

Restaurant de Leuf



In 1988 kochten Paul en Sandra van de Bunt een monumentale vakboerderij uit het jaar 1769, gelegen in het Zuid-Limburgse Ubachsberg. Deze boerderij draagt de toepasselijke naam 'De Leuf', Limburgs dialect voor de overkapping tussen de poort en het woonhuis van een boerenhoeve.

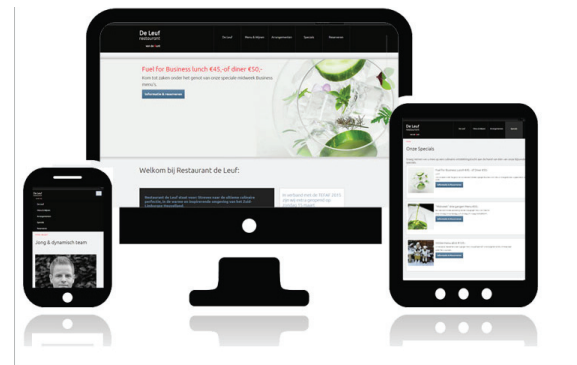
In datzelfde jaar wordt Restaurant de Leuf gestart en het werk van autodidact Paul en Sandra wordt in 1996 beloond met de eerste Michelinster, gevolgd door de tweede in 2007. In 2009 wordt Sandra uitgeroepen tot 'Gastvrouw van het Jaar' door restaurantgids Gault Millau en Paul behaalt in 2012 zijn Meesterkok titel en de Gault Millau titel 'Chef van het jaar 2013'. Het onverwachte overlijden van Paul van de Bunt in april 2014 markeert het begin van een nieuwe periode, waarin zoon Robin aan de zijde van Bas van Kranen het hoge niveau en de filosofie van De Leuf in ere houdt. Begin 2015 wordt tijdens de Horecava de prestigieuze kookwedstrijd om 'De Gouden Koksmuts' gewonnen.

Silver Arrows en Restaurant de Leuf

Paul en Sandra van de Bunt leerden Silver Arrows Multimedia in de persoon van Philip van Uden kennen in 2003. Philip destijds net gestart had op dat moment de websites van een aantal gerenommeerde restaurants opgeleverd.

De ervaring in de dienstverlening voor ambachtelijke, creatieve en innovatieve horecabedrijven in combinatie met een persoonlijke klik vormden de ingrediënten voor het ontstaan van een jarenlange relatie tot op de dag van vandaag. Inmiddels is vorig jaar de vierde volledig vernieuwde website van de Leuf gelanceerd.

Sinds september 2014 maakt Restaurant de Leuf gebruik van de 360° online dienstverlening van Silver Arrows, waaronder onder andere het inhoudelijk en technisch onderhoud van de responsive website, het opmaken en verzenden van digitale nieuwsbrieven en het ondersteunen bij campagnes en posts via social media vallen. Analyse van online bezoekersstatistieken in combinatie met een actief onderhouden marketingkalender vormen belangrijke input voor de dagdagelijkse massacommunicatie.



"Een prachtige up-to-date website, maandelijks sparren met Philip, en Roos die direct en goed onze ideeën uitvoert. Een flinke, onmisbare steun in de rug."

Sandra van De Bunt

Resultaten van de Dienstverlening

Website

De website van Restaurant de Leuf wordt al jarenlang goed bezocht. In 2014 is de website bijna 55.000 keer bezocht. Ruim 41.000 unieke bezoekers hebben een kleine 150.000 pagina's bekeken in een gemiddelde bezoekduur van circa 3 minuten.

Najaar 2014 is de website vernieuwd. Het rendement van de vernieuwing is terug te zien in de statistieken, ten opzichte van de vorige website is:

- Het aantal bezochte pagina's met 11% gestegen
- Het aantal pagina's per bezoek met 12 % gestegen
- De gemiddelde bezoekduur gestegen met 9%
- Het bezoek via mobiele telefoons en tablets met 9% gestegen
- Het aantal bezochte pagina's en de gemiddelde bezoekduur via mobiele telefoons is gestegen met 27%.

