

Total *digital*

7 DIGITALE DIENSTE FÜR DEN INSTITUTSALLTAG – Stress gehört für viele Kosmetikerinnen zum Alltag dazu, obwohl das gar nicht so sein muss. Es gibt heute viele digitale Helfer, die Ihnen Arbeit abnehmen und sogar Ihren Umsatz steigern können. Wir stellen Ihnen sieben solcher Dienste vor, die in Ihrem Institut nicht fehlen dürfen.



Heutzutage geht es um mehr als nur darum, das Handwerk zu beherrschen. Häufig liegt der Unterschied im Erfolg zwischen fachlich gleich guten Instituten auf der betriebswirtschaftlichen Seite, im Bereich Unternehmensauftritt und Service. Das Zünglein an der Waage zum Erfolg kann in der Nutzung von digitalen Lösungen liegen. Wir stellen Ihnen hier ein paar Software- und Online-Dienste vor, die Sie auf dem Weg zum Erfolg begleiten können:

1 Kassensysteme

Sind wir ehrlich – Kritiker gab es damals bei den Smartphones auch. Sätze wie „Mein Telefon soll einfach telefonieren können, mehr brauch ich nicht“ hat man häufiger gehört. Und doch sind Smartphones die Nummer eins unter den Gadgets und begleiten uns in nahezu allen Lebenslagen. Dasselbe gilt für Kassensysteme. Natürlich gibt es immer noch Kassensysteme, die nur kassieren können. Und damit das Finanzamt glücklich

ist, wird eine **Schnittstelle für das Finanzamt** zur Verfügung gestellt. Diese besseren Taschenrechner machen aber nur das Finanzamt glücklich – im Alltag entlasten sie Sie kaum. Cloud-Kassen oder besser „Cloud-Management-Systeme“ sind sicher, vereinen Kasse, Terminbuchungssystem und Kundendatenbank und sind von zu Hause genauso zu erreichen wie im Geschäft. Übrigens – Ihren Steuerberater machen Sie mit solchen Systemen auch

glücklich: Beim Monatsabschluss sitzen Sie nicht mehr stundenlang da, sondern haben ihn mit einem Klick an Ihren Steuerberater übermittelt. Das **spart Ihnen und Ihrem Steuerberater Zeit** und obendrein auch Kosten.

2 Kundendatenbank

Mit einer digitalen Kundendatenbank werden Ihre **internen Prozesse erheblich vereinfacht**. Alle wichtigen Notizen zur Kundin sind direkt mit dem Termin verknüpft und jeder im Institut weiß (und hat es nicht nur so im Kopf), wie die Kundin ihren Kaffee mag, welche Allergien vorliegen oder was beim letzten und allen anderen Terminen zuvor gemacht wurde. Das Erlebnis Ihrer Kundinnen lässt sich dadurch perfekt steuern und Mitarbeiter können sich auf jede Kundin mit einem kurzen Blick vorbereiten. **Das ermöglicht das perfekte Kundenerlebnis.**

Aus Sicht Ihrer Kundin sieht das so aus: Sie kommt zur Tür herein. Der Kaffee entspricht – ohne Nachfrage – genau dem, wie sie ihn liebt und außerdem erinnern sich anscheinend alle Mitarbeiter an ihren letzten Ur-

laub, die Geburtstagsparty der Tochter oder die zuletzt gekaufte Creme. Jeder möchte beachtet und wertgeschätzt werden. Wenn man diese Wertschätzung vermittelt, erntet man **zufriedene Kunden, viele Empfehlungen und damit mehr Umsatz.**

3 Automatische Erinnerung

Das beste Marketing sind Empfehlungen. Wussten Sie zum Beispiel, dass laut einer Nielsen-Studie **92 Prozent aller Kunden eher einer Empfehlung vertrauen?** Der Trick ist, Ihre Kundinnen so glücklich zu machen, dass sie zu Empfehlern werden. Eine Möglichkeit, das zu erreichen, sind **automatische Terminerinnerungen per E-Mail oder SMS**. Diesen Dienst bieten schon viele Termin- und Kassensysteme an. So vermeiden Sie Terminausfälle und Ihre Kunden werden Ihren Service lieben. Ebenso sind **kleine Aufmerksamkeiten wie eine Geburtstags-SMS** sehr wirksam, um die Kundenbeziehung zu stärken.

