

MAGAZIN FÜR DIE KAFFEEBRANCHE

COFFEE BUSINESS

Einstellungssache

Kaffee aus Erfurt

Im Blick: die Röster aus
Thüringens Landeshauptstadt

Ab Seite 16

Von Kaffeemühlen und der Suche
nach dem optimalen Mahlgrad

Ab Seite 32

Vegane Drinks

Milchersatzprodukte für
Kaffeespezialitäten

Ab Seite 22



FIT FÜR WACHSTUM?

WELCOME MY FRIEND

Einige Tipps, wie Sie auf sich aufmerksam machen und es mit der Kundenbindung klappt, haben wir Ihnen hier zusammengefasst. | Ludger Schlautmann

Ich hätte gerne einen kleinen Cappuccino“, sagt der Kunde mit einem erwartungsvollen Lächeln. „Hier oder zum Mitnehmen?“, ist die Frage von der Verkaufskraft. „Hier – wie immer“, die leicht irritierte Antwort. Kurze Zeit später tauscht sich der Kunde mit einem anderen Gast aus: „Sie waren doch vor Corona und zwischendurch auch regelmäßig hier, richtig?“ – „Ja. Es war damals irgendwie persönlicher. Und ich finde, der Kaffee schmeckt heute auch anders als früher, oder?“ „Jetzt wo Sie es sagen ... Kennen Sie noch Kevin, der hier früher gearbeitet hat? Der wusste schon beim Betreten, was ich wollte.“ Durch die Lockdowns haben sich viele Aushilfen andere Jobs gesucht. Die Betreiber sind händeringend auf der Suche nach neuem Personal. Hinzu kommt, dass die Konsumenten über den langen Verzicht auf gesellschaftliche Nähe nun besonders empfindlich reagieren, wenn man sie nicht als Stammkunden wiedererkennt. Aufgrund der aktuellen Inflation, verbunden mit einem Spareffekt bei den kleinen Luxusgütern für zwischendurch, sollten sich die Betreiber bewusst um die Re- und Aktivierung von Stammkunden bemühen. Reflektieren Sie mit Ihren Mitarbeitern, dass Sie auf diese Stammkunden angewiesen sind. Nachfolgend einige Tipps zur strategischen Kundenbindung.

Tipp: Wöchentlicher Austausch! Treffen Sie sich regelmäßig mit Ihren Mitarbeitern zu einem Erfahrungsaustausch, wo jeder von seiner erfolgreichen Stammkundenbindung berichtet. Loben Sie alle Beispiele und schreiben sie auf einem Flipchart-Papier mit. Das dient als sichtbarer Impuls.

Tipp: Gesichter merken. Schulen Sie Ihre Mitarbeiter darin, sich Gesichter zu merken. Häufig sind es Frisuren, Gesten, Mimik und körperliche Eigenschaften, die es ermöglichen, Kunden wiederzuerkennen. Ein authentisches Lächeln, verbunden mit einem Hallo oder regionalen Begrüßungsformeln sollte die erste Botschaft sein. Klassische Begrüßungen wie „Guten Morgen“ oder „Guten Tag“ dürften in einer modernen Coffeebar der Vergangenheit angehören und führen eher zu einer Distanzierung.

Tipp: Bilder im Kopf. Um beispielsweise das Bestell-/Konsumverhalten einem Kunden zu-

zuordnen, ist es häufig einfacher, sich eine kurze, bildliche Situation vorzustellen. Stammkunden sind äußerst beeindruckt, wenn es dem einzelnen Mitarbeiter gelingt, bereits auf die gewohnte (also gemerkte) Bestellung einzugehen. „Hallo, heute wieder einen kleinen Cappuccino?“ – und das Lächeln des Kunden ist gewiss.

Tipp: Bonussysteme sind ein Muss. Weisen Sie in der derzeitigen schwierigen (Inflations-) Situation unbedingt auf Ihr Bonussystem hin. Tipp: Am beliebtesten ist das zehnte oder elfte Getränk als Gratisgetränk nach Wahl, so die Feststellung der GA-Trendagentur.

Tipp: Zuhören! Bei Stammkunden ist es oft typisch, dass sie in ihrer Kommunikation mit dem Barista nach und nach offener werden – Fluch und Segen zugleich. Schulen Sie Ihre Mitarbeiter darin, wie sie beispielsweise Verständnis für eine geschilderte Situation des Kunden zeigen und dennoch tiefere Gespräche vermeiden können. Anmerkung: Falls diese Grenze vom Mitarbeiter nicht erkannt wird, dürften ihm endlose Krankengeschichten oder ein drohendes Ende der Welt aus Sicht der Kunden sicher sein. Vermeiden Sie unbedingt eine eigene Stellungnahme zu politischen Themen, Religion oder anderen sensiblen Brandherden. Auch hierzu bietet sich der regelmäßige Erfahrungsaustausch an, wie Mitarbeiter beispielsweise derartige Gespräche oder Monologe höflich beenden können.

Tipp: Der gut gewählte Kauf. „Dann lass es dir gut schmecken“ und ähnliche Botschaften, die möglichst authentisch zum Mitarbeiter passen, bestärken den Kunden darin, die richtige Wahl getroffen zu haben.

Tipp: Bye bye! Kunden schätzen es, wenn die Mitarbeiter bemerken, dass sie den Store verlassen. Ein Abschiedsgruß wie „Bis morgen“ oder „Bis bald“ unterstützt die Verbindlichkeit Ihres Stammkunden, wiederzukommen. Wenn es Ihnen gelingt, Ihr Team derart zu sensibilisieren, werden Sie Krisen gut meistern.

Good Luck and take care!
GA-Trendagentur.com

Foto: Schlautmann 2018



LUDGER SCHLAUTMANN

GA-Trendagentur
Am Übersesch 7
48268 Gimble

Tel.: 02571-503 1332

www.ga-trendagentur.com
ga-trendagentur@t-online.de