



24-Stunden-Service für die Gäste: Das Online-Kontaktformular

Internationalität und dem unterschiedlichen Anspruch ihrer Gäste gerecht zu werden. Ob Tischreservierung, Routenplaner, Lunchbox-Bestellung, Information über die Öffnungszeiten oder das Angebot an Sushi-Kursen: Alles sollte übersichtlich und schnell auffindbar sein, mit einem Design, das dem hohen ästhetischen Ideal der japanischen Küche gerecht wird – und natürlich mehrsprachig. Eine Funktion zur Erfolgskontrolle und Vermarktung von Zusatzofferten stand ebenfalls auf dem Wunschzettel.



Die neuesten Termine – mit wenig Aufwand selbst eingepflegt

Oberstes Gebot: Frische. Das gilt nicht nur für die Küche

„Meiner Meinung nach gibt es nichts Schlimmeres als veraltete Informationen auf einer Website“, findet Frau Arakawa. Genau dies ließ sich bei der bisherigen Agenturlösung für das Kintaro aber nicht immer vermeiden – zu groß war die Abhängigkeit von der Verfügbarkeit anderer zur Pflege und Aktualisierung der Homepage. Darum beschloss die Familie, dies künftig selbst in die Hand zu nehmen: mit der für ihre Branche maßgeschneiderten CM4all Business Premiumlösung.

Besonders die Termine für die beliebten monatlichen Sushi-Kurse, die von Herrn Arakawa persönlich durchgeführt werden, sind dank der neuen Website nun immer brandaktuell. Obwohl sich beide Arakawas als „nicht sehr internetaffin“ bezeichnen, konnten sie sich spielend in die nahezu selbsterklärende Benutzeroberfläche der Gastro-Edition einarbeiten. Nun ist es problemlos möglich, von jedem beliebigen Rechner aus und zu jeder Zeit Termine und Informationen selbst auf den neuesten Stand zu bringen.

Die Welt auf einer Website

Das Kintaro genießt auch unter Japanern einen exzellenten Ruf. Deshalb werden die Inhalte der Website auch auf Japanisch angeboten; eine Version auf Englisch ist in Arbeit: „Das ist bei unserem generell sehr internationalen Publikum extrem wichtig“, so Frau Arakawa. Auch hier fand die sympathische Inhaberkategorie die perfekte Lösung in der CM4all Business Gastro-Edition.

Die Kölner Content Management AG (CM-AG), Kooperationspartner des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA), hat mit der Gastro-Edition eine branchenspezifische Premiumlösung entwickelt, die alle Anforderungen von Gastronomen an eine Website abdeckt. Die eigene Homepage zu kreieren, zu aktualisieren und zu pflegen ist damit nur noch ein Aufwand von wenigen Klicks – jederzeit und von überall aus leicht und sicher zu bedienen ohne Programmierkenntnisse.

Durch die über eine Million zur Verfügung stehenden Layout- und Bildkombinationen wird mit einer CM4all Business Website exakt die Atmosphäre kreiert, die der Philosophie des Hauses entspricht – gern auch mittels Integration bereits vorhandener Designelemente, Texte, Bilder und Hausfarben.

Für das Kintaro entschieden sich die Arakawas für Rot und Weiß als dominierende Farben, da diese sowohl in der japanischen Landesflagge als auch in der Kölner Stadtflagge zu finden sind. Auch die private japanisch-kölsche Geschichte der Familie findet auf einer eigenen Seite ihren Platz: „Gäste, die über die Website kommen, erzählen uns oft, dass sie gerade diese persönliche Note sehr schön finden“, freut sich die Gastwirtin.

Bei der Gestaltung der Website führt ein Einrichtungsassistent verständlich und sicher Schritt für Schritt durch alle Stufen, bis hin zur Erstellung eines geprüft rechtssicheren Impressums. Auch das zur Verfügung stehende Bildmaterial ist garantiert lizenzfrei und geprüft. Und sollte es doch einmal „haken“, hilft der qualifizierte Kundendienst gern.

Mehr Zeit für das Wesentliche: Die Gäste

Die einfache Bedienung der CM4all Business Gastro-Edition wird durch das Widget-Konzept gewährleistet. Widgets sind kleine Programme oder Anwendungen, die ganz einfach per Drag&Drop („Ziehen und Fallenlassen“) in die eigene Website integriert werden können. Die Auswahl ist groß und reicht von Basics wie Kontaktformular und Gästebuch über den Routenplaner für die Anfahrt bis hin zum „gefällt mir“-Button für Facebook.

