

TÜRK DÖNERİNİN GÜÇLÜ SESİ!

DÖNERCİ

Das Magazin für Fleischproduktion, Dönerproduktion, Gastronomie & Gastrotechnik

Nr: 13 Jahr 3

ZKZ 61257

Mayıs/Haziran - Mai/June 2007

wir sind **3** Jahre Alt
YAŞINDAYIZ

Dönerin Başkentleri

Wie servieren Sie den Döner?

Daum: Dönersiz Hayat Düşünemiyorum!

Türkiye Hazır Döner'i Yeni Keşfediyor...

100 SAYFA

BUZDOLABI deyip geçmeyin

Restoran ya da kafeteryada rahat eden müşteriler tekrar gelir. Yiyecek ve içeceklerin kalitesi kadar, personelin nezaketi de bunda belirleyici rol oynar. Bu, köşedeki ufak büfe için bile geçerlidir. Gıda maddelerini taze kalmasını sağlayan güvenilir soğutucu cihazlar vazgeçilmezdir. Ya da, hem soğuk içecekleri servise hazır halde tutan, hem de sıklıkla daracık olan satış mekanına görsel olarak mükemmel uyum sağlayan buzdolapları.



İçecek üreticileri uzun zaman önce, vitrin buzdolaplarının soğutucu görevinin yanında reklam etkisini de keşfetmiş durumdalar. Dikkat çekici bir logo ya da yazıyla müşterilerin dikkatini kendilerine çekiyorlar.

Gastro-Cool Genel Müdürü Christian Machers, "Henüz fazla tanınmayan markalar için satış noktasındaki sürekli reklam, ürünlerinin tanınmasını sağlama ve satış rakamlarını önemli ölçüde artırma imkanı sunuyor," diyor. Dahası, müşteri malları vitrin buzdolabının cam kapısının içinden görebildiği zaman, soğuk içeceklerin satışı yüzde 50'den fazla artırılabilenkte.



Multifunktional: Mit Glastürkühlschränken kühlen und werben

Nur diejenigen Gäste, die sich in einem Restaurant oder einem Imbiss wohl fühlen, kommen auch wieder. Die Qualität der Speisen und Getränke ist genau so entscheidend wie die Freundlichkeit des Personals. Dies gilt auch für den kleinen Imbiss um die Ecke.

Unverzichtbar sind zuverlässige Kühlgeräte, durch die Lebensmittel frisch gehalten werden können. Oder Kühlschränke, die kühle Getränke bereit halten und optisch perfekt in den oftmals nur kleinen Verkaufsraum passen.

Neben der Kühlfunktion haben Getränkehersteller längst auch die Werbewirkung der Displaykühlschränke entdeckt.

Mit einem aufmerksamkeitsstarke Logo oder Schriftzug ziehen sie die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich. „Noch nicht so bekannten Marken bietet die kontinuierliche Werbung am Point-of-Sale die Chance, ihre Produkte bekannt zu machen und ihre Verkaufszahlen maßgeblich zu steigern“, so Christian Machers, Geschäftsführer des Unternehmens

Gastro-Cool. Zusätzlich lässt sich der Abverkauf der Kaltgetränke um über 50 Prozent steigern, wenn der Kunde die Ware durch die transparente Glastür des Displaykühlschranks sehen kann.

Fazit: Displaykühlgeräte erfüllen gleich zwei wichtige Funktionen für den Unternehmenserfolg. Durch die zuverlässige Kühlung tragen sie zur Qualitätssicherung der Lebensmittel bei und eröffnen darüber hinaus Möglichkeiten zur Vermarktung direkt an der Verkaufstheke.