehr **Suchanfragen werden über das Smartphone generiert**, ein responsives Design – also ein Design, das sich der Bildschirmgröße anpasst – ist Pflicht, um neue Gäste anzulocken. Das gilt natürlich nicht nur für Touristen, sondern auch für Menschen, die neu zugezogen sind (und somit sogar **Stammkunden** werden könnten) oder nur in der Umgebung wohnen, Dein Lokal aber noch nicht kennen. Darüber hinaus ist es für Deine Stammkundschaft eine gute Möglichkeit, sich über Aktionen und neue Angebote zu informieren.

Auch aus SEO (Search Engine Optimization – Suchmaschinenoptimierung) Sicht kommt hinzu, dass ein responsives Design sich enorm auf Dein **Google Ranking** auswirkt. In unserem Blogartikel über den Mobile-First-Index erfährst Du alle Details.

GOOGLE MAPS IN DER GASTRONOMIE

Wie relevant Google Maps an dieser Stelle ist, ist uns mittlerweile allen bewusst. Um dort gelistet zu werden, benötigst Du einen Google My Business Account. In diesem kannst Du Dein Unternehmen mit Namen und Standort eintragen und machst Kunden so auf Dich aufmerksam.

Selbst wenn Leute sich in der unmittelbaren Nähe Deines Lokals befinden, welches ihnen bei Google Maps aber nicht angezeigt wird, werden sie eher ein dort aufgelistetes Restaurant besuchen.

Google zeigt hier außerdem anhand gesammelter Daten an, zu welchen Uhrzeiten Dein Lokal üblicherweise gut besucht ist, wie viel Zeit die Gäste dort in der Regel verbringen und wie die momentane Wartezeit aussieht.

Zusätzlich können dort Bewertungen abgegeben werden, was uns zum nächsten Punkt bringt:

WAS SAGEN ANDERE GÄSTE?

Wer vertraut auf die Meinung von fremden Menschen? Online funktioniert das – vor allem dann, wenn es viele sind. Über die Bewertungen von Google Maps lesen potenzielle Kunden, was die Gäste vor ihnen über das Restaurant, den Club oder das Hotel gesagt haben.

Optimal ist es natürlich, wenn hier nur **positive Rezensionen** abgegeben werden. Es wird sich allerdings kaum verhindern lassen, dass auch mal **negative Kritik** geäußert wird – doch davon solltest Du Dich nicht abschrecken lassen. Egal wie gut Du bist, es wird immer Leute geben, die unzufrieden sind – vielleicht auch einfach, weil sie einen schlechten Tag hatten. Das kann Dich und Dein Restaurant aber auch **authentisch** machen – wichtig ist es nur, darauf angemessen zu reagieren und anderen Leuten zu zeigen, dass Du Dich mit der Kritik auseinandersetzt.

Neben Google Maps hast Du auch die Möglichkeit, Deine Kundenbewertungen über Plattformen wie Yelp zu generieren, die sich gut für die Gastronomie eignen. Hier kannst Du die abgegebenen Bewertungen auch auf Deine Website integrieren, sodass Deine User schnell auf sie aufmerksam werden.

EINFACHER RESERVIERUNGSPROZESS

Ist Dein Lokal gut besucht ist es ratsam, ein **Reservierungstool** auf Deine Website einzubauen. So melden sich Kunden im Vorfeld bei Dir und Du musst sie nicht vor der Tür warten lassen oder gar wieder nach Hause schicken. Im Optimalfalls zeigt ein Buchungstool den Usern direkt an, wenn Dein Lokal am Wunschtermin schon ausgebucht sein sollte. Hier kannst Du zum Beispiel auf Plattformen wie OpenTable zurückgreifen und für die User gut sichtbar machen.

Je einfacher es ist, in Deinem Lokal einen Tisch zu reservieren, desto eher sind die Leute dazu

geneigt, diesen Service auch in Anspruch zu nehmen. Solltest Du kein Buchungstool nutzen wollen, ist der nächste Punkt dafür umso wichtiger:

SEI GUT ZU KONTAKTIEREN

Damit Dich Deine Gäste – vor allem wenn Sie mit dem Smartphone unterwegs sind – auch schnell erreichen können, solltest Du Ihnen eine **Kontaktaufnahme so einfach wie möglich** machen.

Optimal ist es, wenn Deine **Kontaktdaten direkt auf der Startseite** zu finden sind – beispielsweise können sie mit einem Hinweis im Fußbereich eingebaut werden. Wichtig ist es hier, dass die Telefonnummer **über das Smartphone anklickbar** ist.

