

„Es fällt immer auf, wenn jemand über Dinge redet, die er versteht.“

Helmut Käutner, Regisseur und Schauspieler (1908 – 1980)

Kompetenzmarketing

Umlaufbahn des Wissens

In der kosmischen Ordnung gibt es nichts Zufälliges. Ob dunkle Energie, sichtbare oder dunkle Materie, jedes noch so kleine Teilchen, jede Energieform hat eine spezielle Funktion. Als Fußprofi erfüllen Sie Tag für Tag ebenfalls eine wichtige Funktion. Die Behandlung von Füßen ist stets auch mit Kompetenz verbunden, die Sie Ihren Kunden vermitteln können – und auch sollten.

Wenn Sie Ihre Kunden behandeln, zählt letztendlich der Behandlungserfolg. Eine professionelle und qualitative Fußpflege ist Ihre Kompetenz. Die wenigsten Menschen machen sich aber bewusst, dass sie im Alltag permanent mit ihrem Umfeld, also den Kunden, interagieren. Indirekt werben Sie demnach kontinuierlich für sich. Zeigen Sie bewusst Ihre Kompetenz und begeben Sie sich auf die Umlaufbahn des Wissens.

Denn den Planeten „Neukunde“ müssen Sie mit Ihrem Wissen umkreisen, um ein professionelles Vertrauensverhältnis entstehen zu lassen. Im Prinzip heißt dabei das Motto „durch Kompetenz überzeugen“. Bei langjährigen Kunden sollte dies übrigens auch eine Konstante sein, obwohl bereits ein Vertrauensverhältnis entstanden ist.

Der Kunde im Fokus

Ob Ihre Kompetenz vom Kunden auch wahrgenommen wird, hängt vor allem davon ab, ob Sie Grundbedürfnisse ansprechen und befriedigen. Einige Bedürfnisse wie etwa Nahrung, Wärme, Liebe, Gemeinschaft oder Familie liegen meist außerhalb Ihres Einflussbereiches. Sicherheit, Geborgenheit,

Vertrauen, Sympathie und auch Anerkennung dagegen lassen sich gezielt ansteuern. Loben Sie zum Beispiel Ihren Kunden, wenn er bei der Therapie durch eine regelmäßige häusliche Fußpflege mitarbeitet. Oder vermitteln Sie ihm Sicherheit, indem Sie kompetent darlegen, warum welche Behandlung bei ihm notwendig ist.

Beratung ist das A und O

Die Kompetenzvermittlung können Sie aktiv und oft ohne oder mit nur geringem finanziellen Aufwand bewerkstelligen. Um den Fokus auf den Kunden zu richten, haben Sie eine ganze Palette an verschiedenen Möglichkeiten. Während beispielsweise eine optisch ansprechende Schaufenstergestaltung Kunden eher emotional anspricht, können gezielte Informationen Ihre fachliche Kompetenz hervorheben. Die Bandbreite reicht zudem von Informationsmaterial wie Broschüren, Erklärfilme, Kunden-Newsletter, Websites über Vorträge, Webinare oder Interviews in Tageszeitungen bis hin zum Präparateangebot für die nachhaltige Fußpflege. Ein ganz wichtiges Element der Kompetenzvermittlung ist dabei neben der Behandlung das Beratungsgespräch.

Nachhaltigkeit wirkt kompetent

GEHWOL bietet Ihnen für die Kompetenzvermittlung eine große Vielfalt an Hilfen. Dies beinhaltet zahlreiche Materialien, die Sie in der Praxis oder in der mobilen Fußpflege zur Untermauerung Ihrer Professionalität einsetzen können. Kompetent informieren zum Beispiel die Verbrauchsmaterialien wie etwa das etablierte GEHWOL JOURNAL oder die GEHWOL Verbraucherbroschüre. Das Plakat „Diabetiker? Bluter? Allergiker? Informieren Sie uns bitte“ zeigt, dass Sie die Krankengeschichte des Kunden nicht außer Acht lassen. Terminkärtchen und Therapiekalender vermitteln Stringenz und Know-how im Vorgehen.

Pflegekompetenz zeigen

Um Kompetenz beim Kunden zu vermitteln, spielt die Präparateempfehlung für die Verlängerung der Therapie in das häusliche Umfeld eine ebenso wichtige Rolle. Ihr Wissen darüber, welches Präparat wann bei welchem Fußproblem eingesetzt wird, macht Sie in den Augen des Kunden zum Experten. Auch hier stellt Ihnen GEHWOL mit dem Präparatesortiment eine Vielzahl an Problemlösungen zur Verfügung.

Pflegekompetenz

Nutzen Sie die Wahrnehmung und Kompetenz einer der bekanntesten Fußpflegemarken Deutschlands. Vor allem das breite Sortiment schätzen die Anwender bei GEHWOL. Ein echtes Plus im Eigenmarketing bieten daher die neuen Acryldisplays zur Warenpräsentation. Für Abwechslung sorgen

die saisonalen Wechselmotive – jetzt mit zwei neuen Motiven für Frühling und Sommer zum Umdrehen. Sie untermauern den Anwenderwunsch nach schönen und gepflegten Füßen.



Die Motive können gratis auch als Wandplakat zum Aufhängen bestellt werden.

Zeigen Sie Kompetenz mit den GEHWOL-Kompetenzvermittlern:

Beratungskompetenz

- **GEHWOL JOURNAL:**
Die viermal im Jahr erscheinende Verbraucherzeitung informiert in einem bunten Mix über Fußprobleme, Fußgeschichten, hochwertige Inhaltsstoffe und verlost über ein Gewinnspiel interessante Wochenendreisen.
- **Verbraucherinformationen:**
Die Broschüren informieren fokussiert über Hornhaut, kalte Füßen, Fußpilz, Produktauswahl und vieles mehr.
- **GEHWOL Diabetes-Ratgeber:**
Die Füße eines Diabetikers benötigen besondere Pflege. Der Diabetes-Ratgeber informiert Ihre Kunden einfach und zielorientiert darüber.
- **„Diabetiker? Bluter? Allergiker?“:**
Das einfache, aber auffällige Plakat vermittelt Ihrem Kunden, dass Sie sorgfältig mit seiner Gesundheit umgehen und bestehende Erkrankungen berücksichtigen und in Ihre Behandlungsstrategie einbinden.



Organisationskompetenz

- **GEHWOL-Terminkärtchen und GEHWOL-Therapie-Kalender:**
Sie haben alles im Griff und der Kunde kann sich entspannt zurücklehnen. Sie vermitteln Ihrem Kunden, was wann zu tun ist. Er braucht nur noch mitmachen.
- **GEHWOL-Terminbuch und -Behandlungskarteikarten:**
Durch eine kompetente Dokumentation der Behandlung merkt Ihr Kunde, dass er bei Ihnen in professionellen Händen ist.

