Jenseits der Schönheit :

Fünf Verbrauchertrends, die Ihr Geschäft wachsen lassen

Lesezeit 10 Minuten

2019

let's make payment happen

ccv

Sie wollen die Erwartungen Ihrer Kunden übertreffen?
Dann ist der erste Schritt, diese Erwartungen zu kennen.

Roy H. Williams, Bestsellerautor und Marketingberater

Customer Experience (CX)

Bei der Customer Experience (CX) geht es darum, die Bedürfnisse und Wünsche von Kunden zu verstehen, damit man ihnen an wichtigen Punkten ihres Einkaufserlebnisses perfekte, unvergessliche Dienstleistungen und Produkte anbieten kann.

Inhaltsverzeichnis

03 Inhaltsverzeichnis

04 Einleitung

05 Trend 1 : Digitale Brillanz

08 Trend 2 : Auf kleine Dinge kommt es an

11 Trend 3 : Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft

14 Trend 4 : Nahrung für Haut (und Seele)

17 Trend 5 : Leben Sie Ihre Marke

20 Wachstumsrechner

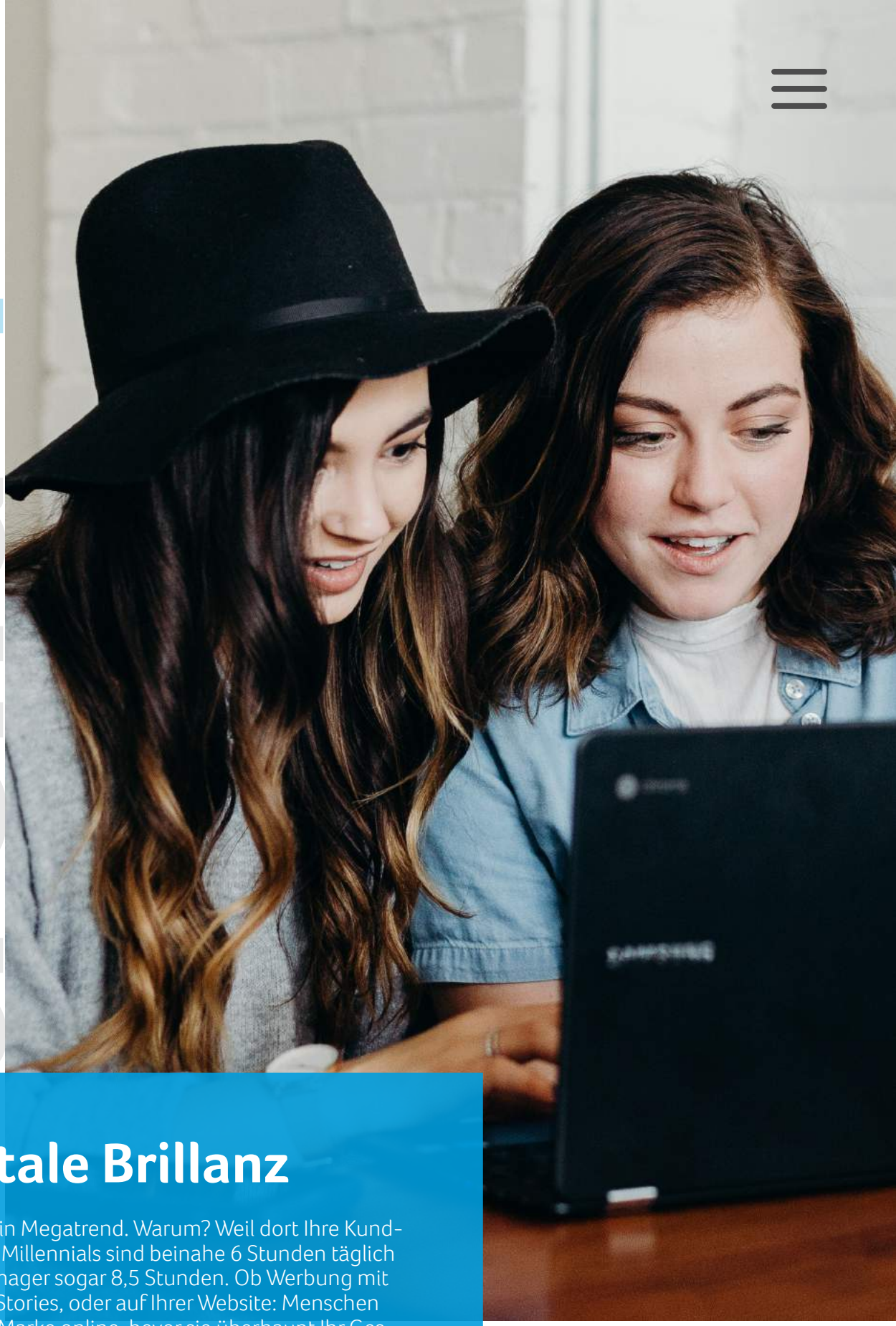
Trends, die das Gesicht der Beauty-Welt formen

