De Milkshakebar 2.0

Een Milkshakebar die het beste kan inspelen op ingrijpende veranderingen in de maatschappij, zoals de corona-crisis. Deze Milshakebar die dit allemaal kan noemen we De Milkshakebar 2.0. Om dit te realiseren moeten we veranderingen aanbrengen aan het bestaande concept van de bar.

# Service

Tevredenheid is erg belangrijk bij een kleine horecaonderneming. Veel van je reclame zullen klanten zijn die vertellen over hun ervaringen bij de bar. Daarom moeten de Milkshakebar meer klantgericht gaan werken, de tevredenheid van de klant staat voorop. De klant moet actief benaderd worden een idee hiervoor is een kortingspas. Met deze kortingspas krijg je elke keer 5% korting of kan de klant sparen voor een gratis milkshake. Om deze pas te bemachtigen moet de klant akkoord gaan om zijn of haar e-mailadres achter te laten. Via de e-mail is het dan mogelijk om de klanten met een pas exclusieve acties aan te bieden. Voorbeelden van zulke acties zijn 2e milkshake gratis of korting op een nieuwe soort milkshake om deze te promoten. Ook is het mogelijk om via deze pas een database op te bouwen met het koopgedrag van klanten en daaropin te spelen. Stel dat een klant vaak een vanille milkshake koopt dan is het mogelijk om een persoonlijke actie aan te bieden op de vanille milkshake. Onder aan deze e-mails is het eventueel mogelijk een tevredenheid formulier toe te voegen. In dit formulier kan de klant dan feedback achterlaten over de service, de kwaliteit van het product en de acties.

# Flexibel

De Milkshakebar moet erg flexibel zijn tijdens veranderingen in de maatschappij zeker nu met de corona-crisis. De Milkshakebar valt onder horeca hierdoor is het binnen zitten bij de bar niet mogelijk wanneer de cijfers weer zullen stijgen. Buiten zitten is een optie maar dat is natuurlijk niet aantrekkelijk met erg slecht weer. Een afhaalbalie is dan een mooie oplossing aangezien dit meestal wel toegestaan is tijdens bijvoorbeeld een nieuwe lockdown. Een mooie toevoeging aan een afhaalbalie zou het realiseren van een online order systeem zijn. De klant kan online zijn of haar bestelling plaatsen en ook direct betalen. Ook krijgen ze dan de keuze om te kiezen tussen afhalen (bij de afhaalbalie) en bezorgen. Wanneer de klant bezorgen kiest wordt de bestelling dan via Thuisbezorgd aan de deur afgeleverd. Een nadeel van het online bestellen en bezorgen is wel dat er een schaalvergroting plaats moet gaan vinden binnen het bedrijf. Dit houdt in dat de productie omhoog zal moeten gaan en er ook meer personeel nodig gaat zijn. Maar wanneer deze veranderingen doorgevoerd gaan worden zal de mikshakebar onder bijna elke situatie kunnen blijven draaien.

# 2.0

Met deze aanpassingen zal De Milkshakebar 2.0 meer klantgericht en flexibeler dan ooit worden. De veranderingen zullen de bar de toekomst in schieten en meer succesvol dan ooit maken. Door de invoering van klantgerichte reclame zullen alle klanten meer tevreden zijn dan ooit tevoren. Deze tevreden klanten zullen vrienden en familie vertellen over De Milkshakebar van Guus Spuit en voor je het weet heeft iedereen in de stad het er over. De bar gaat meer klanten aantrekken dan ooit tevoren met het nieuwe online order systeem en het bezorgen van de milkshakes. Overal zal je de milkshake beker van Guus Spruit zijn Milkshakebar zien.