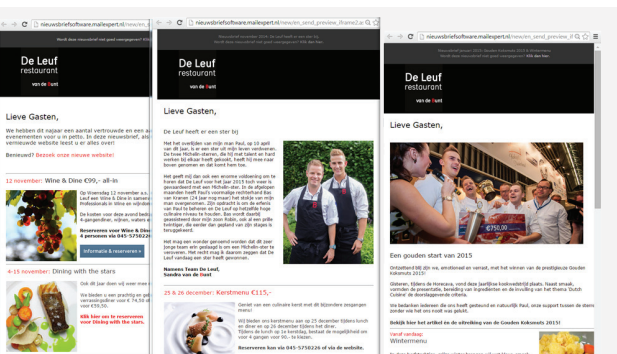


Facebook

In 2014 heeft de Facebookpagina van de Leuf een stevige groei doorgemaakt. Dit blijkt o.a. uit de stijging van het aantal likes: van 1164 begin 2014 naar 2010 eind 2014 en het bereik: in 2014 zijn de berichten van de Leuf in totaal meer dan 260.000 keer gelezen, waarbij het gemiddelde bereik van de post rond de 2.760 personen lag.

Sinds de start van het 360° online abonnement op 1 september 2014, ondersteunt Silver Arrows bij het creëren van betrokkenheid onder de volgers op Facebook. Dit heeft geleid tot een groei van het aantal likes van 1535 naar 2366. Het bereik laat een stevige stijgende lijn zien. Zo werden met een post in het kader van de Michelin ster ruim 111.000 mensen bereikt, ontving de post meer dan 3.100 likes en 360 comments.

We richten ons op het aantrekken van meer bezoekers naar de website vanuit Facebook. Sinds najaar 2014 is dit verkeer met ruim 1600% gestegen.



Digitale Nieuwsbrief

Restaurant de Leuf informeert haar gasten regelmatig per digitale nieuwsbrief. Gemiddeld genomen worden de mailingen door 40% van de ontvangers geopend, hiervan klikt 12,5% door naar de website.

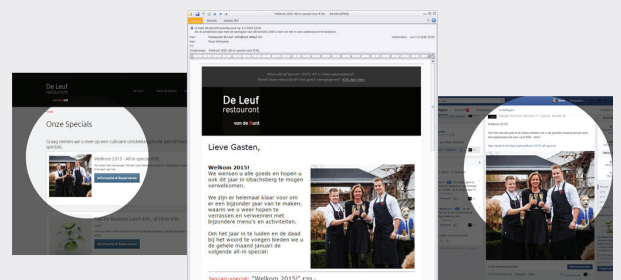
Circa 15% van de reserveringen via de website worden direct vanuit een nieuwsbrief gedaan.

360° praktijkvoorbeeld: "Welkom 2015"

Januari is doorgaans een erg rustige maand, zeker in de horecabranche. Tijdens één van de periodieke besprekingen is besloten de rustige januari maand 'te lijf te gaan' met een aantrekkelijke all-in nieuwjaarsaanbieding "Welkom 2015".

De promotie werd al voor de feestdagen voorbereid en gepland en in de eerste week van het nieuwe jaar breed verspreid via website, nieuwsbrief en social media.

150 personen hebben in januari in de Leuf van de special genoten!



Toekomst

Al jarenlang bestaat er een zeer prettige en succesvolle samenwerking tussen Silver Arrows en Restaurant de Leuf. De ambitie voor de toekomst ligt in het nog meer gestructureerd en meer doelgericht analyseren en optimaliseren van ieder online marketingkanaal afzonderlijk. De 360° online dienstverlening waarbij we maandelijks bij de Leuf aan tafel zitten, vormt hiervoor de perfecte basis. Een objectieve, op cijfers gebaseerde, analyse van Silver Arrows en de wensen en plannen van de Leuf vormen de basis voor optimalisatie activiteiten. Marketingcampagnes worden in onderling overleg uitgedacht en uitgevoerd. Goede verslaglegging geeft inzicht in de resultaten van alle activiteiten. Zo leren we samen wat het beste werkt en hoe we het optimale resultaat kunnen behalen.

