

STRATEGIE DER KULINARISCHEN KOMMUNIKATION

Praxisheft für den Food-Interne





KAPITEL 1

**Die Grundlagen der kulinarischen
Kommunikation**

PRAXISDATEI 1 ...

Definieren Sie Ihre Kommunikationsstrategie

1-Produkt/Verbraucher

- Was ist Ihr Küchensegment?
- Welcher Rhythmus für meine Menüs?

2.Kosten/Zeit

- Die Kommunikationskosten des Unternehmens
- Die für die Kommunikation bereitgestellte Zeit

3.Werbung/Kommunikation

- Hilfen: Presse, Radio, TV, Internet, Werbeplakate usw.;
- Häufigkeit: durchgehend, gelegentlich usw.

4. Verbreitung

- Web
 - Soziale Netzwerke, Website, Blog
- Druck
 - Visitenkarte, Menüs, Gehwegaufsteller, Flyers...

HINWEISE.....

.....

LOS GEHT'S

Ihre interne Analyse

RESSOURCEN

KOMPETENZEN





Kapitel 2
Kommunikationsplan
Kommunikationsressourcen



KAPITEL 3

Die Identität meines Projekts
Marke, Logo und Verpackung

PRAXISDATEI

Ihre kulinarische Identität

- 1- Für welche Werte stehen Sie?
- 2- Welcher Weg hat Sie bis hierher geführt?
- 3- Was erzählt Ihre Küche?
- 4- Was sind Ihre charakteristischen Gerichte?





KAPITEL 5

KOMMUNIKATIONSMITTEL

Soziale Netzwerke

Um Herr über seine Ruf im Web zu bleiben, liegt die Herausforderung für alle Food-Unternehmer darin, ihre Online-Präsenz aufzubauen und zu pflegen. Hierfür sind die wichtigsten sozialen Netzwerke Ihre Verbündeten. Aber welches auswählen?

Beachten Sie, dass für Ihre Aktivitäten, dasjenige soziale Netzwerk ein gutes ist, auf dem Sie Ihre Zielgruppen finden.

	KONZEPTTYP FOOD	ZIELE	INHALTSTYPEN
FACEBOOK	ALLE	Erstellen Sie eine Community	Fotogalerie, Meinungsumfragen, Meinungen, Status, Storys, gesponserte Aktionen, Ereignisse, Adressen, Reservationen, Videos, Artikel
INSTAGRAM	ÄSTHETIK	Erstellen Sie eine kulinarische Identität	Fotogalerie, Alben, Reels, Hashtags, Storys, igtv, Filter, Teasing
LINKEDIN	GROSSE PRODUKTIONSKAPAZITÄT	Verfolgen, Anwerben, Rekrutieren	Status, Ereignisse, Stories, Fotogalerie, Artikel
TWITTER	NIMM TEIL	Teilnehmen, Verfolgen	Status, Hashtags, Meinungsumfragen
YOUTUBE	INVESTI	Erstellen Sie einen Video- kanal	Rezepte, Tipps und Tricks
PINTEREST	CONNECTE	Erstellen Sie Ihre Website	Foto und Links der Website

Die Editeure der Site

WIX



Gutes Produkt,
aber es sind sehr
eindringliche
Logos vorhanden.

GOOGLE SITE



Gute
Benutzeroberfläch
e, leichte
Anwendung

WORDPRESS



Anwendungsko
mplex für
Anfänger

JIMDO



Ernsthaftes
Produkt.
Anbieten einer
Unterstützung

MON E-SITE



Der einzige
Editeur, der die
Werbebanner
anzeigen



LOS GEHT'S WEB-&

PRINTKOMMUNIKATIONSMITTEL

HINWEISE



LOS GEHT'S....

Meine Website

HINWEISE



LOS GEHT'S....

Mein Präsentations-Pitch

HINWEISE

.....





LOS GEHT'S....

Der Start meiner Aktivität

HINWEISE

.....





KAPITEL 8
ÜBER MEIN UNTERNE
HMERISCHES ABENTEUER SPRECHEN

Die Kunst, sich darzustellen



LOS GEHT'S....

Die Bilanz meines Images

PERSÖNLICHKEIT

.....

WERTE

.....

TRÜMPFE

.....

MEMO....

Meine Inspirationsquellen



LOS GEHT'S....