Beauty-Trends ändern sich innerhalb eines Wimpernschlags.

Von Aktivkohle über Dip Powder Nails bis hin zu Bakuchiol und lila Locken. Unabhängig davon, wie groß Ihre Firma ist, lautet das Geheimrezept für das Gewinnen und Binden von Kunden: großartige Customer Experience (CX).

Hier sind die Top 5 Trends, die Sie Ihrer Kundschaft näherbringen und Ihnen helfen, Ihr Beauty-Geschäft wachsen zu lassen.

Trend 1



Digitale Brillanz

Digital ist ein Megatrend. Warum? Weil dort Ihre Kundschaft ist – Millennials sind beinahe 6 Stunden täglich online, Teenager sogar 8,5 Stunden. Ob Werbung mit Instagram Stories, oder auf Ihrer Website: Menschen sehen Ihre Marke online, bevor sie überhaupt Ihr Geschäft betreten. Kaum jemand von uns macht sich auf den Weg in einen Schönheitssalon, ohne vorher zumindest einen kurzen Blick auf die Angebotsseite oder die Google-Beurteilungen geworfen zu haben.

Bei diesem digitalen Trend sollten Sie vor allem Wert auf hochwertige Bilder und eine für Mobilgeräte optimierte Website legen. Wir alle kennen die Bedeutung von Bildern in dieser Branche. Entwickeln Sie des halb eine Online-Präsenz, die verkörpert, wie Sie von Ihrem Kundenkreis wahrgenommen werden wollen. Und so geht es:

» Halten Sie Kontakt per E-Mails, die auf tolle Angebote, auf die aktuellsten Behandlungen und Beauty-Tipps aufmerksam machen.

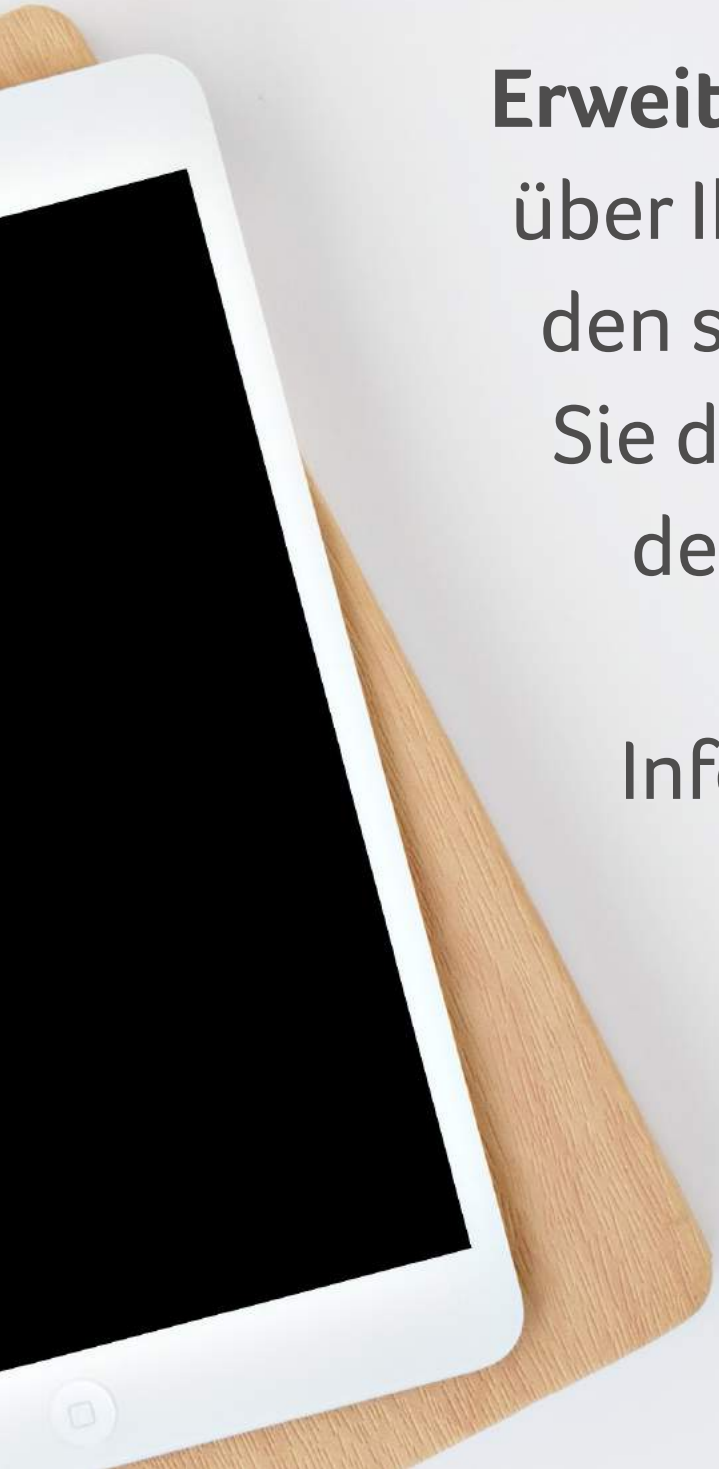
» Reagieren Sie auf Fragen von Kunden schnell und seien Sie auf Ihren Plattformen aktiv. Heutzutage erwartet die Kundin eine sofortige Reaktion. Eine gute Idee ist, z.B. Push-Benachrichtigungen einzurichten, die auf mitternächtliche Anfragen zu Shellac antworten!

