

Marketing & Management für mobile Fußpfleger

In der mobilen Fußpflege ist die soziale Komponente ganz wichtig. Diese sollten Sie neben der Kommunikation zum Kunden auch über Ihre Präsentation beim Kunden und ggf. auch in andere, benachbarte Netzwerke berücksichtigen und kommunizieren. Folgende Tipps könnten Sie hier hilfreich unterstützen:

Auf Konkurrenz professionell reagieren

„Wer seine Konkurrenz kennt, wie seine Westentasche, weiß auch, wie er sie in die Tasche stecken kann!“ Orientieren Sie sich in Ihrem Umfeld und informieren Sie sich über Ihre Konkurrenz. In welcher Form und zu welchem Preis wird hier Fußpflege mobil angeboten? Wie unterscheiden sich die Angebote von Ihren Leistungen? Wo würden Sie als Kunde buchen? Wenn Sie Ihre eigenen Stärken kennen lernen, dann können Sie rechtzeitig vorbereitende Maßnahmen treffen, um in evtl. Krisenzeiten gezielt zu agieren und zu reagieren.

Nehmen Sie sich kleine Auszeiten

Um jede Behandlung mit anschließendem Kundengespräch hochmotiviert und galant zu meistern, sollten Sie rechtzeitig kleine Pausenzeiten einlegen, damit evtl. Ermüdungserscheinungen, speziell vor dem Kunden aber auch während der Autofahrt, keine Chance haben. Sauerstoff gepaart mit Kurzschlaf (10 Minuten) liefert Ihnen die nötige Frische, um auch den restlichen Tag zu überstehen.

Konzentrieren Sie sich aufs Wesentliche

Manchmal wird es bei Ihnen trotz noch so guter Planung auch mal „drunter und drüber“ gehen. Dann sollten Sie auf alle Fälle „drüber stehen“. Vermeiden Sie alles, was Sie unnötig Zeit, Energie und Nerven kostet und konzentrieren Sie sich auf die wesentlichen Dinge. Vielleicht können Sie sogar manche Dinge an den Kunden delegieren, z.B. dass er schon ein Fußbad gemacht hat, bevor Sie kommen oder zumindest die Fußbadeschale mit Utensilien, wie Handtuch, Badezusatz, Stuhl bereitgestellt hat. Dass das Geld schon möglichst passend bereit liegt. Dies wird Ihren Arbeitsablauf positiv unterlegen.

Kommunizieren Sie richtig

Wer andere für sich gewinnt, hat schon gewonnen. Denken Sie daran, sich entsprechend zu präsentieren und Ihren „Mobilen Einsatz“ an andere zu kommunizieren, schließlich muss man wissen, dass es Sie gibt. Werben Sie zielgerecht für Ihre Aktivitäten und begeistern Sie Ihre Kunden durch regelmäßige Innovationen. Mit der richtigen Strategie gewinnen Sie nicht nur gute Kunden,

sondern verbuchen auch noch einen beachtlichen Imagegewinn. Und das mit der „mobilen Fußpflege“.

Bleiben Sie im Gespräch

Es gibt nichts Schöneres als zufriedene Kunden, die zu Stammkunden werden und Sie weiter empfehlen doch Vorsicht: Ruhen Sie sich jetzt nicht auf den Lorbeeren aus, sondern betreiben Sie weiterhin Neukundenakquise. Auch Ihre bestehenden Kunden sollten Sie neben den Besuchen in regelmäßigen Abständen gerade zu Festivitäten wie Ostern, Weihnachten, Geburtstagen etc. kontaktieren und Sie ab und an mit kleinen Geschenken überraschen, die Sie bei Ihren Lieferanten ordern können. Das kann aber durchaus auch mal ein Produkt sein, das nichts mit der Pflege der Füße zu tun hat, z.B. frisches Obst oder die aktuelle Zeitung. Das macht da besonders Sinn, wo Menschen nicht mehr so oft außer Haus kommen und auf Hilfe angewiesen sind. Schließlich erhalten kleine Geschenke die Freundschaft und halten auch geistig mobil.

Autorin: Ursula Maria Schneider, www.drehpunkt-fuss.de