

Durchführung einer SWOT - Analyse in Hinblick auf die Akquise einer Stammkundschaft im Restaurant Stock & Stein, Berlin

Das Ziel dieser Studienarbeit war, eine Normstrategie zu entwickeln für die Akquisition von Stammkunden für das Restaurant „Stock & Stein“, um darauf bezogene Maßnahmen zu ermitteln. Hierfür erfolgte die Zusammenarbeit mit Frau Stefanie Jahnke, der Inhaberin des Restaurants. Sie informierte die Studiengruppe, dass in das „Stock & Stein“ hauptsächlich Touristen einkehren, aber es zu wenig Stammkundschaft gibt.

Um herauszufinden, woran das liegen mag, wurde eine SWOT-Analyse durchgeführt, die für Stärken, Schwächen (interne Analyse), Chancen und Gefahren (externe Analyse) steht. Innerhalb der Unternehmensanalyse haben wir die Wertkette nach Michael E. Porter als Modell genommen, um auf Stärken und Schwächen zu stoßen. Chancen und Gefahren wurden mit Hilfe der Branchenstrukturanalyse (Five Forces) erkannt. Richtungsweisende Informationen waren die ermittelten Schwächen, (fehlende Standards und teils unprofessionelles Verhalten des Personals sowie ein zu geringes Marketing und das ausbaufähige Speiseangebot). Anhand dieser Schwächen haben wir eine Normstrategie abgeleitet.

Den Mitarbeitern des Restaurants soll durch das Setzen von Standards, Regeln und Richtlinien zu einem vergleichsweise vereinheitlichten Arbeiten verholfen werden, um daraufhin die Gästezufriedenheit zu steigern und Stammkundschaft zu gewinnen.

Die Umsetzung dieser Hauptstrategie erfolgte durch das Ausarbeiten eines Mitarbeiterhandbuchs indem auch eine Anleitung für Cocktails mit eingebaut wurde. Diese ausgearbeitete Vorlage kann Frau Jahnke ohne Probleme mit in ihre Organisation des Restaurants integrieren und nach Belieben aktualisieren.

Neben dem Mitarbeiterhandbuch wurde zusätzlich exemplarisch ein Sommermenü entworfen. Mit dem Sommermenü wollte die Studiengruppe einen Einblick geben, wie sich das Speiseangebot, der Saison anpassen lassen könnte.

Um die Vermarktung des Restaurants noch besser zu gestalten wurde ein Flyer ausgearbeitet. Es bietet sich an, diesen in umliegenden Geschäften, wie dem Spätkauf, dem Bäcker oder in einem Einkaufsladen auszulegen.

Diese und weitere Vorschläge haben wir abschließend unterbreitet und wollen dazu beitragen, dem Ziel, mehr Stammgäste zu gewinnen, näher zu kommen.