

Stolzer Sieger

Interview: Der Gewinner des .COM CONTEST – Mit einem kreativen und hochprofessionellen Online-Marketing hat das Kosmetikinstitut Illegal Beauty aus Berlin die Jury des .COM CONTEST überzeugt. Was das Besondere an der Marketing-Strategie des Instituts ist, erfahren wir im Gespräch mit Gaffar Taha, der das Institut gemeinsam mit seiner Schwester führt.



Gaffar Taha führt zusammen mit seiner Schwester Sarah Taha zwei Kosmetikinsti-tute in Berlin mit insgesamt zwölf Mit-arbeitern. Er ist Inhaber der Marketing Agentur beautybusiness24.com, die Kos-metikinstituten und Schulungsanbietern hilft, Neukunden zu gewinnen.

BEAUTY FORUM BUSINESS: Herr Taha, Hand aufs Herz: Haben Sie mit dem Sieg gerechnet, als Sie sich für den Wettbewerb angemeldet haben?

Gaffar Taha: Offen gesagt: Ja! Hätten Sie mich das vor vier Jahren gefragt, hätte ich sehr wahrscheinlich gesagt: auf keinen Fall. Ich kann mich noch sehr gut daran erinnern, wie meine Schwester Sarah Taha und ich gestar-tet sind. Damals standen wir vor sehr vielen Herausforderungen: Unser Terminkalender hatte zu viele leere Stellen.

Was hat sich dann verändert?

Irgendwann habe ich eine Entschei-dung getroffen. So ging es nicht wei-ter. Wir mussten unsere Situation von Grund auf ändern. Ich habe mich immer mehr mit dem Thema Marketing für die Beauty Branche auseinandergesetzt, über 10.000 Eu-

ro für Werbeanzeigen ausgegeben und in Coachings investiert und mich Tag und Nacht mit dem Thema beschäftigt. Bis ich dann schlussend-lich die Lösung gefunden habe.

Wie haben sich diese Investitionen bemerkbar gemacht?

Seitdem gewinnen wir kontinuierlich Neukunden. Jetzt sind wir bis zu zwei Monate im Voraus ausgebucht. Mittlerweile haben wir nicht nur einen einzigen Raum, sondern zwei Kosmetikinstitute mit einer Gesamt-fläche von über 450 Quadratmetern und zwölf Mitarbeitern.

Wir haben auch einen eigenen On-line-Shop, mit dem wir jeden Monat fünfstellige Umsätze generieren.

Darum kann ich Ihnen heute ganz klar mit einem: „Ja“ auf Ihre Frage antworten. Wir haben mit dem Sieg

gerechnet. Und den haben wir uns für die harte Arbeit in den letzten vier Jahren auch verdient.

Was macht das Online-Marketing von Illegal Beauty aus?

Ich habe mich selbst mit dem Thema „Marketing für die Beauty Branche“ beschäftigt, sehr viel gelernt, pro-biert und getestet. Bis ich schluss-endlich eine Methode entwickelt ha-be, die zu 100 Prozent funktioniert. Die sogenannte „Beauty-Funnel-Me-thode“, die bis heute für einen vollen Terminkalender in unseren Instituten sorgt. Mit der Beauty-Funnel-Metho-de ist es möglich, zwei, vier oder acht Neukunden-Anfragen zu gene-rieren. Und zwar täglich!

Diese Methode hat uns und anderen Instituten dabei geholfen, deutlich mehr Umsatz zu machen. Und das Beste daran: Damit bleibt endlich mehr Zeit für das, was wirklich wich-tig ist, die Familie.

Wie wichtig ist dieses Marketing für den Gesamterfolg des Instituts?

Ich würde sagen: Das Marketing hat dem Institut erst zum Erfolg verhol-fen. Es ist der alles entscheidende Faktor.

Meine Erfahrung aus den letzten vier Jahren und die Ergebnisse unzähli-ger Kosmetikinstitute, denen wir zu mehr Neukunden verholfen haben, zeigen, dass Online-Marketing aus-schlaggebend für den Erfolg eines Kosmetikinstituts ist. Die Institute, die sich dessen bewusst sind, sind auch die, die langfristig bestehen und in den nächsten Jahren wachsen werden.



Der Pokal des .COM CONTEST ging an das Institut Illegal Beauty aus Berlin.

Das Interview führte Christoph Schlittenhardt.