



NEW WAY



OLD WAY

# DIE KRISE ALS CHANCE NUTZEN

## 6 TIPPS FÜR SIMPLES MARKETING NACH DEM LOCKDOWN

Angst vor der nächsten Welle, Ebbe in den Portemonnaies wegen Kurzarbeit, Zweifel an der Effektivität der Hygienemaßnahmen oder keine Zeit, weil die Kinder betreut werden müssen. Jetzt ist das Allerwichtigste: Ruhe bewahren.

Sich von anderen Studios abzuheben, ist wichtiger denn je - ein maßgeschneidertes und auf die aktuelle Situation zugeschnittenes Marketing ein Muss, um Kunden weiter an sich zu binden, verlorene zurückzuholen oder sogar neue hinzuzugewinnen. Hier und da mal ein Foto bei Facebook & Co. zu posten, ist längst nicht mehr genug. Auf den richtigen Mix und eine messerscharfe Analyse kommt es nun an. So würden wir an Ihrer Stelle vorgehen:

### STEP 1: ANALYSE STATT PANIK

Schauen Sie einmal ganz genau hin, wer von Ihren Kunden nach dem Lockdown lieber zuhause bleibt. Sind es vorwiegend die älteren Semester, die zur Risikogruppe gehören und sich deshalb lieber im sicheren Umfeld ihres Zuhauses bewegen? Sind es die Familienmütter, die mit Homeschooling und Kinderbespaßung kämpfen? Oder vielleicht die von Kurzarbeit gebeutelten Damen, die sich nach dem Lockdown den Studiobesuch schlicht und ergreifend nicht leisten können? Sie wissen es nicht? Dann fragen Sie gezielt nach, denn allein das kann Ihnen schon die Erkenntnis bringen, dass es keinen Grund zur Panik gibt und Ihre Terminkalender schon bald wieder prallgefüllt sein werden.



## STEP 2: VERTRAUEN STATT ANGST

Wie in vielen anderen Branchen auch, ist die Angst momentan ein ungewünschter Begleiter. Statt sich von ihr beherrschen zu lassen, sollten Sie sie einfach akzeptieren. Dass Kunden möglicherweise Angst vor mangelnder Hygiene in Nagelstudios haben, ist doch wunderbar. Hygiene ist schließlich für uns ein Kinderspiel, und das nicht erst seit Corona. Genau DAS sollten Sie jetzt zeigen, entsprechende Fotos und Videos zur freien Verwendung auf ihren Social-Media-Kanälen haben wir Ihnen zur Verfügung gestellt. Fotos oder Kurzclips aus Ihrem Studio würden diese natürlich perfekt ergänzen.

## STEP 3: KURZARBEIT ALS KOOPERATIONSPARTNER

Viele Menschen befinden sich derzeit in Kurzarbeit. Zwischen 60 und 87 statt 100 Prozent Lohn sorgen für Ebbe in der Kasse und enger geschnallte Gürtel. Geld wird nur noch für das ausgegeben, was wirklich sein muss. Klar, Sie könnten die Kurzarbeit nun verfluchen, stattdessen könnten Sie sie aber auch zu Ihrem Verbündeten machen. Drehen Sie den Spieß einfach um und locken Sie die besonders stark gebeutelten Kunden mit einem Kurzarbeiterabbatt. Wie hoch der ist, entscheiden Sie selbst. Seien Sie nicht zu geizig, schließlich geht es darum, die Kundinnen zu halten. Sehen Sie es als Invest in die Zukunft, denn nach der Krise zahlen die Damen wieder normal. Als Nachweis könnte der jeweilige Kurzarbeiter-Stundenzettel oder ein entsprechender Nachweis des Arbeitgebers dienen, selbstverständlich können Sie ein solches Angebot auch auf Vertrauensbasis umsetzen.

## STEP 4: STUDIOBESUCH ALS AUSZEIT FÜR STRESS- GEPLEGTE MÜTTER

Packen Sie auch die stressgeplagten Mütter an ihren Emotionen und locken Sie sie mit dem Versprechen einer kleinen Auszeit zu sich ins Studio, vielleicht mit einem Gläschen Secco oder einer kleinen Wellness-Anwendung als Geschenk. Die Damen werden es Ihnen danken und so immer als positive Ruheinsel im Corona-Wahnsinn in Erinnerung behalten.

## STEP 6: AUF ALTBEWÄHRTES SETZEN

Last but not least ist jetzt vielleicht der richtige Zeitpunkt, um unsere altbewährten Catherine-Werbemittel einzusetzen. Bonus-, Welcome und Danke-Card sind und bleiben die Klassiker, die auch heute noch funktionieren – probieren Sie es doch mal wieder aus.

## STEP 5: NUTZEN SIE DIE POWER DER DIGITALEN WELT!

Denken Sie immer daran: Egal, welche Aktionen und Angebote Sie beispielsweise über Ihre Facebook-Seite pushen möchten, in der Regel erreichen Sie nur die, die Sie schon kennen - für die oben genannten Steps also ideal. Möchten Sie aber potenzielle Neukunden erreichen, sollten Sie kleine Werbebudgets auf die Posts packen, um die Angebote so nagelstudioaffinen Damen in Ihrer Region anzuzeigen, die Ihrer Seite noch nicht folgen. Mit 5 oder 10 Euro können Sie hier schon viel erreichen. Haben Sie einen guten Draht zu einer Kundin, könnten Sie diese auch bitten, ihre positiven Erfahrungen auf ihrem eigenen Facebook- oder Instagramprofil zu posten, vielleicht mit einem Foto ihrer frisch gestalteten Nägel oder der Hygienemaßnahmen im Studio, so erschließen Sie im Idealfall eine komplett neue Zielgruppe. Zögert die Kundin, locken Sie sie doch mit einem kleinen Dankeschön, einer Handcreme vielleicht.

