

kunz AG art of sweets, Frick

Marketing mit kulinarischem Genuss

Markus Kunz,
Inhaber kunz AG art of sweets
Bäckerei, Konditorei, Confiserie,
Café Frick, Gipf-Oberfrick, Stein

Die Marketingkommunikation der Bäckerei Konditorei Confiserie Café kunz AG art of sweets wird in einem kostenbewussten Umfang gezielt und erfolgreich umgesetzt. Die Kooperation und die Kreativität zwischen Produktions-, Verpackungs-, Werbe- und Verkaufsmassnahmen wird im vielschichtigen kulinarischen Betrieb mit Sorgfalt und mit Liebe zum Detail auf einen Nenner gebracht.



Markus Kunz

In der Bäckerei, Konditorei und Confiserie kreiert das kunz-Team täglich eine sehr grosse Auswahl von Broten, Snacks, Gebäck, Torten, Desserts, Pralinés, über 300 verschiedene Konfitüren und hochwertige Schokoladespezialitäten. Der Fachbetrieb vereinigt Handwerk, Tradition und Innovation. Die kunz-Werte sind: Qualität, Frische, Vielfalt, 100 % Eigenfabrikate, Freundlichkeit, Fairness und Ausbildung. In Frick wird neben dem traditionsreichen Ladengeschäft seit sechs Jahren ein Café mit 90 Sitzplätzen betrieben. Vor rund einem Jahr investierte die Familie Kunz aus Überzeugung in einen modernen und neuen Verkaufsladen mit einem grosszügigen Café im Brot-Chorb-Center in Stein AG. Die

kunz AG art of sweets unter der Leitung von Madeleine und Markus Kunz beschäftigt heute total 70 Mitarbeitende und 13 Lehrlinge.

Qualitäts- und Kostenbewusstsein

Ohne effektives Marketing besteht auch als Bäckereibetrieb kaum eine Chance, sich im Marktumfeld der Gegenwart zu etablieren und zu halten. Wer sich behaupten will, muss sein Unternehmen bekannt machen und die angebotenen Produkte oder Dienstleistungen verkaufen. Hier setzt der Bäckereifachbetrieb auf die Zusammenarbeit mit einem spezialisierten Kreativbüro: Werkform. Die Firma Werkform erarbeitet und gestaltet zum Beispiel Verpackungslösungen, die wirkungsvoll, aber auch kostenoptimiert produziert werden können. Sie unterstützt die kunz AG art of sweets in der Planung und Realisation sämtlicher saisonaler Werbemassnahmen wie zum Beispiel der Menükarten, der Insetrate oder der Postautowerbung. Die konsequente Anwendung des Logos, der Hausfarbe Lila und der Bildwelten der Produkte bildet dabei einen Eckwert für den starken Auftritt im definierten Corporate Design. Die bereits langjährige bewährte Zusammenarbeit mit dem externen Kommunikationspartner verschafft dem Bäckereifachbetrieb Zeiteinsparungen, schnelle Entscheidungsfindungen, Know-how-übergreifende Inputs und eine klare Kostentransparenz.

Innovationen und Raum für Neues

Die Kenntnis der Kundenbedürfnisse ist eine zentrale Grundlage für den Erfolg der kunz AG art of sweets. Diese Informationen ermöglichen die strategische Ausrichtung im Hinblick auf die Positionierung und die weitere Entwicklung des Unternehmens. Ein wirkungsvolles Marketing muss systematisch geplant und konsequent umgesetzt werden. Eine gute Kom-



Kunz
the art of sweets

munikation hilft, das Image aufzubauen und langfristig zu festigen und zu sichern. Die Zielsetzungen sind:

- die durchgängige Identifikation des kunz Corporate Designs als wichtigen Erkennungswert (Fahrzeuge, Mitarbeiterkleidung, Produktauszeichnungen, Verpackungsmaterialien etc.)
- ein unverwechselbares Angebot zu schaffen
- den Kunden und Gästen einen klaren Nutzen mit den gekauften Produkten und Dienstleistungen zu geben

Entscheidend ist der Marketingmix

Die ideale Kombination der vier Hauptkomponenten der Marketinginstrumente ist der kunz AG art of sweets ganz wichtig: Produkt- und Sortimentspolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik und Vertriebspolitik. Das Marketing ist dann erfolgreich, wenn der Marketingmix bei der Kundschaft ein stimmiges Bild und ein gutes Gefühl in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen erzeugt. In diesem Sinne geben wir unser Bestes und freuen uns auf unsere Kunden und Gäste – Tag für Tag.

