

Kunde:

Mit wenig Mitteln viel bewirken – Professionelle Beratung muss nicht teuer sein

Im September 2010 eröffnete Frau Michelet als Branchenfremde den Backwarenverkauf „gut gelaunt“. Neben frischen Backwaren, die täglich von einer lokalen Bäckerei geliefert wurden, waren u.a. auch diverse Lebensmittel für den täglichen Bedarf sowie einige Zeitschriften im Angebot. Die Einrichtung war trotz hoher Investitionen nicht stimmig. .

Trotz hohem Engagement und Liebe zum Detail konnte „gut gelaunt“ auch nach sechs Monaten nicht den geplanten und notwendigen Umsatz verzeichnen. Die Besitzerin trug sich bereits mit dem Gedanken der Geschäftsaufgabe.

Projekt:

Die Inhaberin von „gut gelaunt“ suchte nach einem halben Jahr professionelle Unterstützung. Mit foodservice solutions hat Frau Michelet einen kompetenten Partner gefunden, den sie sich auch als kleine Unternehmerin leisten konnte.

Der erste Kommentar der Berater: „Wo „gut gelaunt“ drauf steht, muss auch „gut gelaunt“ drin sein“. Und dies war keinesfalls so. Im ersten Schritt wurden die Schwächen und Potenziale des Konzepts erarbeitet. Es fehlte eine klar erkennbare Positionierung. Das Konzept hatte „keinen roten Faden“.

„gut gelaunt“ muss die Adresse für „frisch belegte Brötchen, heiße Sandwichs und hervorragende Kaffeespezialitäten zum Sofortverzehr oder zum Mitnehmen in einem netten Ambiente werden“, so die Foodservice Experten.

Gemeinsam wurde eine entsprechende Maßnahmenliste zur Erreichung der Ziele aufgestellt, indem u.a. ein neues Sortiment, der Gastraum, sowie die Betriebsabläufe neu geplant wurden. Frau Michelet ist es gelungen, die vorgegebenen Maßnahmen mit wenig finanziellen Mitteln hervorragend umzusetzen. Der kleine „Backshop“ erstrahlt im neuen, farbenfrohen Design, das schlüssige Konzept ist durch das neue Sortiment mit Schwerpunkt auf „Außer Haus Produkte“ stimmig und es macht der Unternehmerin wieder Spaß „gut gelaunt“ in ihrem „neuen“, aufgefrischten Betrieb zu arbeiten.

Das heutige „gut gelaunt“ kommt gut bei der bestehenden Kundschaft und vor allen Dingen auch bei vielen neuen, jungen Kunden an. „gut gelaunt“ hat das Ziel erreicht und kann sich über steigende Umsätze und Erträge freuen. Und dies mit niedrigsten Investitionen.

Nun gilt es nur noch die neue Linie der Frische beizubehalten und dies mit Konsequenz.

