

NACHGEFRAGT

Wie Studien und Umsatzzahlen belegen, wird immer mehr Geld für Schönheit und Jungerhaltung ausgegeben. Was können unsere Kundinnen tun, um von diesem Trend zu profitieren?

Verkaufstrainerin Corinna Sobotta meint:

Um Umsätze zu steigern haben wir in den letzten Monaten zwei wichtige Faktoren beschrieben und zur Unterstützung Weiterbildung zur Verfügung gestellt. Zum einen mit dem Seminar „Menschenkenntnis für Ihren Erfolg“ und zum anderen mit dem Seminar „Fit für den Verkaufserfolg“. Die Praxis zeigt, dass gelebte Menschenkenntnis und fundierte Fähigkeiten im Verkaufen – erlernt oder als Talent mitgebracht – unentbehrlich sind.

Gibt es noch weitere Erfolgsbausteine?

Marketing! Die Welt muss wissen, dass es mich gibt! Im Falle der Kosmetikerin ist das Selbst-Marketing, also das Personenmarketing der erfolgreichste Faktor. Darüber hinaus unterstützt MALU WILZ seine Kundinnen bereits durch attraktive Flyer oder ansprechende Vorlagen für Mailings.

Was meinen Sie mit Selbst-Marketing?

Es ist ganz klar, dass die meisten Kundinnen Wert auf eine bestimmte Kosmetikerin und die damit verbundene besonders gute Beziehung zu ihr legen. Hier entwickelt die Kundin Vertrauen und Loyalität. Die Kundenbindung durch gute Beratung, individuelles Eingehen, persönlicher und wertschätzender Umgang ist nach wie vor die effizienteste Eigenwerbung. Es geht also darum, als Kosmetikerin meine Dienstleistung so überdurchschnittlich zu gestalten, dass die Kundin immer wieder gerne kommt und kauft. Also mehr und anderes zu leisten, was über die Erwartung der Kundin hinausgeht und ihr einen Nutzen bietet. Damit ist sichergestellt dass die Kundin über die Kosmetikerin positives erzählt und so für sie wirbt. Hier sind



zum Beispiel Empfehlungsgutscheine eine Idee, die die Kundin nach erfolgreicher Weiterempfehlung einlösen kann.

Können Sie uns einen Tipp für das kleine Werbebudget geben?

Was viele nicht wissen, dass in den verschiedenen Bundesländern Fördergelder beantragt werden können. Diese gibt es für Unternehmensgründer und für Unternehmen die bereits länger bestehen. Damit ist es möglich, Profiberatung in Anspruch zu nehmen.

Was muss man dafür tun?

Als erstes informiere ich mich bei den Handwerks- und Handelskammern oder im Internet (z.B. BAFA) darüber. Lassen sie sich nicht von einer Person und Antwort abspesen. Es gibt unterschiedliche Programme, bei unterschiedlichen Stellen. Dran bleiben!

Haben Sie Kunden die diese Fördergelder bekamen?

Ja, mehrere. Es gibt für unternehmerische Beratung (z.B. Marketing) Zuschüsse bis 1.500 Euro. Jedoch werden keine Materialien (Flyer) bezahlt, sondern ausschließlich die Fachberatung.

Was ist Ihr Marketing-Favorit?

Nach der „Weiterempfehlung“ und dem „Selbst-Marketing“ kommt für mich eindeutig das Internet. So günstig und zielgerichtet kann ich nirgendwo sonst werben.

Darüber erzähle ich in meinem Juli Seminar mehr ...