Tipp: Verknüpfen Sie die Geburtstags-SMS mit einer umsatzsteigernden Botschaft wie zum Beispiel: „Alles Gute zum Geburtstag! Beim nächsten

Besuch schenken wir Dir und einer Freundin zehn Prozent Rabatt bei Vorlage der SMS“. Damit sorgen Sie dafür, dass die Kundin wiederkehrt und vielleicht noch jemanden mitbringt.

4 Statistiken

Einer der wohl wichtigsten Punkte aber sind Statistiken. Leider finden viele Menschen Zahlen langweilig – dabei steckt genau in Ihnen das Geheimnis des Erfolgs. Manche Kassensysteme haben **eingebaute Analyse-Tools**, die Ihnen helfen, die Zahlen Ihres Geschäftes richtig zu interpretieren. Auch sonst erhalten Sie Antworten auf interessante Fragen, wie etwa:

- Wie viel Prozent Ihrer Neukunden verwandeln Sie in Stammkunden? Gut wären circa 40 Prozent – schaffen Sie das? Oder schaffen Sie 60 Prozent und Ihre Mitarbeiter nur 20 Prozent?
 - Welcher Mitarbeiter macht mit welchen Dienstleistungen den Umsatz?
 - Welche Leistungen sollten Sie bei einer Preiserhöhung verändern?
 - Wie viel Umsatz holen Sie aus einer Stunde Dienst am Kunden heraus?
- Die Antworten auf diese Fragen zeigen schonungslos, wo Ihr Institut optimiert werden kann.

5 Online-Buchungen

Grundsätzlich ist es am besten, wenn die eigenen Kundinnen so glücklich sind, dass sie nicht nur wiederkommen, sondern sogar noch Freundinnen oder Verwandte mitbringen. Doch neben dem klassischen Empfehlungsmarketing gibt es auch digitale Dienste, die dabei helfen, noch mehr Kundinnen in Ihr Institut zu bekommen. Hier wären vor allem **Online-Terminbuchungen** zu erwähnen. Viele Anbieter bieten das zusammen mit dem Kassensystem an. Man sollte hier vor keine Angst haben – im Gegenteil. Wenn Kundinnen selbst buchen können, muss schon mal keiner ans Telefon. Die Kundendaten (etwa der



SO HELFEN IHNEN DIGITALE DIENSTE	
Dienst	Vorteil
Digitales Kassensysteme	Viele Zusatzfunktionen; Schnittstelle zum Finanzamt; Zeitersparnis für Sie und Ihren Steuerberater beim Monatsabschluss.
Google	Steigerung der Bekanntheit des Instituts; mehr Kunden; zielgerichtete Werbemöglichkeiten.
Kundendatenbank	Alle Kundeninformationen auf einen Blick; mit Anbindung an den Terminkalender werden neue Informationen automatisch ergänzt.
Online-Terminbuchungen	Zeitersparnis; Steigerung der Kundenzufriedenheit; höhere Genauigkeit bei Daten von Neukunden.
Social Media	Zielgerichtete Werbung mit wenig Streuverlust; geringes Budget benötigt.
Statistiken	Identifizierung der profitabelsten Behandlungen/Mitarbeiter; Analyse von Schwächen im Institut.
Terminerinnerung	Weniger Terminausfälle, Steigerung der Kundenzufriedenheit.



Hilfe für den perfekten Auftritt:

Wir alle mögen schöne Dinge. Schwierig wird es, wenn man nicht viel Geld zur Verfügung hat, aber trotzdem alles gut aussehen soll. Auch hierfür gibt es mittlerweile viele Online-Dienste, die hier Abhilfe schaffen. Dort können Sie nicht nur schöne Facebook- oder Instagram-Posts selbst gestalten, sondern auch Ausschreibungen für die Gestaltung von Flyern oder Logos einstellen. Alles, was Sie dann dazu beitragen, ist ein ausführliches „Briefing“, in dem Sie beschreiben, was Sie möchten, und ein vergleichsweise kleines Honorar. Im Anschluss erhalten Sie Vorschläge von Designern, Sie vergleichen und bezahlen aber nur den, den Sie auch nutzen.

Name) sind von Beginn an richtig geschrieben und **kassieren kann man das Ganze dann auch gleich noch** – ohne auch nur einen Finger krumm gemacht zu haben.

Zusätzlich werden Ihre Kundinnen die Möglichkeit schätzen, auch **abends und am Wochenende Terminbuchungen durchführen zu können**. Diese Zufriedenheit wiederum erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die Kundinnen zu Empfehlern werden. Dass der Service bei Kundinnen gut ankommt, zeigt eine Auswertung aus unserem Haus: Demnach buchen im Schnitt etwa 25 Prozent aller Kunden online.