» Nutzen Sie intuitive Zahlungen, papierlose Transaktionen und eine automatisierte Nachbearbeitung für einen zeitgemäßen Ansatz, der Kunden gerne zurückkommen lässt.

» Bieten Sie die Option eines Upgrades bei der Onlinebuchung, damit Ihre Kundschaft einen Anreiz hat, zusätzliche Behandlungen zu buchen.

Erweitern Sie Ihren Service, über Ihren Salon hinaus, auf den sozialen Medien.

Seien Sie der freundliche Schönheitsexperte, der seine Kundinnen mit kurzweiligen Beauty-Informationen unterhält. Vielleicht erzählen Sie mehr über die neuesten Massagemethoden oder es ist die neue Algen-Gesichtsmaske, di Interesse weckt, damit Sie sagen können: “Probieren Sie diese neue Entspannungserfahrung bei uns aus!”



Erweitern Sie Ihren Service, über Ihren Salon hinaus, auf den sozialen Medien. Seien Sie der Schönheitsexperte, der seine Kundinnen mit kurzweiligen Beauty-Informationen inspiriert.

Trend 2

Auf kleine Dinge kommt es an

Dieser Trend dreht sich darum, Ihren Kunden zu zeigen, dass sie Ihnen wichtig sind. Heutzutage bietet jeder Kaffee an – wie wäre es denn mit einem Glas Prosecco oder Erdbeer-Basilikum-Kombucha? Kleine Aufmerksamkeiten und das Achten auf Details summieren sich zu einer unvergesslichen CX.

Welche Sinne sprechen Sie an, wenn eine Kundin durch Ihre Tür kommt? Tut der Duft des Lavendeldiffusors ihrer Seele gut? Hilft ihr die Playlist mit eingängiger, ruhiger Musik, einen stressigen Tag hinter sich zu lassen? Diese Kleinigkeiten bringen Menschen dazu, on- und offline über Sie und Ihre Marke zu sprechen.

Holen Sie sich Inspiration bei den Luxus- und Boutique-Wellnessanbietern/ Friseuren aus aller Welt. Ihre Online-Auftritte zeigen deren Angebot an Erlebnissen und aus Kundenbemerkungen ist abzulesen, wie deren Kundschaft darauf reagiert. Hängen Sie eine Pinnwand für Ihre Mitarbeiter auf, wo jeder Vorschläge machen kann.

