

Vor dem Event ist nach dem Event – Effektive Beratung im Verkaufsalltag

Die Grundlagen einer optimalen Kundenveranstaltung sind vielen Augenoptikern längst vertraut. Aber wie genau lässt sich ein Beratungsevent durchführen? Wie kann man anschließend den Erfolg in den Verkaufsalltag einbeziehen? Die Autorin hat bereits Erfahrungen auf Kundenveranstaltungen gesammelt und gibt Ratschläge für mittelständische Augenoptiker, die ihre Kunden langfristig kompetent beraten möchten.

Die Brille hat längst ihren Status als lästige Sehhilfe aufgegeben und sich mittlerweile zu einem Modeaccessoire der ganz besonderen Art entwickelt. Brillenfassungen gibt es heutzutage in allen nur erdenklichen Farben, Formen und Materialien. Nie zuvor war das Angebot vielfältiger. Sie kann ihren Träger auf Wunsch sportiver, kompetenter, lässiger oder femininer erscheinen lassen und trägt so je nach Anlass dazu bei, das Image des Kunden in eine gezielte Richtung zu lenken.

Mehr Auswahl, mehr Möglichkeiten

Das stetig wachsende Sortiment bringt jedoch auch neue Verantwortungen hervor, da es von den Augenoptikern das fachgemäße Wissen erfordert, den Kunden kompetent und selbstbewusst zu beraten und aus der Vielzahl an Modellen genau das richtige auszuwählen. Gerade in Zeiten von starker Konkurrenz durch namenhafte Billigketten ist eine umfangreiche und effektive Beratung das erfolgreichste Mittel der Kundenbindung für ein traditionelles Augenoptikergeschäft. Es ist wichtig, dass sich Fachbetriebe ihres enormen Potentials bewusst sind, welches sie durch eine ganzheitliche Kundenberatung erst richtig entfalten können. Mit dem Kauf einer neuen Brille wollen Menschen ihre Persönlichkeit unterstreichen oder ihren Look verändern und dazu muss ein Augenoptiker

genau wissen, was seinen Kunden steht; er muss seinen Kunden „lesen“ können.

Wie erfolgreich eine intensive Typberatung verlaufen kann, erlebte die Verfasserin im vergangenen Jahr in Stralsund. Gemeinsam mit einem ortsansässigen Augenoptiker verhalf sie den Kunden mit einer Kurz-Farb-Analyse sowie einer Gesichtsförm-Analyse zur passenden Brille und gab zudem individuelle Tipps rund ums Styling (Haarfarbe, Make-Up, Frisur, etc.). Die Ergebnisse des Events wurden am Ende des Tages mit Vorher-Nachher-Fotos festgehalten. Glücklicherweise und mit neuem Wissen verließen die Kunden das Geschäft und ließen den Augenoptiker mit durchweg positivem Feedback und einer gefüllten Kasse zurück.

Ein erfolgreiches Event kreieren

Um möglichst viele Kunden anzusprechen und das Interesse für eine Brillentypberatung zu wecken, ist es ratsam ein Event zu planen, das spannend und informativ klingt. Erfahrungsgemäß eignen sich besondere Anlässe hervorragend wie beispielsweise Neueröffnungen, Jubiläen, verkaufsoffene Sonntage oder Jahreszeitenwechsel, aber natürlich auch

AKTIONSTAGE BEI AUGENOPTIK KOESTER Switch-it-Party und Stilberatung

(sk) Mischstraße. Vor einigen Tagen hatte Augenoptikerin Koester zur Switch-it-Party 2014 eingeladen, zur Brillenparty der Kollektion Switch-it, das farntastische und schnelle Mägel-Wechsel-System. Viele Kunden folgten der Einladung, um sich in dieser Zeit die allerneuesten Modelle anzusehen. Wie schon im vergangenen Jahr erwartete die Party-Gäste eine Kollektion mit einer Fülle an Farben, Mustern und Formen und ein tolles Team mit einer exzellenten Beratung, sodass jeder Interessierte seine ganz persönliche Brille fand.

Der Höhepunkt der Party war die Stil- und Typberatung, eine bei den Kunden sehr beliebte Veranstaltung, deren Termine sehr rasch vergeben waren. An diesem Tag konnten sich die Kunden dann ganz individuell 45 Minuten lang beraten lassen: welche Brille passt zu mir – in Form, Farbe und Stil. Hierzu hatte Frau Petra Koester eine Top Stylistin und Visagistin von der Firma KODENSTOCK eingeladen. Claudia Federhenn, ge-



berichterstattung in der Zeitung über Aktionstage bei Augenoptik Koester.

zu normalen Geschäftszeiten. Der Kreativität sind in diesem Fall keine Grenzen gesetzt. Steht das Datum fest, werden die potentiellen Teilnehmer angeschrieben. Dabei ist es ratsam in dem Schreiben explizit auf die individuelle 45- bis 60-minütige Beratung hinzuweisen, denn immer wieder betreten die Kunden Optikergeschäfte in der Erwartung, vor großer Runde analysiert zu werden, und sind anschließend positiv überrascht. Darüber hinaus ist zu empfehlen, auf den Kostenpunkt hinzuweisen: die Brillentypberatung ist ein Geschenk für interessierte



Claudia Federhenn berät einen Kunden.

Kunden, die Lust haben ihre Ausstrahlung mit einer neuen Brille und kleinen Veränderungen zu verbessern. Auf diese Weise sind schnelle Zusagen garantiert.

Empfehlenswert sind zudem Zusammenschlüsse des Augenoptikers mit Brillenfassungsfirmen. Durch die Mitwirkung des Fassungsunternehmens stehen dem Augenoptiker deutlich mehr Modelle zur Verfügung als im Normalfall. Man kann dementsprechend die bestmögliche Auswahl für seine Kunden treffen.

Fit für die Zukunft

Wie glücklich sowohl Kunden als auch Veranstalter nach einem gelungenen Event sind, ist häufig zu beobachten. Mit neuen Impulsen, gestärktem Selbstbewusstsein und mindestens einem passenden Brillenmodell verlassen die Käufer den Laden und werden selbstverständlich ihren Freunden und Familien von der besonderen Aktion berichten. Der Augenoptiker tut auf diese Weise etwas für sein Image, steigert seinen Bekanntheitsgrad und sichert sich somit potenzielle Neukunden.

Folgerichtig ist daher zu empfehlen, eine Mitarbeiterschulung durchzuführen, die einen Überblick über die wichtigsten Grundlagen der Stil- und Farbberatung vermittelt. Auf diese Weise sind eine langfristige Kundenbindung und spürbar steigender Umsatz gewährt.

Events der ganz besonderen Art

Eine optimale Brillenberatung muss nicht ausschließlich in Brillengeschäften stattfinden. Ein Beratungsgespräch in einem Hotel auf Djerba mit einem ortsansässigen Augenoptiker fand beispielsweise großen Anklang, denn zahlreiche Urlauber hatten Lust, sich etwas Gutes zu tun und zu lernen, mehr aus ihrem Aussehen herauszuholen. Den Gestaltungsmöglichkeiten einer erfolgreichen Veranstaltung sind keine Grenzen gesetzt. Mit Kreativität und Begeisterung lassen sich die unterschiedlichsten Events organisieren. Sie können zahlreichen Menschen dabei helfen, ihren persönlichen Stil und folgerichtig auch die zu ihnen passende Brille zu finden. ■

Claudia Federhenn
Farb-, Stil-, Brillentypberaterin &
Augenoptikerin
Geschäftsführerin einzigARTig

Anzeige 2/3 hoch

121 x 248 (132 x 297)