

**E**s ist nicht einfach, als Kosmetikerin ein gut laufendes Geschäft zu führen, von dem man wirklich leben kann. Aber es ist nicht unmöglich! Ihr großer Vorteil ist, dass Sie ein kreativer Mensch sind, der es liebt, anderen Gutes zu tun. Deswegen möchte ich Ihnen ein paar Ideen an die Hand geben, die Sie mit viel Inspiration und Einfallsreichtum ausfüllen können. Dadurch heben Sie sich ab von der Masse, und das ist letztlich der

Schlüssel zur Umsatzsteigerung. Ich sehe allzu oft, dass mangels Erfolg regelmäßig Depots und Anbieter gewechselt werden, Zusatzangebote wie Schmuck und Handtaschen hinzukommen und Geld für unwirksame Werbung verschleudert wird.

### Kernkompetenzen vertiefen

Stattdessen sehe ich einen guten Weg darin, sich auf die Kernkompetenzen zu besinnen und für einen kosmetischen Zusatznutzen zu sorgen. Sie könnten Ihre Kunden z. B. gleich beim Eintreten ins Institut mit einem angenehmen Raum-

duft begeistern, der durch einen Vernebler verbreitet wird. Besonders geeignet sind dafür Zitrusdüfte, die von vielen Menschen als angenehm empfunden werden. Für den Herbst bieten sich auch Walddüfte an. Fichte, Latschenkiefer und Zeder sollen z. B. das Gefühl vermitteln, durch einen herrlich duftenden Wald zu gehen. So kreieren Sie ab der ersten Minute eine Wohlfühl-Atmosphäre, die sich positiv auf die Behandlung und den Verkauf auswirken kann. Informieren Sie

Bewährte Kompetenzen ausbauen, anstatt sich immer weiter zu verzetteln, dafür plädiert unsere Autorin Marianne Nick. Wie Sie das Thema angehen und Ihren persönlichen Zugang finden können, erfahren Sie im folgenden Beitrag.



# Zusätzliches Angebot

Ihre Kunden mit einem Schild, welches Duft heute in der Luft liegt und für welchen Preis er im Institut erworben werden kann.

Im Wartebereich bietet eine Schnupperbar Gelegenheit, den Kunden die duftenden Produkte nahezubringen. Stellen Sie dazu maximal drei Artikel zum Testen bereit. Aufsteller mit einem kurzen Text informieren z. B. über den Nutzen der Produkte für die Haut.

Im Behandlungsraum kann der Kunde seinen persönlichen Duft wählen: „Möchten Sie heute einen belebenden oder einen beruhigenden Duft für Ihre Behandlung?“ Nachdem der Kunde die Stimmungsrichtung gewählt hat, geben Sie ihm zwei Düfte zur Auswahl. Außerdem sollten Sie jedes Mal, wenn der Kunde zu Ihnen ins Institut kommt, gemeinsam eine passende Behandlung aussuchen. Diese sollte zur Stimmung und zum Hautbild passen. So fühlt sich der Kunde individuell behandelt, denn 0815 war gestern. Nichts ist schlimmer als der Satz: „So wie immer?“

### Der Tipp des Monats

Bei den Behandlungen können Sie Ihrer Kreativität freien Lauf lassen. Wie wäre es z. B. mit monatlich wechselnden Themen? So kommt keine Eintönigkeit auf und die Kunden fühlen sich individuell behandelt. Ein weiterer Vorteil ist, dass Sie dabei ein bestimmtes Produkt, passend zu einem Tipp des Monats, in den Fokus stellen könnten.

Denkbar wäre außerdem, jeden Monat eine kurze Zusatzbehandlung anzubieten, die der Kunde dazubuchen kann. Monatliche Spezialangebote sind leicht in die eigentliche Behandlung einzubauen und verlängern diese um maximal zehn Minuten. Besonders Hand- und Augenbehandlungen sind beliebt. Weitere Ideen sind etwa Fußbäder oder warme Wickel. Der Tipp des Monats sollte auf einer Tafel oder einem Aufsteller gut sichtbar im Verkaufs- und Behandlungsraum platziert werden. So werden Ihre Kunden zu-

## Dienstleistungen sollten zur Kosmetikerin passen

sätzlich informiert bzw. daran erinnert, dass sie bei Ihnen attraktive Produkte beziehen können. Zur Neukundenakquise und Kundenbindung sind regelmäßige Veranstaltungen mit Hautanalyse, Workshops und Vorträgen denkbar. Mit einer kostenfreien Hautanalyse, gefolgt von einer Beratung und Produktempfehlung, können Sie neue Kunden für sich begeistern. Werben Sie für Ihre Veranstaltungen in der Tagespresse, auf Ihrer Homepage und in den sozialen Medien.

### Workshop im Institut

Wenn Sie gern mit Gruppen arbeiten, sind Workshops und ähnliche Veranstaltungen eine interessante Idee zur Kundenpflege. Wie wäre es z. B. mit einer Ladies Night oder einem Junggesellinnenabschied im Kosmetikinstitut? Beliebt sind auch Pflege-Workshops, in denen die Teilnehmerinnen lernen, wie sie ihre Haut im Alltag gut schützen und pflegen können. Schönheits-, Schmink- und Wellness-Abende tun Körper und Seele gut. Ein schöner Abend im Institut unter Freundinnen regt zum Kauf von Produkten an und stärkt Ihr Image. Meine Empfehlung: Halten Sie die Gruppen klein, damit eine angenehm vertraute Atmosphäre entstehen kann. Natürlich



### Autorin

**MARIANNE NICK** ist seit mehr als 20 Jahren in der Kosmetikbranche tätig. Heute liegt ihr Schwerpunkt im Bereich Bio- und Naturkosmetik. Darüber hinaus ist sie als Gymnastiklehrerin, medizinisch geprüfte Aromaexpertin, Diplom-Betriebswirtin (FH) und Buchautorin tätig.

#### KONTAKT

marianne.nick@web.de

können Sie auch zu einem Vortrag über eines Ihrer Spezialgebiete einladen, über das Sie informieren möchten. In meinem Fall ist das die Naturkosmetik.

### Stärken Sie Ihre Präsenz

Nicht jeder spricht gerne vor Publikum. Aber vielleicht ist Schreiben Ihr Element? Dann wäre eine monatliche oder vierteljährliche Kundenzeitschrift mit Pflegetipps, Produktinformationen und Behandlungshinweisen etwas für Sie? Oder die Anonymität eines Webinars? Wählen Sie ein Thema und informieren Sie Ihre Kunden im Internet darüber. Oder wie wäre es mit einem WhatsApp-Beauty Club? Hier können Sie regelmäßig Ihre Angebote und Tipps posten. In diesem Rahmen können Ihre Kunden dann auch Fragen stellen und sich mit anderen austauschen. Egal für welches Zusatzangebot Sie sich entscheiden, achten Sie darauf, dass Sie das tun, was zu Ihnen passt. Zeigen Sie Präsenz! Je öfter die Menschen in Ihrer Umgebung von Ihnen hören und sehen, desto mehr steigt Ihr Bekanntheitsgrad. So finden Sie die Kunden, die zu Ihnen passen. Und das schlägt sich auch auf den Umsatz nieder. ■