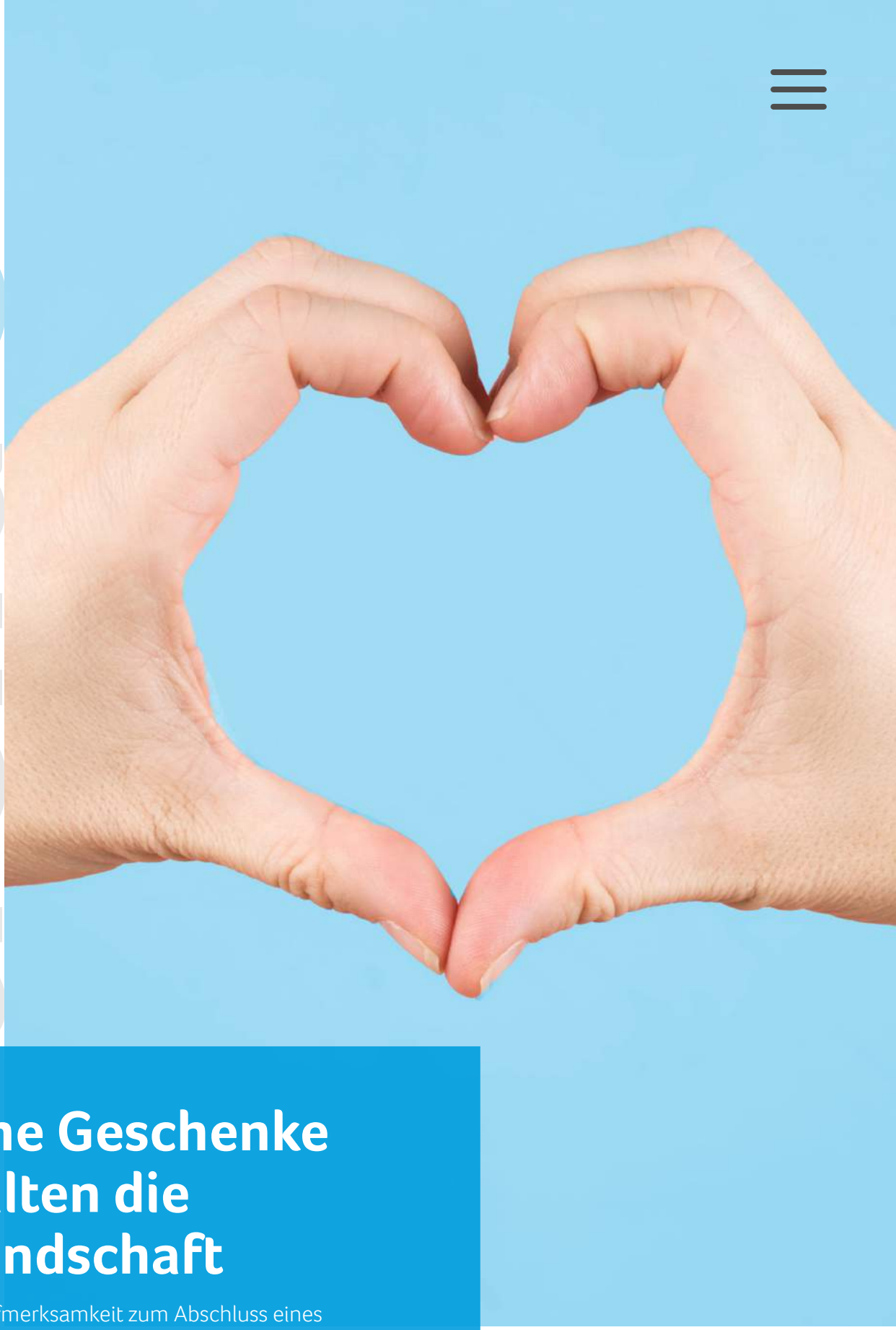
Das Zauberwort lautet „Exklusivität". Können Sie seltene „Kultartikel" auftreiben und in Ihr Sortiment aufnehmen, erhalten Sie entsprechende Anerkennung online. Werden Sie der Salon, wohin Frau mit Locken einfach gehen muss und bieten Sie entsprechende Dienstleistungen und Produkte an, dann fallen Sie rasch auf.

Gesichtsmasken und Nagelpflege anzubieten ist nicht bahnbrechend. Allerdings eingebunden in einen Cocktailabend, an dem die Livemusik einer Cellistin zum Relaxen einlädt , zeigt dies Ihre Hingabe und Ihren Willen Ihre Kunden zu begeistern. Ihre Hingabe und ihren Willen Ihre Kunden zu begeistern.