Dank der neuen Website nahmen die Reservierungsanfragen per Telefon deutlich ab, sodass dem Servicepersonal im Kintaro mehr Zeit für den Gast vor Ort bleibt. Immer mehr Tische werden mittlerweile online angefragt, selbst wenn im Kintaro noch kein vollautomatisches Online-Reservierungssystem genutzt wird, wie es CM4all Business in Kooperation mit externen Anbietern ebenfalls offeriert.



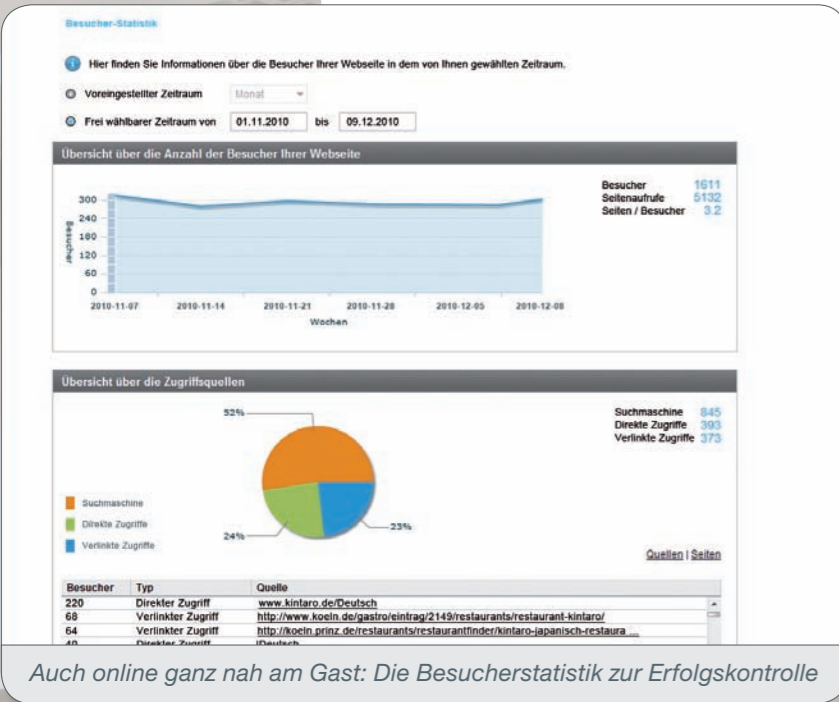
Kürzer suchen, länger genießen: Mühelos zum Ziel mit dem Routenplaner

Perfekt komponiert mit dem gewissen Etwas: Im CM4all Business Menü stimmt alles

Eine informative Website zu kreieren, die den Gästen einen ersten Eindruck vom Stil des Hauses verschafft und, ebenso wie das traditionelle japanische Essen, alle Sinne anspricht, war das oberste Ziel der Arakawas. Inzwischen wissen Frau Arakawa und ihre Tochter, die die



Stimmungsvolle Bebilderung mit nur einem Mausklick: Das clevere Drag&Drop-System



Website mit nur 2-3 Stunden Wochenaufwand pflegen, aber auch die integrierten Instrumente zur Erfolgskontrolle sehr zu schätzen: „Ich schaue fast täglich in die Marketingstatistiken. Besonders interessant ist es zu sehen, über welche Seiten die Besucher zu uns finden,“ so die Wirtin. Außerdem erfahren die Arakawas dadurch, wie viele Besucher

täglich auf die Seite zugreifen und welche Inhalte besonders oft aufgerufen werden. Diese Analyse ermöglicht es der Familie, noch individueller auf die Vorlieben ihrer Gäste zu reagieren und die beliebtesten Angebote entsprechend auszubauen. Dies ist z.B. derzeit bei den Sushi-Kursen der Fall. Neben den Marketingstatistiken zur Analyse des Nutzerverhaltens beinhalten alle CM4all Business Branchenlösungen eine integrierte Vermarktung via Google Adwords™, die Anbindung an soziale Netzwerke sowie die Registrierung bei den beliebtesten Suchmaschinen und in den führenden Branchenverzeichnissen. Durch die ebenso zukunftssichere wie bewährte Technologie und eine präzise automatische Verschlagwortung ist dabei garantiert, dass die Website optimal auf die Anforderungen moderner Suchmaschinen ausgerichtet ist.

