

# Kreativ aktiv

## Mit Idee und Witz Kunden gewinnen

Um Stammkunden zu begeistern und neue Kunden zu gewinnen, benötigen Sie gezielte Aktionen. Entscheidend ist eine gute Überzeugungsarbeit – Kreativität vorausgesetzt.

Es ist ein bisschen so wie in der Küche, die besten Rezepte entstehen beim Probieren neuer Kombinationen der Zutaten. Durch das kreative Zusammenstellen oder Ausprobieren werden die besten Ideen und Innovationen entwickelt. In der Vergangenheit sind viele Ergebnisse durch Zufälle entstanden – zum Beispiel das Penicillin durch eine verschimmelte Bakterienkultur oder das Telefon durch das Entwickeln eines Hörgerätes.

### Die drei Zutaten

Drei „Zutaten“ sind wichtig, um die eigene Kreativität anzuregen, die Sie als Naturkosmetikerin zu neuen Ideen für Ihren Institutsalltag führt. Die erste ist: Neuheit. Um Kunden zu begeistern, ist es wichtig, von einer zusätzlichen Idee in der Behandlung bis hin zu einem Event etwas Neues zu bieten. Kopieren von anderen macht nur gleicher und nicht einzigartig. Es geht darum, wirklich Neues zu erfinden, auch wenn die Kunden nicht danach fragen. Hätte zum Beispiel Carl Benz seine Kunden gefragt, was sie sich

wünschen, hätten sie eine schnellere Kutsche verlangt. Die zweite „Zutat“ ist: Fachwissen. Ihre Fähigkeiten und Kenntnisse sind hier gefragt. Je mehr Grundwissen Sie haben, desto kreativer können Sie auch agieren – Ihre ständige Weiterbildung vorausgesetzt. Die dritte „Zutat“ ist: Leidenschaft, die innere Motivation. Leidenschaft ist wichtig für Kreativität. Erfolgreiche Sportler, Künstler oder Geschäftsleute haben eines gemeinsam – sie lieben ihre Tätigkeit.

### Stellen Sie sich Fragen!

Fragen regen die Fantasie an, und nur mit Fantasie entstehen kreative Ideen – etwa im Falle einer zu planenden Stamm- oder Neukundenaktion für Ihr Naturkosmetikinstitut. Beispiele für Fragen zum Thema Neuheit sind unter anderem:

■ Mit welchen Produkten/Firmen kann ich meinen Kunden etwas

Neues anbieten?

- Welche Behandlung kann ich neu formulieren? Wie mache ich aus einer Naturkosmetikbehandlung ein Jahreszeiten-Treatment, inklusive neuer Kabinendekoration?
- Was weiß ich über Trends am Naturkosmetikmarkt und wie kann ich mich darüber informieren?
- Welche Art Kunden möchte ich mit meinem Angebot ansprechen?



Foto: Fotolia/Kurhan



Fragen zum Thema Leidenschaft sollten Sie sich ebenfalls beantworten. Albert Einstein formulierte einmal: „Im Raum des Problems finden wir keine Lösungen.“ Um auf „Ich-Stärken“ zur Kundenbegeisterung zu kommen, sollten Sie zunächst eine schrittweise Motivatorenanalyse durchführen – und zwar in entspannter Atmosphäre und nicht am Arbeitsplatz.

### Die drei Schritte

■ Schritt 1: Listen Sie mindestens fünf Situationen auf, in denen Sie weit über Ihre normalen Leistungen hinausgewachsen sind und viel Freude empfanden. Es ist unerheblich, wie weit Ihr Erfolg zurückliegt und in welchem Bereich Ihre Superleistung lag (etwa Sport, Beruf, Soziales, Schule). Für Ihre Analyse ist die Auswahl von Leistungen entscheidend, bei denen Sie stark über sich hinaus gewachsen sind, nicht entscheidend ist, wie Sie im Verhältnis zu anderen abgeschnitten haben!

■ Schritt 2: Wählen Sie von Ihrer Liste der Erfolgserlebnisse eines aus, für dessen Analyse Sie sich sofort interessieren. Gehen Sie in Gedanken zu diesem Ereignis zurück und notieren Sie sich, was genau so richtig toll daran für Sie war.

■ Schritt 3: Entwickeln Sie aus dem Erfolgserlebnis eine Kundenaktion. Ein Beispiel: Ihr Erfolgserlebnis war ein mitreißender Vortrag vor dem Elternbeirat. Das Thema lag Ihnen und Sie ernteten riesigen Beifall – darüber freuen Sie sich noch heute. Daraus kann eine leidenschaftliche Kundenaktion entstehen, bei der Sie

zum Beispiel Kunden abends zu einem aktuellen 30-minütigen Vortrag zum Thema „Neue Trends in meinem Naturkosmetikstudio“ einladen. Dann bitten Sie anschließend für eine weitere halbe Stunde zu einem kleinen Snack oder einem Glas Sekt. Währenddessen können Sie sich mit Ihren Kunden austauschen. Zum Abschluss laden Sie zum Ausprobieren der Produkte ein oder zeigen einen aktuellen Make-up-Look für natürliche Schönheit. Ein weiteres Beispiel: Ihr Erfolgserlebnis war das Ausrichten einer Orientierungs-Rallye mit Fahrrädern. Sie haben alles detailliert geplant, Ihre Freunde waren total begeistert. Manchmal, wenn Sie diese Freunde treffen, sagen sie: „Weißt du noch, deine tolle Rallye?“ Daraus kann eine unterhaltsame Fahrrad-Rallye für Ihre Kunden werden, die sie begeistert und noch lange positiv daran zurückdenken lässt. Und damit auch an Sie! Zu dieser Rallye bieten Sie dann eine „Aktiv-Behandlung“ via Flyer an, die Sie exklusiv nur für die Teilnehmer entwickelt haben und in Ihrem Naturkosmetikinstitut umsetzen.

Viel Kreativität, ein wenig Risikobereitschaft und Mut, mal nicht mit der „Masse zu gehen“, bringen Spaß und überzeugte Kunden. Gleichzeitig steigern Sie mit Aktionen der anderen Art Ihren Bekanntheitsgrad. Sie fallen auf, machen auf sich aufmerksam – und verdienen Geld. ■

■ Was machen meine Mitbewerber? Denken Sie an andere Studios, Parfümerien und Apotheken. Um einzigartig zu sein, bieten Sie genau etwas anderes! Fragen zum Thema Fachwissen könnten Sie sich so stellen:

- Wo liegt meine Kernkompetenz?
- Was zeichnet mich aus?
- Welche Visionen habe ich?
- Was ist an mir unverwechselbar?

### Auf einen Blick

#### Autorin

**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 im Vertrieb.



#### Kontakt

post@thordis-schuette.de