

PRESSEMITTEILUNG

Social Media als interaktives

Verkaufsinstrument –

Facebook- Nutzer können bei Sausalitos Punkte sammeln!

München, den 07. Juli 2010 – Seit Anfang Juli wurde die Sausalitos-facebook-Seite (<http://facebook.com/sausalitos>) als zusätzliches Kundenbindungs- und Verkaufsinstrument erweitert. Hierzu wurde, um den Abverkauf am POS durch Social Media zu steigern, ein exklusiver facebook-Cocktail, inklusive Verkaufsförderungsaktion, kreiert.

Gäste, welche den facebook-Cocktail, „Gefällt mir“, im Sausalitos bestellen, diesen auf der eigens programmierten Bewertungsapplikation auf <http://facebook.com/sausalitos> bewerten, ein Bild hochladen oder die Bewertung von anderen Nutzern kommentiert wird, sammeln entsprechend Punkte.

Pro Aktion erhält der Nutzer einen Punkt und wird auf sein virtuelles facebook-Konto gutgeschrieben. Für zehn Punkte gibt es einen Happy Hour Cocktailgutschein.

Social Media als Verkaufsförderung!

Dass Social Media, neben Kundendialog, auch als Verkaufsförderung Erfolg haben kann, zeigen die jüngsten Social Media- Kampagnen des Systemgastronomen. Mit der Einführung des ersten twitter- Cocktails, tweet-tail, oder den lokalisten- Cocktails werden die Ziele, nämlich Kundendialog, virale

Kontakt:
Andreas Steinbeißer
Leiter Unternehmenskommunikation

Sausalitos Holding GmbH
Tassiloplatz 7
81541 München

Tel. +49 (0) 89.660 78 671
Mobil: +49 (0) 173.35 27 543
Fax +49 (0) 89.660 78 689

Email: steinbeisser@sausalitos-holding.de
www.sausalitos-holding.de
www.sausalitos.de

Produktverbreitung sowie Kundenbindung- und Gewinnung ganzheitlich erschlossen.

Es funktioniert: Seit Einführung des twitter- Cocktails im November vergangenen Jahres wurde der Cocktail gesamt knapp 12.000-mal verkauft, sowie etwa 2.250-mal durch User auf twitter.com kommentiert.

Für jeden tweet gibt es einen Happy Hour Cocktail-Gutschein als Belohnung.

Auch durch die Kooperation mit dem Freundes-Netzwerk lokalisten.de konnte der gastronomisch umsatzschwächere Sonntag in einigen Filialen entgegengesetzt werden. Jede Woche findet hier eine exklusive Lokalisten Happy Hour statt, in der die Mitglieder die Social Media Cocktails um 50 Prozent vergünstigt erhalten.

Erfolg durch ganzheitliche Kommunikation!

Jede Social Media Kampagne wird durch einen integrierten Kommunikations-Mix umgesetzt. Heißt, neben der Kommunikation über die Social Media Plattformen von Sausalitos und klassischer Online Werbung, wird durch Offline-Werbung über POS- Medien sowie Kundenmagazin, Print-Kampagnen und Instore- TV erweitert. Durch diesen ganzheitlichen Ansatz erhöht sich deutlich die Bereitschaft des Kunden- Engagements.

Social Media hat mittlerweile mit den höchsten strategischen Stellenwert in der Sausalitos- Kommunikation eingenommen. Neben Ideenfindung über etwaige Produktkreationen, Verkaufsförderungsaktionen wird ebenfalls das Kunden- und Beschwerdemanagement bewusst über Social Media umgesetzt. Mittelfristiges Ziel ist

Kontakt:
Andreas Steinbeißer
Leiter Unternehmenskommunikation

Sausalitos Holding GmbH
Tassiloplatz 7
81541 München

Tel. +49 (0) 89.660 78 671
Mobil: +49 (0) 173.35 27 543
Fax +49 (0) 89.660 78 689

Email: steinbeisser@sausalitos-holding.de
www.sausalitos-holding.de
www.sausalitos.de

ganz klar eine noch stärkere Positionierung und Vernetzung der virtuellen- und realen Welt in den Filialen.

Wörter: 316

Wörter (mit Leerzeichen): 2.624

Kontakt:
Andreas Steinbeißer
Leiter Unternehmenskommunikation

Sausalitos Holding GmbH
Tassiloplatz 7
81541 München

Tel. +49 (0) 89.660 78 671
Mobil: +49 (0) 173.35 27 543
Fax +49 (0) 89.660 78 689

Email: steinbeisser@sausalitos-holding.de
www.sausalitos-holding.de
www.sausalitos.de

Bilddatenbank für druckfähige und lizenzfreie Bilder finden Sie im Pressebereich, Album SAUSALITOS, unter: http://sausalitos-holding.de/index.php?id=downloads0&q2_itemId=839

Das Unternehmen Sausalitos Holding GmbH

SAUSALITOS zählt zu den wachstumsstärksten Unternehmen der deutschen Systemgastronomie. Spezialisiert auf ein breites Angebot an Cocktails und Speisen der Tex-Mex Küche, ist das Unternehmen in der Freizeitgastronomie klar positioniert.

Die SAUSALITOS- Filialen umfassen in der Regel vier Bereiche: eine Bar, ein Bistro, ein Restaurant sowie eine Terrasse bzw. Biergarten. Der optische Auftritt ist geprägt durch den authentischen „Santa Fe Stil“. Mit einem einheitlichen Look in den Farben Beige, Blau und Rot wird die Zusammengehörigkeit der einzelnen Filialen auf den ersten Blick ersichtlich.

Durchschnittlich 3 Millionen Menschen besuchen jährlich die Spaß-Marke der deutschen System- und Freizeitgastronomie, die immer mehr Fans gewinnt.

1994 wurde das Konzept vom Unternehmer-Paar Gunilla und Thomas Hirschberger entwickelt. Seitdem ist die Systemgastronomiekette mit wachsendem Erfolg auf dem deutschen Markt vertreten.