Soziale Netzwerke sind in der heutigen Zeit enorm wichtig: Binde auch Deine Facebook oder Instagram Profile mit dem jeweiligen Logo auf Deiner Website ein. Diese bieten eine praktische Ergänzung zu Deinem Internetauftritt. Auch über diese Plattformen solltest Du in Form von Messaging und Kommentaren gut erreichbar und aktiv sein. Gerade bei **Instagram** hast Du über Hashtags (#) die Möglichkeit, von Usern gefunden zu werden. Beispielsweise sucht ein Tourist in Berlin über #pizza nach guten Pizzerien und findet darunter Bilder von verschiedensten Pizzen. Diese wirken sofort authentisch, da sie von Nutzern gemacht worden sind, die das entsprechende Restaurant tatsächlich besucht haben.

Da aber nicht jeder Gast in den sozialen Netzwerken vertreten ist, sollten auf Deiner Seite natürlich neben der Telefonnummer auch **E-Mail Adresse** und optimalerweise ein **Kontaktformular** eingebunden werden. Dieses kann alternativ zu einer Buchungsplattform auch als **Reservierungsmöglichkeit** genutzt werden. Bei Hotels sollte natürlich auf ein professionelles Buchungstool gesetzt werden.

Google Maps dient nicht nur dazu, dass Dich Leute in der näheren Umgebung schneller finden, sondern kann auch als **Anfahrtsbeschreibung** hervorragend verwendet werden. Auf Deiner Website kannst Du eine Karte von Maps einbinden lassen, auf der Dein **Standort** hinterlegt ist. So können potenzielle Gäste nicht nur auf dem Smartphone, sondern auch auf einer Desktop-Version die Karte anklicken und sich zu Dir **navigieren** lassen. Nebenbei sparst Du Dir telefonische Nachfragen bezüglich einer Wegbeschreibung – vor allem dann, wenn Dein Lokal etwas abgelegen ist.

FÜR NEUGIERIGE UND ENTSCHEIDUNGSUNFREUDIGE

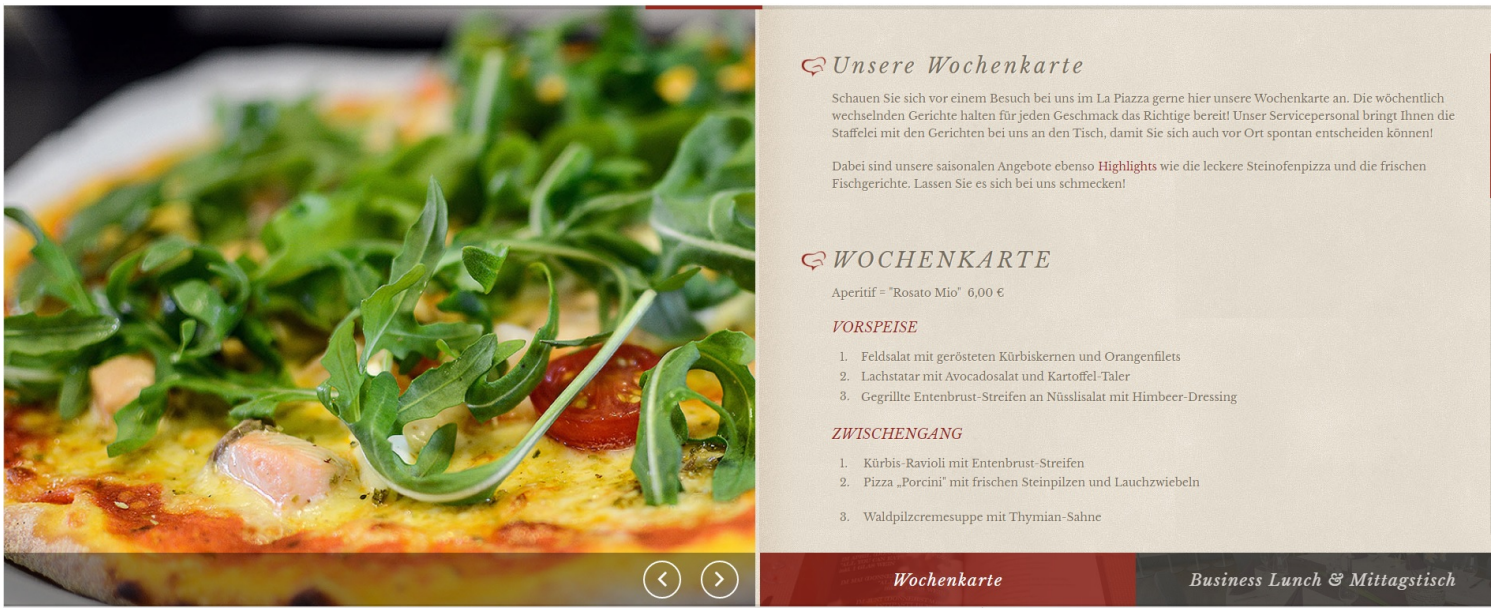
Wer kennt es nicht? Der Hunger ist mittlerweile so groß – warum nicht schon vorher für eine Lieblingsspeise entscheiden?

