

MINDBODY



Die kleinen Weisheiten von MINDBODY eignen sich für Selbständige und Unternehmen unabhängig davon, in welcher Branche Sie tätig sind und welche Software Sie vielleicht bereits nutzen. Aber natürlich haben wir MINDBODY Business Management Software entwickelt, um Sie bei der Umsatzsteigerung und der Vereinfachung Ihrer Geschäftsprozesse zu unterstützen. Gerne können Sie uns für eine kostenlose Demo oder weitere Informationen kontaktieren.

When you use MINDBODY, you can easily produce these reports –and many more--with just a few quick clicks.

Nutzen Sie ruhige Zeiten, um Ihr Geschäft zu steigern

Gelegentlich erfahren Sie, wie jedes Unternehmen, Zeiten, in denen die Hölle los ist, und Zeiten der Ruhe (wenn nicht auch völlige Langeweile). Es wäre verlockend sich während dieser Zeit der reduzierten Nachfrage zurückzulehnen und auszuspannen. Warum nicht diese Momente nutzen und das Unternehmen stärken? Sie werden nicht nur wichtige Aufgaben ausführen, sondern die Botschaft vermitteln, dass dies ein aktives, pulsierendes Unternehmen ist.

Planen Sie die bevorstehende Saison

Welche Saison oder welcher Konjunkturzyklus steht an? Nutzen Sie diese Chance, um Freunde, bevorzugte Kunden oder potenzielle Kunden in Ihren Betrieb einzuladen oder planen Sie besondere Werbeaktionen. Salons können neue Frisuren für Abschlussball- und Hochzeitssaisons in den Vordergrund stellen, Geschäfte können Sales nach Feiertagen anbieten und Tanzstudios können Sommerprogramme für Kinder ankündigen. Wenn Sie schon mal dabei sind, warum machen Sie nicht einige strategischen Planungen, die über die bevorstehende Saison hinausgehen?

Setzen Sie sich mit Ihren Kunden in Verbindung

Nutzen Sie die Ruhe, um Ihre Hauptkundengruppe zu erreichen, statt eine Kommunikation in Einheitsgröße zu betreiben. Pilates Studios können eine Abfrage nach Kunden mit „den größten Ausgaben bzw. Einkäufen“ durchführen und diesen Kunden mit einem Anruf danken. (Sie werden über ihre Reaktionen überrascht sein – „Sie wollen damit sagen, dass Sie nicht angerufen haben, weil Sie was von mir wollen?“) Personal Trainer können nachschauen, wer seit mehr als sechs Monaten keinen Termin mehr hatte und diesen eine Email mit einem Preisnachlass für das nächste Training schicken. Handbeschriebene Geburtstagskarten, möglicherweise mit einem Rabatt versehen, sind immer eine sichere Wette. Wenn Sie nicht alle Kunden abdecken können, fangen Sie mit denen an, die bereits am längsten bei Ihnen sind. Wellness Spas können zum Beispiel einen Bericht über Kunden erstellen, die bestimmte Anwendungen nutzten (zum Beispiel Massage) und diese dann auf andere Anwendungen (zum Beispiel Körperwickel) per Mail aufmerksam machen.

[Wenn Sie MINDBODY verwenden, können Sie diese Berichte ganz einfach erstellen – und vieles mehr – mit nur wenigen Klicks.]

Kunden fühlen sich besonders und geschätzt, wenn man mit ihnen eine persönliche Verbindung herstellt und so veranlasst, dass sie wieder kommen. „Ich gehe mit Programmen, besonderen Werbeaktionen und anderen Informationen wöchentlich auf meine Kunden zu. Da der ständige Kontakt im MINDBODY integriert ist, macht die Aufstellung einer Email-Marketing Liste kaum Mühe“, sagte Ann Weixel, Besitzerin von The Ride and Workout, einem Studio in Ohio, das Gruppen Radfahren und Ausdauerkurse anbietet.