Entwickeln Sie individuellen und einzigartigen Service, dann heben Sie sich von der Konkurrenz ab und erleichtern Ihren Kundinnen die Entscheidung, gleich den nächsten Termin bei Ihnen zu vereinbaren.

Kleinigkeiten summieren sich zu einer unvergesslichen CX.

Trend 3



Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft

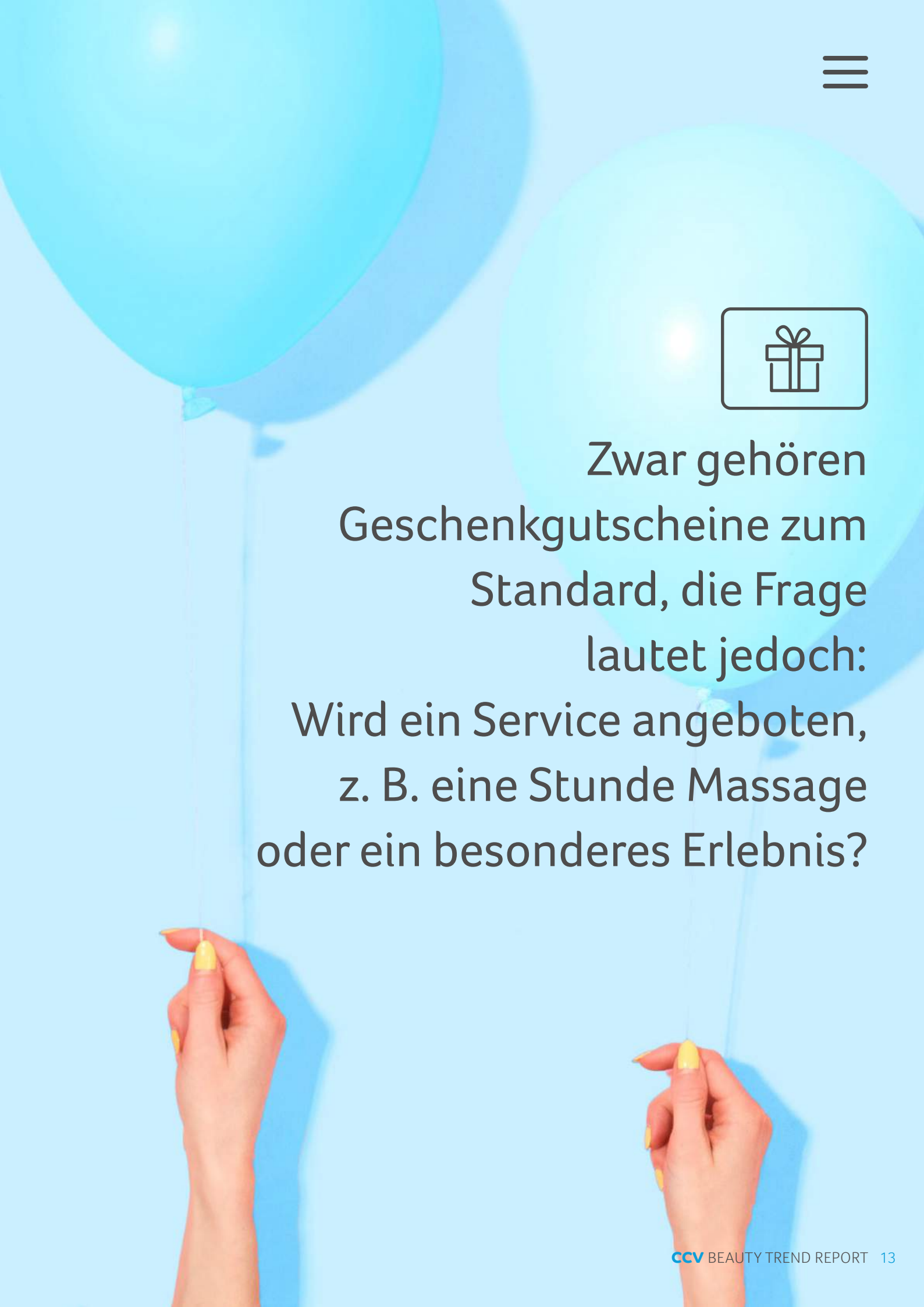
Ob eine Aufmerksamkeit zum Abschluss eines Megaprojekts oder ein Zeichen der Wertschätzung für einen treuen Freund: Schenken ist ein riesiger Trend, ein Sonnenstrahl im Alltag des Beschenkten und genau das können Sie sich für Ihr Beauty-Business zu Nutze machen.