Ein wichtiger Schritt ist es hier, die **Speisekarte** oder **Getränkekarte** online bereit zu stellen. Lass Deine Gäste bereits im Vorfeld wissen, was sie bei Dir finden! So kannst Du die Vorfreude steigern lassen und aktuelle **Wochen- oder Aktionskarten** zur Verfügung stellen, um Deine Gäste auf dem Laufenden zu halten und in Dein Lokal zu locken.

Zum einen kannst Du das über einen **PDF-Download** realisieren. Hier ist ist es allerdings wichtig, dass die Datei nicht zu groß wird – ein Download über das mobile Datennetz kann je nach Lage zu lange dauern.

Besser ist es daher, die Gerichte **direkt auf der Website** darzustellen. Das nimmt dem potenziellen Gast nicht nur eine **Hürde**, sondern wirkt sich auch positiv auf Dein **Google Ranking** aus – denn Google berücksichtigt Inhalte aus PDF Dateien nicht bei seinen Suchanfragen.

Ein gutes Beispiel liefert hier die Umsetzung vom Restaurant La Piazza:



Quelle: La Piazza Kerpen

Die Wochenkarte sowie die Gerichte zum Business Lunch und Mittagstisch werden nicht als Download bereitgestellt, sondern direkt auf der Webseite gezeigt. Nebenbei werden Gäste durch das Bild intensiver angesprochen.

Nicht nur die Speisekarte, sondern auch andere Informationen sollten natürlich immer **aktuell** gehalten werden. Gerade **saisonale Änderungen** sind nützliche Informationen für den Gast und locken ihn in Dein Restaurant.

WAS INTERESSIERT DEINE GÄSTE SONST NOCH?

Öffnungszeiten sollten sich ebenfalls schon auf der Startseite befinden und schnell sichtbar sein.

Je nachdem, wo sich Dein Lokal befindet, spielen auch **Parkplatzmöglichkeiten** eine Rolle. Du befindest Dich mitten in der Stadt, stellst aber dennoch kostenlose Parkplätze zur Verfügung? Optimal – ab damit zu Deinen Kontaktdaten! Je einfacher ein Gast Dich besuchen kann, desto besser – die Vorfreude steigt!

Kann bei Dir **nur bar gezahlt** werden oder akzeptierst Du auch **Bank- und Kreditkarten**? Der **bargeldlose Zahlungsverkehr** in Deutschland steigt: als es 2014 noch rund 18 Millionen bargeldlose Transaktionen gab, waren es 2016 schon über 21 Millionen. Der Trend steigt, und das wirst Du auch bei Deinen Gästen merken. Weil immer weniger Leute mit Bargeld zahlen, kannst Du das Angebot einer Kartenzahlung ebenfalls auf Deiner Webseite vermerken.

Wenn Du in Deinem Lokal **besondere Events** anbietest – zum Beispiel Fußball-Übertragungen, Konzerte oder Mottopartys – verbreite diese Informationen gut sichtbar auf Deiner Website und verbreite sie ebenfalls in den **sozialen Netzwerken** wie Facebook. Beginne damit früh genug und gib konkrete Daten wie Ort, Darum und Zeitspanne an und **mache Deine Gäste neugierig**! Zusätzlich kannst Du nach einem erfolgreichen Event Fotos in einer Galerie auf Deiner Webseite anbieten und somit potenziellen neuen Gästen zeigen, wie toll Deine Veranstaltungen bei den Leuten ankommen.

Natürlich gilt Deine ganze Leidenschaft Deinem Restaurant – dennoch steckt in einer professionellen Website viel Potenzial, das Du nutzen solltest! Wir von der Media Company kennen die Herausforderungen in Deiner Branche und helfen Dir gern dabei, Deine Website nachhaltig erfolgreich zu machen – dabei kümmerst Du Dich weiterhin um Dein Tagesgeschäft. Schau Dir gern unsere Referenzen an und lass Dich von unserer Arbeit überzeugen. Nimm Kontakt zu uns auf oder hinterlasse einen Kommentar – wir freuen uns auf Dein Anliegen!