

Herzliche Einladung!



32

Eine gute Idee: Workshops in Ihrem Institut, um Neukunden zu gewinnen und Bestandskunden zu binden. Für den Erfolg ist eine gründliche Vorbereitung entscheidend. Worauf Sie dabei achten müssen, erklärt Ihnen unsere Autorin Marianne Nick.

Es ist ein Event. Es ist eine Art Come-together. Und es ist die Darstellung Ihrer Kompetenz und Nachweis Ihrer Professionalität: Ein Workshop in Ihrem Institut bestätigt Bestandskunden und lockt, wenn alles nach Plan läuft, Neukunden an. Wie gesagt: nach Plan. Denn die gute Vorbereitung ist das A und O. Zunächst suchen Sie sich also ein Thema und einen passenden Termin. Besonders attraktiv sind Pflege-Workshops, in denen die Teilnehmerinnen praktisch lernen, wie sie ihre Haut im Alltag gut schützen und nähren können. Schönheits-, Schmink- und Wellnessabende nach Saison tun Haut und Seele gut, steigern Ihren Bekanntheitsgrad und sorgen für zufriedene und neue Kunden.

Beim gewählten Datum achten Sie darauf, dass es nicht unmittelbar vor oder in den Ferien liegt. Auch örtliche Feste, große Messen und Feiertage sind zu beachten. Eher geringe Beachtung fände z. B. ein Workshop am Rosenmontag in Köln. Nachdem Sie also einen Titel und einen geeigneten Termin gefunden haben, organisieren Sie die Werbung. Mit einem kurzen Text und einem schönen Bild animieren Sie potenzielle Kunden, Ihr Angebot anzunehmen. Ein Beispiel dazu lesen Sie im Kasten auf S. 34.

Schalten Sie die Anzeige auf Ihrer Homepage, in der örtlichen Zeitung und in den sozialen Medien. Hängen Sie Plakate auf und informieren Sie Ihre Kunden mit Flyern und Mails über Ihr Jahresprogramm, sodass diese rechtzeitig den Termin blo-

cken können. Bieten Sie die Workshops und Vorträge alle drei bis sechs Monate an, damit Sie vor allem in den regionalen Medien präsent sind. Bitten Sie immer um Reservierung! Unbedingt sollte der Preis auf den ersten Blick ersichtlich sein. So kann sich Ihre Zielgruppe gleich entscheiden, ob ihr der Kurs das Geld auch wert ist.

Klein und familiär

Kalkulieren Sie für sich, ab welchem Preis und bei welcher Teilnehmerzahl der Workshop für Sie lukrativ ist. Meine Empfehlung: Halten Sie die Gruppen klein, damit eine familiäre Atmosphäre



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

Workshops sorgen für Spaß, Umsatz und Kundenbindung

entstehen kann. Vier bis acht Personen reichen vollkommen aus. Zudem können Sie den Workshop regelmäßig wiederholen, wenn sich erst herumgesprochen hat, wie toll er war. Und schließlich: Ein lustiger Abend unter Freundinnen animiert zum Kauf. Das Einkaufen wird ganz besonders verlockend, wenn Sie die Gebühr für den Workshop bei einem Einkauf ab beispielsweise 80 Euro verrechnen. Halten Sie für diesen Tag und nur für die Teilnehmer ein besonderes Produkt- und Behandlungsangebot bereit. Üben Sie den Ablauf mit ein paar Freundinnen, bevor Sie Ihren Workshop anbieten. So erkennen Sie, wo es noch hapert, welche Fragen auf Sie zukommen, welche Arbeitsmaterialien Sie benötigen und wie viel Zeit. Nichts ist schlimmer als ein strukturloser, wirrer Abend, der den geplanten Zeitrahmen sprengt.

Wenn Sie eine kleine Gruppe bis maximal acht Personen haben, können Sie individuell auf jeden Kunden eingehen und den Kurs an einem schön dekorierten Tisch abhalten. Bei mehr als acht Personen bieten sich Tische aufgestellt in U-Form an. So behalten Sie gut den Überblick und

„Pflege-Workshop für schöne reife Haut“ – so kann Ihr Angebot aussehen

■ Ich führe Sie durch einen spannenden Workshop mit praktischen Tipps zur Gesichtereinigung und zur fachgerechten Anwendung von Gesichtswasser, Peeling, Masken und Cremes.

■ Sie erhalten eine individuelle Hautanalyse sowie viele inspirierende Informationen über Rohstoffe in Kosmetikprodukten, deren Gewinnung und Wirkung.

■ Das Schönste: Unter Anleitung führen Sie in einer kleinen Gruppe alle Pflegeschritte selbst aus, verwöhnen und massieren Ihr Gesicht und genießen zwei Stunden Wellness pur in angenehmer Atmosphäre.

