

# Lust auf mehr ...

## Identifizieren Sie Potenziale

Quellen für Inspiration sind vielfältig und liefern das Potenzial zur Innovation sowie den Anstoß für neue Ideen. Dafür müssen Sie nicht einmal besonders tief graben oder eine künstlerische Muse zur Inspiration vorweisen können. Potenzial zur Innovation finden Sie schon in den Kundenbedürfnissen, Ihrem (Markt-) Umfeld, der Digitalisierung, aber vor allem in Ihren eigenen Stärken und Kompetenzen.

Schlussendlich entwickeln Sie Innovationen, um die (unbewussten) Bedürfnisse Ihrer Kunden zu erfüllen und neue Kunden zu überzeugen. Deren Wünsche und Probleme sind deshalb die wichtigste Inspirationsquelle. Hören Sie zu und fragen Sie nach. So können Sie gezielt auf Ihre Kunden eingehen und individuelle Behandlungen ermöglichen. Bieten Sie Ihren Kunden einen Mehrwert, indem Sie sie über die Behandlung hinaus begleiten. Das geht mit Ihrem Wissen, das Sie in der Beratung weitergeben, aber auch mit dem Angebot an geeigneten Präparaten. So sorgen Sie für einen nachhaltigen Behandlungserfolg und bleiben auch zuhause präsent. Sie denken, Ihnen fehlt die Inspiration für innovative Ideen? Tun Sie einmal etwas Ungewöhnliches oder denken Sie über andere Dinge nach, gönnen Sie sich eine kurze Auszeit. Diese Dinge fördern die Kreativität und bringen Sie möglicherweise auf neue Ideen. Vermeiden Sie es jedoch, sich selbst unter Druck zu setzen. Auch kleine Veränderungen in der Praxis können bereits eine große Wirkung erzielen. Gibt es zum Beispiel einen zusätzlichen Service, den sie Ihren Kunden anbieten können? Das können weitere Behandlungen, aber zum Beispiel auch ein Kaffee sein. Denken Sie über Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit Kollegen aus anderen Fachbereichen nach. Fördern Sie Ihre eigenen Stärken und Kompetenzen. Kurz gesagt: Wie machen Sie sich und Ihren Kunden das Leben leichter?

Was sind aktuelle Trends?



Ziele



Umfrage



Analyse



Statistik



Kunden



Evaluation

Was wird wann benötigt? Wo kann ich mich positionieren?

© adobe stock | Buffaloboy

Innovationspotenziale in der Fußpflegepraxis, Folge 3

# Innovative Ideen in der Praxis müssen nicht mit aufwendigen Kampagnen verbunden sein:

## **Podologie Höxter**

Interdisziplinäre Zusammenarbeit, fachliche Spezialisierung und ein Wellness-Ambiente ohne Wellnessbehandlungen brachten der Praxis von Bernd C. Peschke in Höxter einen Kundenstamm aus ganz Deutschland. Fünf Mitarbeiter sorgen in der Praxis für einen hohen medizinischen und fachlichen Anspruch.

## **Die Praxis als Galerie**

„Wir hängen in unserer Praxisfläche Bilder von Galerien aus. Das nutzt der Galerie, die mehr Aufmerksamkeit bekommt und unserem Praxisambiente. Sprechen Sie doch einfach den Künstler vor Ort an. Damit haben Sie auch gleich einen Aufhänger im Dorf.“

## **Eine unverkennbare Note**

„Wenn Sie unsere Praxis betreten, werden Sie gleich von mehreren Sinnen angesprochen. Gedämpftes Licht, entspannende Musik und unser eigener Praxisduft. Den riechen unsere Kunden nur hier und sind so direkt in einer entspannten Behandlungsstimmung.“

## **Der ganzheitliche Ansatz**

„Wir besprechen uns immer mit Kollegen aus angrenzenden Fachbereichen, um besonders unseren Diabetes-Kunden eine ganzheitliche Betreuung anzubieten. Wir denken dabei nicht nur interdisziplinär, sondern auch weiter. So arbeiten wir auch mit einem Hörgeräteakustiker zusammen, denn Gleichgewichtsprobleme können von Neuropathien an den Füßen oder Störungen am Hörorgan kommen.“

## **Reden Sie!**

„Ehrenamtliche Vorträge sind ein gutes Mittel, um die Aufmerksamkeit auf die eigene Praxis und auf den Beruf zu lenken. Altenheime oder Seniorengruppen sind immer dankbar für diese Vorträge. Vor Ort sprechen Sie dann meist auch gleich mit Ihren neuen Kunden.“

## **Praxis für Podologie Bietigheim-Bissingen**

Genug Zeit für die Beantwortung von Kundenfragen, kurzfristige Termine ohne Wartezeiten sind die wichtigsten Konzept-Bestandteile in der Praxis von Olga Breining. Auf inzwischen 100 Quadratmetern kümmert sie sich mit sechs Mitarbeiterinnen um Ihre Kunden. Immer wieder wird die Praxis optimiert. Vor einigen Monaten erfolgte der Umstieg von der Kassenpraxis zur Privatpraxis. „Die richtige Entscheidung für uns und unsere Kunden.“

## **Digitale Erreichbarkeit**

„Wir stellen gerade auf ein Online-Buchungssystem um. Dadurch können wir uns besser auf die eigentliche Behandlung konzentrieren und sind außerdem 24/7 erreichbar. Das ist für uns ein klarer Wettbewerbsvorteil.“

## **Nachhaltigkeit mit Präparaten**

„Kunden vertrauen auf unsere Kompetenz als Podologen. Das lässt sich auch auf den Präparateverkauf übertragen. Deshalb bieten wir ein kombiniertes Paket an. So profitieren unsere Kunden auch zuhause nachhaltig von der Behandlung.“