

Einfallsreich

Wie Sie neue Kunden finden

Wie schaffen Sie es, neue Kundenkreise anzusprechen? Ganz einfach: Nehmen Sie sich genügend Zeit für kreative Auszeiten – und denken Sie positiv.

Denn Gedanken wie: „Das kostet zu viel“, „Das habe ich immer so gemacht“, „So geht das nicht“, „Ja, aber ...“, „Das habe ich alles schon versucht und es hat ja nichts gebracht“ oder „Wie soll ich das noch schaffen“ sind echte Miesmacher, wenn es darum geht, neue Kunden für Ihr Nagelstudio zu gewinnen. Auch Sie

möchten sicher abseits der täglichen Routine – ohne Regeln oder Zeitplan – Ideen sammeln und kreativ sein, um neue Kundenkreise zu binden, selbstverständlich ohne Ihr Budget zu sprengen. Lesen Sie hier, wie Sie Kreativität in Ihren Berufsalltag integrieren.

In Zeiten, in denen viele Dienstleister ähnliche Leistung anbieten und der Kunde nicht erkennen kann, wo sein individueller Nutzen oder aber auch der Unterschied zwischen den einzelnen Angeboten liegt, entscheidet er einzig und allein über den Preis. Für die Neukundengewinnung ist es wichtig, die Kunden zu begeistern. Diese müssen sich positiv an Sie und Ihre Dienstleistung erinnern – nur dann empfehlen sie Sie auch weiter.

Der erste Schritt zur Neukundengewinnung ist eine Selbstanalyse und anschließende Positionierung am Markt. Dazu benötigen Sie einen Stadtplan, in den Sie zuerst alle Mitbewerber und Branchen in Ihrer Nähe einzeichnen. Dann suchen Sie sich eine Lücke im Plan, um dort eine Neukundenaktion stattfinden zu lassen. Wenn in nächster Nähe alle Mitbewerber eine Urlaubs- und Sommeraktionen propagieren, heben Sie sich kaum ab, wenn auch Sie eine solche anbieten.

Die richtige Idee

Auch Kaufkraft und Kundentypen gehören in Ihre Positionierung. Gliedern Sie Ihren Plan in Stadtteile oder Wohngebiete, suchen Sie nach Golfplätzen, Seniorenheimen oder Sportvereinen. Definieren Sie auch, welche Zielgruppe Sie ansprechen möchten – am besten in einer anderen Farbe.

Um auf andere Ideen als Ihre Mitbewerber zu kommen, ist Ihre Selbstanalyse wichtig: Stellen Sie sich Fragen, die Ihre schöpferischen Kräfte und Ihre Fantasie wecken. Worauf haben Sie Lust? Was ist Ihre Spezialität und persönliche Stärke?



NAILS & MARKETING

Wodurch unterscheiden Sie sich von Mitbewerbern? Listen Sie dafür bitte mindestens fünf Situationen auf, in denen Sie weit über Ihre normalen Leistungen hinausgewachsen sind. Es ist unerheblich, wie weit Ihr Erfolg zurückliegt und in welchem Bereich (z. B. Sport, Beruf, Schule, Kochen, Kinder, soziale Leistung). Für Ihre eigene Analyse ist die Auswahl von Leistungen entscheidend, bei denen Sie über sich hinausgewachsen sind. Nicht entscheidend ist, wie Sie im Verhältnis zu anderen abgeschnitten haben. Wichtig dabei ist, dass Sie Spaß und Freude hatten, es zu tun.

Ausgefallene Aktionen

Im zweiten Schritt nehmen Sie eine sogenannte SWOT-Analyse in Angriff. Mit ihr können Sie Projekte analysieren und konkret bis zur Umsetzung planen. SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) bedeutet übersetzt: Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren. Was sind Ihre Stärken und Kernkompetenzen? Haben Sie besondere Produkte oder Erfahrungen? Wo könnten Schwächen entstehen? Wo benötigen Sie Unterstützung? Wie gewinnen Sie neue Kunden und bauen besondere Fähigkeiten aus? Wie können Sie sich von Mitbewerbern abgrenzen? Welche Schwierigkeiten könnten entstehen?

Spielen Sie diese Analyse dann in einem dritten Schritt an einem konkreten Beispiel durch. Besonders leicht können Sie einen neuen Kundenkreis erschließen, wenn Sie außergewöhnliche Aktionen entwickeln, wie etwa ein Bobby-Car-Rennen für die Kinder Ihrer Kunden. Abseits dieser Aktion können Sie über Ihre Angebote informieren, vielleicht über eine besondere Massage-technik. An die Erwachsenen verteilen Sie Gutscheine für eine besondere Behandlung. Das signalisiert Individualität und wird Ihnen sicherlich einige Kunden mehr bringen.

Im letzten Schritt müssen Sie natürlich Ihren Erfolg kontrollieren. Überlegen Sie, was super lief oder was beim nächsten Mal besser oder anders gemacht werden könnte. Und ganz wichtig ist: Feiern und genießen Sie Ihren Erfolg. ■

Thordis Schütte ist Kosmetikerin und Drogistin. Seit mehreren Jahren arbeitet sie selbstständig als BDVT-Verkaufstrainerin und -Beraterin. Davor sammelte sie in der Kosmetikbranche über 22 Jahre lang Erfahrung im Verkauf und Vertrieb.



Kosmetik
Wellness
Naildesign
Naturkosmetik
Accessoires
Fußpflege
Permanent Make-up

**COSMETICA
BERLIN** 2009
07. - 08. November

Kartenvorverkauf

Bestellen Sie Ihre ermäßigte Eintrittskarte bis zum
28.10.2009

Telefon **0631 3701-6500**

Fax **0631 3701-6501**

Internet **www.cosmetica.de**