Die wichtigsten Etappen Ihrer Route

HINWEISE

.....



LOS GEHT'S....

Ich erzähle meine Geschichte





TIPPS



10 IDEEN, UM MEINE FOOD-AKTIVITÄT ZU FÖRDERN

- Sich auf Online-Food-Plattformen anmelden
- Eine Facebook-Seite erstellen
- Seine Kreationen auf Instagram teilen
- Sich in Jahresverzeichnissen und Ratgebern listen lassen
- Ein virtuelles Schaufenster über Google My Business erstellen
- Eine Google-Site erstellen
- Partnerschaften auf lokaler Ebene aufbauen
- Einen Blog erstellen
- Unternehmen ansprechen
- Ein Treueprogramm umsetzen

A top-down view of a food preparation area. In the foreground, there are several round, golden-brown bread rolls. To the right, a pile of golden french fries sits on a piece of brown paper with some text. In the background, there are various ingredients and dishes: a bowl of green sauce, a bowl of yellow sauce, a bowl of dark sauce, a bunch of green onions, a bunch of purple onions, a bunch of white flowers, and a bunch of pink flowers. The background is a wooden surface.

7 IDEEN, UM IN DEN SOZIALEN NETZWERKEN ZU EINEM GESPRÄCHSTHEMA ZU WERDEN

1. Teilen Sie Ihre Fotos auf Instagram
2. Führen Sie Umfragen über Ihre Rezepte auf Facebook durch
3. Erstellen Sie Storys und Reels
4. Erstellen Sie Videos, um Ihre Kreationen zu zeigen
5. Inszenieren Sie Ihre Produkte, Materialien, Gerichte
6. Bevorzugen Sie natürliches Licht für Ihre Fotos
7. Verwenden Sie keine Filter



4 IDEEN ZUR AUSNUTZUNG IHRER KUNDENMEINUNGEN

1. Notieren Sie sie auf Ihren Verpackungen
2. Bei Veröffentlichungen auf Ihren sozialen Netzwerken
3. In einer dafür vorgesehenen Rubrik auf Ihrer Website
4. An den Wänden Ihrer sozialen Netzwerke

A top-down view of a rustic food table. In the foreground, there are several round breads and a pile of golden french fries. To the right, a bouquet of white and pink flowers is visible. In the background, there are various dishes, including a bowl of yellow soup, a bowl of dark sauce, and some green vegetables. The table is set on a wooden surface.

7 IDEEN FÜR EVENS, UM IHRE AKTIVITÄT ZU STARTEN

1. Organisieren Sie kulinarische Demonstrationen
2. Erstellen Sie ein Video, um es auf den sozialen Netzwerken zu teilen
3. Erstellen Sie klassische und kreative kulinarische Animationen
4. Bieten Sie eine thematische Verkostung an
5. Erstellen Sie ein Food-Pairing mit
6. Bieten Sie kurzlebige Abende an
7. Bieten Sie einen Foodtrip oder eine Foodtour an

A collage of various food and drink items. In the foreground, there are french fries, a bread roll, and a glass of beer. In the background, there are more food items like a burger, a bowl of soup, and some flowers. The text is overlaid on a semi-transparent white box.

9 TIPPS, UM INSPIRIERT ZU BLEIBEN

1. Legen Sie die Ziele fest
2. Erstellen Sie Projekte
3. Suchen Sie nach inspirierenden Unternehmern
4. Diskutieren Sie mit Kollegen
5. Verfolgen Sie Ihren Fortschritt
6. Machen Sie Pausen
7. Sprechen Sie über Ihre Erfolge
8. Haben Sie ein Hobby
9. Bleiben Sie auf Standby

Plattformen für Kundenmeinungen und -bewertungen

TRIPADVISOR



Ermöglicht dem Verbraucher, eine Nachricht und eine Meinung zum Service der Einrichtung abzugeben

AVIS GOOGLE



bietet Angaben zu Restaurants, Tipps und Beurteilungen

THE FORK



Nur Personen, die reserviert und die Reservierung genutzt haben, können eine Meinung posten.

FORSQUARE



Meinungen von Internetnutzern

YELP



lange Meinungen und Fotos der Kunden)

INSTAGRAM



Empfehlungen von Internetnutzern als Foto, Storys oder Videos