Termin – Uhrzeit – max. Teilnehmerzahl – Preis – Anmeldeadresse (Mail und Telefonnummer, vollständige Adresse)



Die Vorbereitung

Damit Sie den Preis Ihres Workshops kalkulieren können, schreiben Sie für sich eine Liste mit dem groben Ablauf Ihrer Veranstaltung, benötigten Arbeitsmaterialien und -produkten, Catering und Verkaufsware, Kosten und geplanten Einnahmen.

Ablauf: Pflegeworkshop für die schöne reife Haut

Zeit/ Min.	Arbeitsschritte	Ausführung
10	Willkommen	Mit Duftkomresse und Holundersekt
20	Anamnese	Hautanalyse ausfüllen lassen und bewerten. Jeder bekommt seine individuelle Produktempfehlung
10	Hautbild	Hautaufbau und -bedürfnisse erklären
60	Pflegepraxis	Mit Schritt-für-Schritt-Anleitung im Anamnesebogen: Reinigen, Tonisieren, Peeling, Massage, Maske, Reinigen, Tonisieren, Einschleusen von Spezialprodukten, Abschlusspflege: Augencreme und Creme
5	Geschenk	Angebot und kleines Geschenk überreichen
15	Feedback	Haut jeder Teilnehmerin genauer betrachten, Gruppenfeedback über Highlights und Erkenntnisse
30	Im Anschluss bzw. als finaler Abschluss: Verkauf und Terminvergabe	

können die Teilnehmer exakt anleiten. Die „Anamnese“ kann dann allerdings nicht individuell erfolgen, und Sie benötigen die entsprechend großen Räumlichkeiten.

Die vorbereitete Arbeitsmaterialliste beinhaltet alles, was Sie **für den Workshop benötigen**: Broschüren und Eventprogramm, Raumduft, Produkte, kleines Skript, Blöcke und Stifte, Kleenex, Schüsseln, Pinsel, Watte pads, kleine Handtücher, Spatel, Musik, Catering, Geschenk, Verkaufswaren etc. Schreiben Sie möglichst ausführlich auf, was Sie brauchen, und nutzen Sie diese Liste immer, wenn Sie einen Kurs halten. Das erleichtert die Vorbereitung deutlich. Ideal

ist es, wenn Sie gleich die Kosten dazu schreiben und bei einer Preiserhöhung entsprechend anpassen. So haben Sie Ihre Ausgaben immer im Blick und arbeiten für einen fairen und kalkulierbaren Stundenlohn.

Bereiten Sie den Raum rechtzeitig vor, sodass Sie die Teilnehmer ausgeruht und gut gelaunt empfangen können. Oftmals ist das schon einen Tag vorher möglich. So sehen vielleicht auch andere Kunden den Raum und werden motiviert, beim nächsten Mal dabei zu sein.

Auf geht's!

Ihr Kurs beginnt mit einem schönen Duft, mit Musik, Sekt, Häppchen und leckeren Naschereien. So sorgt man von Anfang an für eine gute Stimmung.

Die Hautanalysen zu Beginn des Workshops können Sie ganz professionell mit einem Gerät ausführen oder mit der bewährten, klassischen Methode. Gefolgt von einer exzellenten Beratung und Produktempfehlung können Sie damit neue Kunden für sich gewinnen.

Im Praxisteil sollten Sie sehr darauf achten, dass die Kunden Ihre Anweisungen befolgen und nicht schon vorher mit Maske und Co beginnen, denn das kann schnell im Chaos enden. Leiten Sie detailliert und exakt an, damit jeder weiß, was er wann zu tun hat. Gehen Sie auf Fragen ein und sorgen Sie dafür, dass Sie die Gruppe im Griff haben. So bleibt die Atmosphäre gut, Sie können Ihr Programm durchziehen und alle Kunden begeistern. Die Verkaufsware bestellen Sie spätestens zwei Wochen vor dem Event. Eine Dreier-Bestückung ist gut, je sechs Stück sind noch besser. So können die Teilnehmer unter vielen Produkten wählen, und Sie behindern den Verkauf nicht dadurch, dass nicht ausreichend Artikel vorhanden sind.

Der wichtige Abschluss

Nehmen Sie sich nach dem Kurs kurz Zeit für jeden Kunden. Wenn Sie gut vorbereitet sind, haben Sie einen Anamnesebogen mit angekreuzten Produkten für jeden Kunden im Kurs erstellt, sodass Sie schnell und sicher die gewünschte Kosmetik herausuchen und verkaufen können. Vereinbaren Sie zudem noch einen persönlichen Behandlungstermin, sobald die Kundin an der Kasse ist.

Wenn Sie eine nette und kompetente Kollegin haben, ist es sinnvoll, von dieser Hilfe anzunehmen. Oftmals bieten Kosmetiklieferanten auch eine Gebietsbetreuerin an, die Ihnen unter die Arme greifen kann. Nutzen Sie diesen Service und überzeugen Sie gemeinsam Ihre Kunden. Mit ein bisschen Routine werden Ihnen Ihre Kurse bestens gelingen. Haben Sie Mut dazu und bieten Sie Ihren Kunden etwas Besonderes. Viel Erfolg beim Planen und Durchführen. ■