Gestalten Sie Ihre Auslage neu

Die Neugestaltung Ihrer Geschäftsauslage ist wichtig, um Kunden für Ihre Waren zu reizen und für andere Leistungen aufmerksam zu machen. Im Idealfall sollte Ihre Auslage bei jedem Kundenbesuch anders erscheinen, je nach Art des Geschäfts. Also sollten Sie, wenn der Durchschnittskunde Sie alle 60 Tage besucht, Ihre Auslage etwa sechsmal im Jahr wechseln. Mit Hervorhebung verschiedener Produkte, Wechseln der Innenausstattung oder Veränderung der Beleuchtung im Geschäft ziehen Sie die Aufmerksamkeit Ihrer Kunden auf sich und bewahren ihre Blicke, was sie veranlasst zusätzliche Beschaffungen zu machen. Equilibrium Fitness für Frauen, in Kalifornien, aktualisiert regelmäßig ihre Anzeigetafel mit Informationen über guten Beispielen für effektive Trainings, Tagestrainings und Fotos von neuesten Fitness Veranstaltungen.

Frischen Sie Ihre Produktkenntnisse auf

Nehmen Sie sich einige Minuten Zeit und testen Sie Ihr Wissen über Produkte und Serviceleistungen. Damit können Sie sicherstellen, dass Sie die Fragen, die Ihre Kunden stellen könnten, beantworten können. Wenn Sie ein Friseursalon sind, können Sie erklären, warum Sie ein bestimmtes Produkt führen oder warum es gegenüber anderen Marken übergeordnet ist? Wenn Sie ein Fitnessstudio sind, können Sie ein besonderes Training anhand von individuellen Bedürfnissen der Kunden empfehlen? Wenn Sie Hautpflegeleistungen anbieten, können Sie mühelos die Vorteile eines chemischen Peelings gegenüber denen einer Laserbehandlung erläutern? Ein gefestigtes Wissen über Ihr Sortiment und Ihre Leistungen wird Ihre Fähigkeit diese zu befürworten stärken und Kunden kaufen eher Produkte, wenn sie eine Empfehlung von jemandem mit Fachkenntnissen erhalten.

Lernen Sie Ihr Personal besser kennen

Sie können ruhigere Zeiten nutzen, um mit Ihren Mitarbeitern zu reden und sicher zu stellen, dass alles reibungslos abläuft. Fragen Sie jeden Mitarbeiter dieselben drei Fragen und schauen Sie, ob sich irgendwelche Themen entwickeln. (z.B. wir haben sehr viele Absagen, unsere geschäftigste Zeit ist um 17 Uhr herum) und machen Sie sich dann Gedanken, wie Sie diese Angelegenheiten anpacken sollten. (Vergessen Sie nicht in der nächsten längeren Pause diese Gedanken in konkrete Aktionspläne umzusetzen!)

Ruhige Phasen sind außerdem eine gute Zeit mit dem Personal zu plaudern und eine Beziehung aufzubauen. Ein positives Verhältnis mit Ihren Mitarbeitern aufrecht zu erhalten macht sie nicht nur produktiv, sondern verringert die Personalfuktuation und damit möglicherweise den Kundenverdruss, der als Folge auftreten kann, wenn ein Mitarbeiter entlassen wird. Sie können diese Zeit ebenfalls für die berufliche Weiterbildung Ihres Teams nutzen. Trainieren Sie Ihre Mitarbeiter in neuen Aspekten des Geschäfts oder neue Techniken im Umgang mit Kunden. Je mehr Ihr Team von Ihrem Geschäft versteht und sich kompetenter fühlt, desto wahrscheinlicher werden sie eine Bindung aufbauen.

Contributors: Sharlee Horton, Stewart Skiff. Editor: Meg McCall, MINDBODY.

+49.6172.800333 (Deutschland) | +43.6138.20076 (Österreich) | WWW.MINDBODYONLINE.DE

