

KONKRETER

E 5838

ERFOLG

Marketing für Beauty-Professionals

BEAUTY
www.beauty-forum.com
FORUM



10/2005

Weihnachtsaktionen 2005

Business

Umsatzstrategien
planen jetzt!

Marketing

Erfolgreiche
Weihnachtsaktionen

Praxis

Preiskalkulationen
step by step



Special Events sollten idealerweise nicht zu aufwändig in der Vorbereitung sein, damit es Ihnen auch noch Spaß macht und im Tagesablauf oder in der wenigen Freizeit vorbereitet werden kann. Welche Aktivitäten bieten sich also dazu an? Überlegen Sie auch, ob der Event mit einem Kooperationspartner veranstaltet werden kann, um an neue Kunden zu kommen.

Fit und vital 45+

Wie wäre es denn einmal mit einem Abend zum Thema „Fit und vital

- ▶ Kosmetik für die Frau/den Mann über 45
- ▶ Wie bleibe ich schön ohne Lifting & Co?
- ▶ Gesunde Ernährung statt Diätenwahn
- ▶ Bewegung als Altersvorsorge etc.

Überlegen Sie, welche Bereiche Sie selbst davon abdecken können und hören Sie sich in Ihrem Bekanntenkreis um, ob es dort eine(n) Fitnesstrainer(in) oder Ernährungsberater(in) gibt, mit denen Sie den Abend gemeinsam gestalten können.

sunden Belag selbst so in den Sinn kommt. Vielleicht kann Ihnen auch Ihr Kooperationspartner etwas empfehlen. Es sollte auf alle Fälle möglichst einfach als Fingerfood zu essen sein.

Wenn es möglich ist, stellen Sie frisch gepresste Säfte zur Verfügung. Halten Sie zur Begrüßung einen kleinen Vortrag über die Möglichkeiten, die Sie als kompetente Kosmetikerin haben, dem Alterungsprozess vorzubeugen. Betonen Sie, dass sich hierzu niemand gleich zum Schönheitschirurgen begeben muss. Lassen Sie anschlie-



Neukundengewinnung mit Spaßfaktor

Special Events

Aktive Kundenansprache kann für die eine Kosmetikerin Lust, für die andere Frust sein. „Lust“volle Erlebnisse mit Spaßfaktor für Sie und die Kundinnen bieten Special Events, die Aufmerksamkeit erregen, Laune machen und Ihnen zu neuen Kunden verhelfen.

45+? Gestalten Sie dazu einen Schönheits- und Gesundheitsabend zu diesem Thema in Ihrem Institut und laden Sie Ihre Stammkundinnen über 45 Jahre dazu ein. Allerdings mit der Maßgabe, dass jede Kundin eine Freundin, Bekannte, Kollegin oder ein Familienmitglied (gilt natürlich auch für Herren als Begleiter) mitbringt, die noch nicht Kunden bei Ihnen sind. Themen dieses Abends könnten sein:

Bereiten Sie zum Thema gesunde Ernährung ein paar Kleinigkeiten vor, wie beispielsweise Rohkoststäbchen mit verschiedenen Dips, ein paar „Schnitzchen“ aus Vollkorn (Frisches und Leckeres aus Vollkorn kann das Vorurteil „Körnerfresser“ für Menschen, die sich gesund ernähren, durchaus widerlegen). Wählen Sie als Belag leckeren Aufstrich wie Guacamole, gehackte und gewürzte Tomaten, Kräuterquark mit Schnittlauch oder was Ihnen an ge-

hend Ihren Kooperationspartner an dem Abend ebenfalls einen Vortrag halten, wie ein vitales Leben für reife Menschen aussehen kann und sollte. Anschließend besteht dann die Möglichkeit zur Diskussion, zum Austausch und zum Testen von Produkten.

Ein solcher Abend bietet sich besonders an, wenn Sie ein neues Produkt oder eine ganze Produktlinie zu diesem Thema einführen wollen. Gerade bei den Anti-Aging-Programmen kommt immer wieder Neues auf den Markt, das Sie vielleicht mit aufgenommen haben und nun Ihrer gesamten Kundschaft und vor allen neuen Interessenten vorstellen können. Nutzen Sie die Gelegenheit mit einem solchen Motto-Abend. Er erfordert nicht viel Dekoration, Umbau oder aufwändige Vorbereitung, trifft aber ein absolutes Zeitgeistthema.

Ein entspannter Abend

Eine weitere Möglichkeit für ein Special Event: Bieten Sie Ihren Kunden und

Kundinnen einen „etwas anderen Abend“ bei Ihnen an. Organisieren Sie dazu einen Kooperationspartner, der Yoga- oder Wellnesstrainer ist bzw. Erfahrung mit Meditation oder Ähnlichem hat. Ihre Kunden laden Sie nach dem schon vorher vorgestellten Prinzip (Stammkunden plus Begleitung) ein. Sie sollten dazu einen Raum haben, in dem acht bis zehn Personen Platz finden. Sorgen Sie in dem Raum für gedämpftes Licht, z.B. durch Salzlampen oder schöne Tücher. Lassen Sie Ihrer Fantasie und Kreativität freien Lauf, um eine ange-

ndem er je nach Angebot sein eigenes Informationsmaterial auslegt bzw. Seminare, Entspannungs-CDs oder Wellness-Ratgeber anbietet. Wenn die Aktion noch vor Weihnachten stattfindet, können Sie mit dieser Aktion gleich attraktive Weihnachtsgeschenke für Familie oder Freunde und hübsch verpackte Geschenkgutscheine anbieten.