6 Social Media

Um neue Kunden zu gewinnen und Ihren Umsatz zu steigern, müssen Sie auch **im Internet auffindbar sein**. Dabei helfen Ihnen vor allem die **sozialen Netzwerke**.

Werben auf Facebook: Die meistgenutzte Social-Media-Plattform der Deutschen ist nach wie vor Facebook. Im März 2019 waren **23 Millionen Nutzer täglich** auf Facebook online. Das heißt für Ihr Institut, dass ein großer Teil Ihrer Zielgruppe mit hoher Wahrscheinlichkeit täglich auf Facebook aktiv ist. **Diese Reichweite können Sie nutzen!**

Informieren Sie Ihre Kundinnen, wenn Sie ein neues Gerät haben, oder veranstalten Sie **Gewinnspiele** unter allen, die den nächsten Termin online buchen.

Mit **Facebook Ads** haben Sie zudem die Möglichkeit, gezielt Werbung zu schalten. Das ist überhaupt nicht schwer und Sie können selbst entscheiden, wem Ihre Anzeige angezeigt wird. Das können beispielsweise nur Erwachsene zwischen 40 und 50 Jahren sein, die sich für Beauty interessieren oder bestimmte Seiten geliked haben. Man nennt das „Targeting“ und das können Sie selbst einstellen. Wenn Sie Hilfe brauchen, gibt es zahlreiche YouTube-Videos, die die Einstellung detailliert erklären.

Instagram: Seit 2012 gehört auch Instagram zur Facebook-Familie und beide Plattformen lassen sich verknüpfen, sodass die Facebook-Postings auch automatisch auf Instagram erscheinen und andersrum. Die Profis unter Ihnen wissen bereits, dass Social Media nicht gleich Social Media ist. Die Ansprache auf Instagram ist anders als auf Facebook. **Instagram lebt von Bildern.** Zeigen Sie Ihr Institut, Ihre Produkte, Ihr Team und nutzen Sie passende Hashtags, um Reichweite zu generieren. **Posten Sie Bilder von neuen Produkten und Geräten**, immer mit den Hashtags der Hersteller.

7 Ihr Institut auf Google

Einer der wichtigsten Online-Dienste ist wohl auch **Google** und seine Werbefunktion **Google Ads**. Wer in den Suchergebnissen oben stehen will, muss meist Werbung schalten. Es gibt Plattformen, die das für Sie ma-



MEHR ERFAHREN – ONLINE GEHEN!

Exklusiv für Online-Abonnenten von BEAUTY FORUM:
Mehr Informationen darüber, mit welchen Instrumenten Sie neue Kunden auf Ihr Institut aufmerksam machen, finden Sie im Beitrag „5 Must-haves zur Kundengewinnung“ auf unserer Internetseite www.beauty-forum.com unter dem Webcode 151916.

chen – allerdings sollten Sie sich das gut überlegen, denn es ist überhaupt nicht schwer und Sie möchten ja, dass möglichst viel von Ihrem investierten Geld auch in der Suchmaschine ankommt und der Klick direkt bei Ihnen landet, nicht wahr?

Also – gehen Sie auf ads.google.com und registrieren Sie sich. Eine Kampagne bei Google besteht aus **drei wesentlichen Bestandteilen**:

1. den Keywords (diese sagen aus, bei welchen Suchbegriffen Ihre Werbung erscheinen soll),
2. Ihrer Anzeige selbst und
3. dem Budget.

Im Übrigen werden Sie für einen Klick auf Ihren Institutsnamen nicht mehr als **fünf bis zehn Cent** bezahlen müssen. Sollte dann nach Ihnen gesucht werden, stehen Sie oben – und nicht jemand, der mit Ihrem Namen Geld verdienen möchte.

Und wo Sie schon mal bei Google sind, tragen Sie auch gleich Ihr Institut bei **Google My Business** ein. Damit wird es – völlig kostenlos – schnell gefunden, denn Google blendet diese Einträge bei der lokalen Suche oben rechts neben den Suchergebnissen ein. **Hier dürfen Sie nicht fehlen!** □



HAZEL AHAMER

Die Autorin gründete unter anderem die Internetplattformen Studiolution und Studiobookr. Dort leitet sie die Marketing- und Presseabteilung.