Nicht alle Salons und Wellnessstudios nutzen diesen Trend, denn ihr Geschäftsmodell ist eher eine Liste von Dienstleistungen. Zwar gehören Geschenkgutscheine zum Standard, die Frage lautet hier jedoch: Wird ein zusätzlicher Service angeboten, z. B. eine Stunde Massage, oder ein "entspannendes Fußbad mit Rosensalz"?

Lesen Sie Ihre Angebotsliste durch und überlegen Sie, wo Sie Ihr Angebot mit einem gewissen Extra versehen können. Kombinieren Sie Dienstleistungen oder ergänzen Sie Gutscheine um Produkte, die im Rahmen Ihres Exklusivangebots mit nach Hause genommen werden können. Perfekt wird Ihr Paket, wenn Sie Champagner kalt - und Snacks bereitstellen. Veranstalten Sie eine Verwöhnwoche am Anfang des Monats, wenn Ihre Kundinnen sich gerade über den Gehaltseingang auf dem Konto freuen.

Abo-Boxen haben die Welt der Schönheitspflege im Sturm erobert. Große Beauty-Marken verschicken tausende Boxen, doch Ihre Firma hat etwas, was sie nicht haben: einen wirklich personalisierten Ansatz. Sie kennen die Vorlieben Ihrer Kundinnen und wissen, wie viel Zeit sie morgens für Kosmetik haben. Ihr Friseur kennt ihr Haar viel besser als es ein Onlinequiz je könnte. Warum sollten Sie also kein Abo für kleine Überraschungen anbieten, die ins Haus geliefert werden?

Denken Sie auch an den Trend zu Gruppenerlebnissen wie Mutter -Tochter-Verwöhntage, Wellness -Pakete für sie und ihn oder eine Mädels-Maniküre für beste Freundinnen.



Zwar gehören Geschenkgutscheine zum Standard, die Frage lautet jedoch: Wird ein Service angeboten, z. B. eine Stunde Massage oder ein besonderes Erlebnis?

Trend 4

Nahrung für Haut (und Seele)

Beauty und Wellness sind starke Trends, die weiterwachsen, weil die Millennials (die Generation Jahrtausendwende) mehr wollen als Schönheit an der Oberfläche. Eine spannende Entwicklung, bei der Schönheit und Wellness ineinanderfließen, denn heute steht ein gesunder Lebensstil bei Verbrauchern ganz oben auf der Prioritätenliste – und sie sind bereit, dafür Geld auszugeben.

Ihre Kundinnen wünschen sich nicht nur einen makellosen Teint. Sie wollen auch wissen, ob die Produkte Ihres Salons biologisch und nachhaltig sind und nicht an Tieren getestet wurden. Diese Herausforderung inspiriert zu Innovationen und hält ein enormes Potenzial für Beauty-Unternehmen bereit, die – wenn sie all diese Eigenschaften bieten – eine hohe Identifikation ihrer Kunden mit ihrer Marke erwarten können.

Wie also kann sich Ihr Unternehmen diesen Trend zu eigen machen? Aufmerksamkeit kann Ihnen die Zusammenarbeit mit örtlichen Wellness-Experten wie Ernährungsberatern oder Wohlfühl-Influencern verschaffen. Planen Sie ein exklusives Wellness-Event und laden Sie Ihre Kundinnen ein. Stellen Sie ihnen Wellness-Rituale vor und zeigen Sie, wie kleine Ergänzungen ihrer Pflegeroutine die Stimmung heben und andere positive Effekte haben können.

Finden Sie handgefertigte Produkte aus der Umgebung oder entwickeln Sie ein eigenes Beauty-Sortiment. Laden Sie diese Firmen zusammen mit Ihren Kundinnen zu einer privaten Abendveranstaltung ein. Binden Sie andere örtliche Unternehmen darin ein: Boutiquen, Floristen, Juweliere, Fitnessclubs oder Luxusrestaurants. Derartige Kooperationen zahlen sich später aus, wenn Sie für Ihre Kundinnen die wunderbarsten Paketangebote zusammenstellen können.