Übrigens sollten Sie je nach Umfang Ihrer Leistungen vorher die Frage klären, ob Sie für einen solchen Abend Eintritt verlangen. Das bleibt Ihnen überlassen und wie Sie mit Ihrem Part-

Umsatz anzukurbeln. Überlegen Sie sich dazu Produktkombinationen, die gut zusammenpassen, und verpacken Sie diese zusammen als Weihnachtsgeschenk. Als Hingucker packen Sie noch etwas hinzu, was Sie üblicherweise nicht verkaufen. Das können beispielsweise schöne Duftkerzen sein, Entspannungs-CDs, weihnachtliche Dekorationsartikel oder andere schöne Ideen. Schnüren Sie dabei Päckchen verschiedener Preiskategorien. Verpacken Sie in diesem Stil auch einzelne Produkte.

Bei den fertig verpackten Produkten oder Kombis sollte immer etwas dabei sein, was sonst nicht üblicherweise bei Ihnen zu erwerben ist. Bereiten Sie sich auch auf einen Verpackungsservice vor, falls Kundinnen ein individuelles Produkt erwerben und es sich von Ihnen verpacken lassen möchten.

Für die richtige Atmosphäre sorgen Sie mit weihnachtlichem Gebäck wie Plätzchen, Stollen oder Lebkuchen und schenken Glühwein und Früchteputz ohne Alkohol oder Weihnachtstee aus. Im Hintergrund kann angenehme Musik laufen. Vorsicht mit Weihnachtsmusik, die viele Kunden als aufdringlich empfinden. Als stimmungsvolle Kerzen sollte es bei Teelichtern in weihnachtlichen Gläsern bleiben, die eine gewisse Sicherheit vor Verbrennungen oder sonstigen Unfällen bieten.

Wie lange Sie Ihren Weihnachtsnachmittag abends ausdehnen wollen, bleibt Ihnen überlassen und hängt natürlich auch von der allgemeinen Stimmung ab. Länger als bis 18.30 Uhr sollte es aber nicht dauern. Laden Sie auch hier Kunden nach dem bekannten Muster ein oder testen Sie einmal eine Postwurfbendung in Ihrer Nachbarschaft oder Ihrem Ort. Legen Sie auch Einladungen bei Ihren Geschäftspartnern in deren Geschäften aus. Umgekehrt würden Sie das ja auch für deren Werbung tun – oder?



nehme Atmosphäre zu schaffen. Dazu gehören auch CDs mit meditativer Musik. Als Sitzgelegenheit legen Sie Decken und Kissen am Boden aus.

Ihr Kooperationspartner sollte für diesen Wellnessabend ein Programm mit einem Zeitrahmen von ca. 90 Minuten vorbereiten. Das können Entspannungsübungen zum Stressabbau, gedankliche Meditationsreisen, Yoga oder andere geeignete Konzepte sein. Nach dem „Chill out“ können Sie in entspannter Atmosphäre Wellnessgetränke wie Obst- und Gemüsesäfte, Kombucha etc. und ggfs. einen gesunden Imbiss anbieten. Während sich Ihre Kunden austauschen, stellen Sie den Neukunden Ihr Institut vor, verteilen Sie Ihre Institutsbroschüre und möglicherweise auch Kennenlern-Gutscheine. Stellen Sie besonders die Produkte heraus, die Sie zum Thema Wellness und Entspannung anbieten, und geben Sie Gelegenheit, die Produkte zu testen.

Auch Ihr Kooperationspartner sollte natürlich von dem Abend profitieren:

ner verhandeln. Durchaus vorstellbar ist es aber, da Sie etwas Besonderes bieten und nicht immer alles umsonst sein muss.

Ein weihnachtlicher Nachmittag

Apropos Weihnachten, laden Sie Kunden und Noch-nicht-Kunden doch einmal zum Adventskaffee gegen 15 Uhr an einem Samstagnachmittag in Ihr Institut ein. Am besten noch an den letzten beiden Samstagen vor dem 1. Advent oder gleich am Anfang. Später wird es ja meistens, wie alle aus leidvoller Erfahrung wissen, immer sehr stressig. Angenehmer Nebeneffekt: Die weihnachtliche Dekoration, die Sie Ihrem Studio für den Nachmittag verpassen, müssten Sie für die Weihnachtszeit auch ohne den Event anbringen. So haben sie zwei Fliegen mit einer Klappe geschlagen und können die Deko die ganze Weihnachtszeit über verwenden.

Das Ziel des Adventskaffees ist es natürlich neben der Neukundengewinnung, durch Geschenkeverkauf Ihren



Heidrun-K. Goth
Die Autorin ist Inhaberin von GOIT AKTIV und noch hunderten Ausbildungen als Trainee in den Bereichen Persönlichkeitsentwicklung, Verkauf und Kommunikation tätig. In Trainings und Coachingprojekten sowie als Coachin für mehr beruflichen Erfolg und persönlicher Lebensqualität.