Seit dem Onlinedgang der neuen Website aus der CM4all Business Gastro-Edition im April 2010 konnte das Kintaro einen Umsatz- und Besucheranstieg verbuchen. „Wir bekommen sehr gute Resonanz auf die neue Website“, resümiert Frau Arakawa. „Oft bestätigen uns Gäste, dass sie über die Website zu uns gefunden haben. Deshalb führen wir den Umsatzanstieg ganz klar auf die neue Internetpräsenz zurück“.

Appetit auf mehr?

Das Kintaro finden Sie in der Kölner Friesenstraße. Die CM4all Business Gastro-Edition finden Sie im Internet unter www.gastro-edition.de: Hier werden Ihnen kostenlos und absolut unverbindlich die Zutaten für Ihre eigene neue Website gereicht. Testen Sie uns und lassen Sie sich von zahlreichen Referenzseiten inspirieren! Sie bieten exquisite Küche – und wir den perfekt abgeschmeckten Internetauftritt.

Kooperationspartner des
DEHOGA
BUNDESVERBAND

Content Management AG
01803/454 555*
vertrieb@cm4allbusiness.de
www.gastro-edition.de

* 9ct/Min. aus dem deutschen Festnetz,
Mobilfunkpreise max. 42ct/Min.

CS-KIN-GA-2-2011

MEHR GÄSTE DURCH PROFESSIONELLE WEBPRÄSENZ

Kölsche Gemütlichkeit und fernöstliches Flair: Was nach unvereinbaren Welten klingt, wird von Familie Arakawa zu einem kunstvoll-harmonischen Gesamtkonzept verwoben. Nicht nur deshalb ist ihr Restaurant „Kintaro“ (dt.: „Goldjunge“) seit über 20 Jahren eine Institution – war es doch das erste Sushi-Restaurant überhaupt in der Dom-Stadt! Dank der CM4all Business Gastro-Edition glänzt das Kintaro nun auch im Internet: Mit einer Unmenge Entdeckenswertem für die Gäste und einer Menge Zeitersparnis für die Inhaber.

Die gelungene japanisch-kölsche Kooperation erschließt sich dem Gast des Kintaro nicht nur dadurch, dass er bei den Sitzgelegenheiten die Auswahl zwischen europäischem Stuhl und japanischer Tatami-Matte hat. Auch das Gastgeberpaar Hedwig und Takusaburo Arakawa bringt das Beste aus beiden Welten zu Tisch: Herr Arakawa die traditionell und meisterhaft zubereiteten japanischen Speisen und seine Frau Hedwig den rheinischen Charme. Dass man dem Koch bei seiner Kunst in der Open Kitchen zusehen kann und Frau Arakawa im Service auch unerfahrenen Gästen alles liebevoll und geduldig erklärt, ist dabei selbstverständlich.

Das Kintaro, 1988 als erstes Sushi-Restaurant in Köln gegründet, ist für viele Gäste nicht nur deswegen fast zum zweiten Wohnzimmer geworden. Unzählige Stammgäste halten dem Lokal seit mehr als zwanzig Jahren die Treue, „sodass ein Abend bei uns manchmal

einem Familientreffen gleicht“, erzählt Frau Arakawa. Diese familiäre Atmosphäre ist eines der Erfolgsgeheimnisse des Kintaro und hat für die Inhaber oberste Priorität.

Eine Website, der man mit wenig Pflegeaufwand eine persönliche Note verleihen kann, war daher für den Internetauftritt des Kintaro unverzichtbar.

Willkommen, Irasshaimase

Neben den Stammgästen finden aber auch viele Touristen, Messegäste und Geschäftsleute den Weg in das Restaurant – nicht wenige über das Internet. Zum einen, weil das Kintaro längst über die Grenzen Kölns hinweg bekannt ist, und zum anderen, weil „Restaurant“ im Internet zu den meistgenutzten Suchbegriffen überhaupt gehört. Daher war es den Arakawas wichtig, ihren Webauftritt stets aktuell zu halten und dabei auch der



Nippons Küche – das Restaurant Kintaro in Köln