Millennials nennen Snacks als Top-Annehmlichkeit für ein besseres Wellness-Erlebnis. Servieren Sie deshalb Kräutertees, Matcha Lattes, Vitamin-Wasser und vegane Leckereien. Stellen Sie eine Schale mit ungewöhnlichen (und somit instagramfähigen) Früchten auf den Tisch, die sie noch nicht kennen.

Verbannen Sie Pappbecher, denn die Null-Abfall-Bewegung erobert gerade die Dienstleistungsbranchen. Und greifen Sie zurück auf Old-School-Produkte wie Zaubernuss oder bieten Sie Heilerfahrungen an, zum Beispiel Schlafverbesserungs-Pläne.

Ihre Kundinnen wollen wissen, ob die Produkte Ihres Salons biologisch und nachhaltig sind und nicht an Tieren getestet wurden.

Trend 5

Leben Sie Ihre Marke

Nach Trend 5 müssen Sie nicht lange suchen: SIE!

Entfesseln Sie Ihre Persönlichkeit und seien Sie Ihr eigener bester Markenbotschafter – denken Sie beispielsweise an „Vorher – Nachher“-Videos oder -Fotos als Instagram-Karussell. Geben Sie Kundinnen die Möglichkeit, Ihnen bei der Werbung für Ihr Beauty-Geschäft zu helfen. Sie können ihnen beispielsweise anbieten, ihren nächsten Instagram-Post aufzunehmen und sie bitten, Ihnen zu folgen und Ihre Posts zu teilen.

Messen Sie den Erfolg, indem Sie die Anzahl neuer Onlinebuchungen, Website-Besuche über soziale Medien und im Geschäft abgegebener Angebotscodes verfolgen, wenn Sie Ihren Auftritt in den sozialen Medien erweitern.

Instagram ist Ihr neues Schaufenster und nicht mehr nur ein Marketinginstrument, sondern ein entscheidender Verkaufskanal. Via Social Media können neue Einnahmequellen erschlossen werden. Auf Instagram bieten florierende Beauty-Unternehmen ihrer Community Inhalte an, die für Entzücken sorgen und echten Mehrwert bieten. Erzeugen Sie in Ihrem Salon Momente, die so fotogen sind, dass Ihre Kundschaft sie einfach aufnehmen und teilen muss.

Stellen Sie Requisiten für wunderschöne Produktaufnahmen zur Verfügung und füllen Sie Ihre Instagram Stories mit „Hinter den Kulissen“-Inhalten. Nutzen Sie Ihren Instagram-Handle und -Hashtag durchgängig, und holen Sie sich immer wieder Inspiration bei Verpackungschampions wie Glossier und Ouai Haircare für Verpackungen wie rosa Tragebeutel aus Luftpolsterfolie.

Sie müssen wissen, dass Kunden die #Ads und Markenerwähnungen in ihren Feeds satthaben. Andererseits haben Nano-Influencer eine kleinere, aber oftmals stark auf ihre Umgebung konzentrierte Folgerschaft. Wollen Sie Ihren Kundenstamm vergrößern, sollten Sie mit ihnen zusammenarbeiten.

Suchen Sie immer Influencer aus, die authentisch zur Mission Ihres Salons passen und wirklich einschlägiges Fachwissen besitzen. Gestatten Sie ihnen, Ihre Feeds bei Fragen und Antworten zu übernehmen und live bei Behandlungen dabei zu sein. Veranstalten Sie Events, die brandneue Behandlungen zeigen, und ermöglichen Sie Kundinnen, ihre Lieblingsinfluencer aus der Region zu treffen.

Auf Instagram bieten florierende Beauty-Unternehmen ihrer Community Inhalte an, die für Entzücken sorgen und echten Mehrwert bieten.

Wachstums-rechner

Mit großer Erfahrung im Beauty- und Wellness-Sektor kümmern wir uns um die Bezahlprozesse selbstständiger Unternehmen und größerer Unternehmen in ganz Europa. Möchten Sie gerne entscheidende Tipps bekommen, wie Sie Ihr Beauty-Geschäft ausweiten können?

Jetzt ausprobieren!

Testen Sie unseren kostenlosen Wachstumsrechner. Er verrät Ihnen Ihre besten Wachstumschancen!

Möchten Sie mehr über kontaktlose Bezahlung und Webshop Lösungen erfahren, rufen Sie uns an (02841 1796-281) oder schreiben Sie uns eine E-Mail (ccv-kundenservice@de.ccv.eu)

let's make
payment
happen

ccv