

IMAGE & MARKETING

OB GEWOLLT ODER NICHT: SIE HABEN EIN IMAGE!

Keine Person ohne Image. Selbst wenn Sie sich konsequent jeglicher Kommunikation verweigern, würde Ihnen von Ihrem Umfeld ein Etikett verpasst: je nach Wohlwollen des Betrachters entweder, dass des Respekt gebietenden Sonderlings oder dasjenige einer grauen Maus. Wenn Sie ohnehin keine Wahl haben, können Sie sich auch für die kommunikativere Variante entscheiden. Ein Image kann gezielt transportiert und verbessert werden.

Anders ausgedrückt: Ihre Leistungen allein reichen nicht aus. Sie sollten auch Personen finden, die sie zu würdigen wissen. Arbeiten Sie konsequent an sich selbst, an Ihren Fähigkeiten – und an der Wahrnehmung durch Ihre Umgebung. Unzufriedenheit ist der erste Schritt zum Erfolg!



Was versteht man darunter und wie ist dies in unserem Beruf zu definieren?

Image der eigenen Person

- Gesamtauftritt und Erscheinung
- Kommunikationsfähigkeit
- Fachkompetenz und Wissen in Theorie
- Umsetzen des Wissens in der Praxis
- Gesamtqualifikation und weitere Profilierung

Image Ihres Geschäfts

- Lage, Parkplätze, Außenanlagen und Ansicht
- innere Gestaltung und Atmosphäre
- Arbeitsplatzgestaltung
- Kundenbereich
- Eventuell Verkaufsbereich
- Wiedererkennung durch Firmenfarben und z.B. Logo

Image Ihrer Sicherheit und Hygiene

- Sicherheit und Vertrauen gegenüber den Kunden
- Sicherheit im Handling mit den Tieren und bei der Arbeit
- Sauberkeit und Hygiene bei und während der Arbeit
- Sicherheit sich selbst gegenüber

Image über Ihr Handling und den Umgang mit dem Tier

- Umgang mit Welpen und Junghunden
- Umgang mit alten und kranken Hunde
- Umgang mit ängstlichen Hunde
- Umgang mit aggressiven oder dominanten Hunde
- Arbeitsablauf und Handling mit dem Tier vor, während und nach der Pflege

Jeder sorgt mit seinem Verhalten und seinem Umfeld für sein eigenes Image.

Bericht von Anke Schäfer

Wie ist es möglich, eine angemessene Position in einem bereits gesättigten Markt zu erreichen, wenn Sie Ihre Idee oder Ihr Produkt gegen unzählige Wettbewerber behaupten müssen?

„Wer aufhört zu werben, um so Geld zu sparen, kann ebenso seine Uhr anhalten, um Zeit zu sparen.“ Henry Ford

Bei der ersten Form des Marketings geht es um die eindimensionale Kommunikation. Dank moderner Studien ist es heute erwiesen, dass sich durch den Dialog mit Ihren Kunden eine weitaus höhere Kaufresonanz erzielen lässt. Sie stehen noch am Anfang, haben bisher wenig Erfahrung im Bereich Marketing sammeln können und suchen die richtige Werbe- und Marketingbotschaft? Der richtige Name, die richtige Strategie und ein ausdrucksstarkes Erscheinungsbild sind die Grundsteine langfristigen Erfolgs.

Aber wie wirbt man richtig und was ist Strategische Werbung?

Kein Produkt oder Dienstleistung lassen sich ohne Kommunikation vermarkten. Werbung ist ein wesentlicher Bestandteil und ein wesentlicher Aspekt in jedem Unternehmen. Das Erfolgsrezept ist nur ein Teil im Angebot selbst. Preis/Leistung Ihres Angebotes stimmt, aber wie sag ich´s meinen Kunden? Werbung wird nur mit zielgerichteter Durchführung wirksam- „Ins Blaue hinein werben“ - kann im besten Fall zu Zufallserfolgen führen. Was Ihnen keiner abnehmen kann, sind Entscheidungen Ihres Angebots: Was wollen Sie Ihren Kunden mitteilen, wo liegen die Stärken Ihres Unternehmen gegenüber Ihrer Konkurrenz und welches Angebot hat zu welcher Zeit auch die Nachfrage? Dazu Sie müssen in der Lage sein, fundierte Entscheidungen zu treffen und diese entweder selbst umsetzen oder als Dienstleistungen vergeben. Werbeunternehmen leben davon, Menschen zu informieren und Produkte zu platzieren. Gehen Sie davon aus, dass dort ein hohes Maß an Spezialwissen vorhanden ist, dass durch praktische Erfahrung ergänzt wird - das sind die Grundvoraussetzungen für neue, kreative Lösungen. Entscheiden Sie nicht allein nach den Kosten, ob ein Do-it-your-self-Aufwand nicht höher ist als die Kosten, die bei einer Vergabe anfallen. Beziehen Sie dabei den Zeitaufwand für Ihren Einsatz mit ein: Was könnten Sie in der gesparten Zeit für Ihr Unternehmen erreichen? Um abschließend auf das Thema Image zurückzukommen, achten Sie immer auf das gute Image Ihres Unternehmen, denn ein schlechtes kann auch die beste Werbeagentur nicht reparieren - „Der gute Name ist leicht verloren, aber schwer wiedergewonnen.“ Deutsches Sprichwort

Existenzgründerberatung & Kurse für künftige Groomer/Hundefriseure und schon aktive Kollegen
Hundesalon & Groomerschule Schäfer Thüringen, www.hundefriseurschule-schaefer.de