



WORKSHOP „Von der Kundin zum Fan“

An der 16. BEAUTY FORUM SWISS in Zürich erklärt Jörg Hilber, wie Sie Ihre Kunden so richtig für Ihr Institut begeistern können im IFC-Workshop:

■ „Von der Kundin zum Fan: systematische Kundenbegeisterung als Konkurrenzvorteil“

Samstag, 6. März 2010,
13.30–15.00 Uhr,
Raum H5

Weitere Informationen sowie den Anmeldeatlon zum IFC-Workshop-Programm finden Sie in dieser Ausgabe auf Seite 102/103 sowie im Internet unter www.beauty-profi-shop.ch



Systematische Kundenbegeisterung Gewinnen Sie Fans!

Begeisterte Kunden sind die besten Werbeträger für das Institut – und sichern langfristig Ihren Erfolg! Eine entscheidende Rolle spielt dabei der zwischenmenschliche Faktor

■ **BEAUTY FORUM: Warum ist es überhaupt wichtig, die Kunden zu begeistern – reicht es nicht, wenn sie mit der Behandlung im Institut zufrieden sind?**

Jörg Hilber: Weil nur begeisterte Kunden Sie weiterempfehlen. Unser Ziel ist es, aus unseren Kundinnen lebendige Werbeprospekte zu machen. Dazu braucht es mehr als Zufriedenheit. Es braucht eine gefühlsmässige Kundenbindung, die völlige Identifikation mit der Kosmetikerin. Dies müssen wir systematisch erreichen. Das von uns vertretene Konzept der systematischen Kundenbegeisterung



Jörg Hilber | ist Begründer des Konzepts der systematischen Kundenbegeisterung (www.realites.ch)

strebt diese nicht ein Mal, sondern permanent an. Wir möchten, dass jede Kundeninteraktion und jeder Prozess zur emotionalen Bindung des Kunden beiträgt. Dazu gehört wesentlich mehr als einfach freundlich zu sein oder unser Kundin gelegentlich „zu verblüffen“.

■ **Wie gross ist der Aufwand für die Institutsinhaberin, um aus einer Kundin einen echten Fan zu machen?**

Damit ist kein Zusatzaufwand verbunden – weder in zeitlicher noch in finanzieller Hinsicht. Kundenbegeisterinnen ticken einfach anders, arbeiten einfach anders:

- Sie denken und handeln primär aus Kundensicht.
- Sie systematisieren Erlebnis- und Begeisterungselemente.

- Die Kosmetikerin schafft eine Erlebniswelt, die die Kundin auf allen Sinnen anspricht.
- Engagierte, motivierte Kosmetikerinnen schaffen durch ihre Einstellung und ihr Verhalten eine gefühlsmässige Bindung.
- Der wirtschaftliche Erfolg beruht stark auf Weiterempfehlung, Wieder- und Mehrkäufen.

■ **Wie beurteilen Sie die häufige Praxis, ab und zu besondere Aktionen zur Kundenbindung durchzuführen?**

Warum nicht?! Man muss einfach aufpassen, nicht in die Dynamik der Leistungs-inflation zu verfallen – immer mehr Leistung für immer weniger Geld anbieten. Oftmals wird diese Strategie der „Mehr-Leistung“ Kundenbegeisterung, Kundenverblüffung oder Qualitätssteigerung genannt. Sie hat hingegen nichts mit unserer Idee der systematischen Kundenbegeisterung zu tun.

Durch immer mehr Leistung im Sinne von Aktionen, Preisnachlassen etc. treiben wir selber die Konkurrenz an und sorgen für Preisdruck. Kundenbegeisterung entsteht (meistens) nicht durch Leistung, sondern durch das Kundenerlebnis, die Beziehung und unerwartete Elemente. ■