



Foto: djd/Farbglasshütte Lauscha GmbH

Hingucker

Magnet Schaufenster als Visitenkarte

Was sieht Ihre Kundin als erstes, wenn sie auf Ihr Institut zugeht? Ihr Schaufenster! Wie heißt es immer: Was zählt, ist der erste Eindruck, was bleibt, ist der letzte. Also kümmern Sie sich zeitig um beides, etwa im Weihnachtsgeschäft.

Haben Sie auch schon einmal vor einem faszinierenden Schaufenster gestanden und es wurden Wünsche in Ihnen geweckt? Vielleicht bei einem Juwelier, Reisebüro oder Delikatessengeschäft? Das Schaufenster ist imagebildend für die Kosmetikerin, es signalisiert Sauberkeit und Aktualität. Zudem soll es Lust machen, in das Institut hineinzugehen. Vom Schaufenster lässt sich auf die Qualität des Geschäftes schließen.

Also muss es dem Betrachter entsprechende Anreize, Inspiration und Eindrücke bieten.

Richtige Dosis wählen

15 Sekunden müssen reichen, um das Fenster als Ganzes zu erfassen. Überladene Fenster vermitteln Unruhe und Chaos. Das Auge braucht Zeit zum Ausruhen, um den Inhalt des Fensters wahrzunehmen. Auch wichtig: die Dekoration nicht länger

als vier Wochen, höchstens sechs stehen zu lassen. Sonst stören Staub, Schmutz sowie das Ausbleichen von Plakaten und Faltschachteln das Bild. Außerdem kann Langeweile aufkommen, wenn Stammkunden immer das gleiche Schema sehen. Es ist nicht genug, alle vier Wochen die Plakate auszutauschen und andere Ware dazuzustellen. So entsteht womöglich immer dasselbe Bild und es wirkt nicht mehr magisch auf die Betrachter. Intelligente und optisch anspruchsvolle Dekorationen bilden den optimalen Rahmen für Ihre Verkaufsförderung, Ihre Dienstleistungen und Produkte.

Rechtzeitig planen

Kunden betreiben gerne „Window-shopping“, nur Schaufenster, die sich optisch von der Konkurrenz abheben, haben die Chance, Impulse und Kauflust zu wecken. Wie aber dekoriert man die Ware, um attraktiv auf Passanten und Kunden zu wirken? Wichtig ist erst einmal die gedankliche Vorarbeit mit einem Jahresplaner. Stellen Sie sich zur Vorbereitung folgende Fragen: Welche Events oder jahreszeitlichen Anlässe gibt es? Welche visuellen Trends aus Mode, Design und Kunst geben einen packenden Beitrag her? Wer dekoriert? Wie eine Theaterbühne muss das Schaufenster inszeniert werden, mit Bühnenbild, Licht und der Ware als Schauspieler. Auch hier funktioniert die AIDA-Formel: Attention, Interest, Desire, Action, sprich: Aufmerksamkeit gewinnen, Interesse erzielen und Wünsche wecken, denen die Kaufhandlung oder Terminvereinbarung folgt. Eine Dekoration ist keine Aufgabe, die man mal eben zwischendurch erledigen kann. Grundlage ist die Jahresplanung, zu der neben der Konzeption auch das rechtzeitige Bestellen oder Besorgen von Stoffen und Dekomaterial gehören. Auch eine Zusammenarbeit mit Künstlern oder Nachbargeschäften kann für „frischen Wind“ sorgen.

Inhalt, Thema	Blickfänger	Ziel	Wann? Wer? Mit wem?
Geschenkideen zu Weihnachten aus dem Kosmetikstudio Motto Eine schöne Bescherung	Geschmückten Tannenbaum und Weihnachtsmann aufstellen. Viele verschieden große, leere Kartons hübsch einwickeln. Überall „Geschenke“ verteilen und aufhängen. Gutscheine gut sichtbar drapieren.	Behandlungen, Gutscheine und Produkte als Geschenkidee verkaufen, Produkte im Regal als Geschenk markieren z. B. einen kleinen Weihnachtsmann dranhängen, auch an Preiswertes für Kinder denken.	Künstlichen Tannenbaum und einen großen Weihnachtsmann besorgen. Ab jetzt Kartons im Bekannten- und Verwandtenkreis sammeln lassen. Im Team oder mit Bekannten jeden Tag Kartons hübsch einwickeln, am 24. November mit Freundin dekorieren.
Silvester/Neujahr Motto Guten Rutsch	Luftschlangen, Raketen und Banner mit Neujahrsspruch in die Deko integrieren.	Den Kunden ein gutes neues Jahr wünschen.	Am 27. Dezember selber dekorieren.
Fasching und Karneval Motto Maskenparade	Faschingskostüme, Dekomasken ins Fenster und Geschäft hängen.	Maskenprodukte und Behandlungen werden aktiviert.	Am 5. Januar mit Mitarbeitern Faschingskostüm aus dem Kostümverleih und Masken aus den Faschingsabteilungen der Kaufhäuser besorgen.

... und jetzt entsteht Ihr persönlicher Dekorationsplaner. **Tipp:** Wenn Sie unterwegs sind und etwas Nettes sehen: sofort mitnehmen, fotografieren oder aufschreiben.

Mode, Kunstgegenstände, Taschen oder Schuhe in die Dekoration mit einzubeziehen bringt Abwechslung, sorgt für Hingucker und ist eine geschickte Werbung.

An der Deko sollten Sie nicht sparen. Damit würden Sie die Botschaft vermitteln: Mir geht es schlecht. **Tipp:** die Beleuchtung abends, an Wochenenden und Feiertagen angeschaltet lassen.

Weihnachtsdekoration

Damit kein Weihnachtsstress entsteht, denken Sie zeitig ein paar Stunden über Weihnachtstrends und Dekoideen für das diesjährige Weihnachtsgeschäft nach.

Fünf Schritte für eine gelungene Weihnachtsinszenierung:

- Themenfindung: Wie setze ich mich von der Konkurrenz ab?
- Raum für Deko: Fassade, Schaufenster, verkaufsaktive Plätze
- Materialbedarf, Blickfang, Stoff, Lichterketten: Was kann ausgeliehen werden? Was muss gekauft

werden? Was ist im Fundus und bekommt in einer neuen Verbindung eine andere Aussage?

- Zeitplan: Wann wird mit den Vorbereitungen begonnen?
- Umsetzung: Wer macht was?

Liebe zum Detail, Licht und saubere Arbeit sind die Grundlagen gelungener Dekoration. Betrachten Sie andere schöne Schaufenster und probieren Sie Neues aus. Erstellen Sie bei Sekt oder Selters, im Team, mit Freunden oder alleine einen eigenen Dekorationsplaner. ■

Auf einen Blick

Autorin

Thordis Schütte ist Kosmetikerin und Drogistin. Seit mehreren Jahren arbeitet sie selbstständig als BDVT-Verkaufstrainerin und -Beraterin. Davor sammelte sie in der Kosmetikbranche über 22 Jahre lang Erfahrung im Verkauf und Vertrieb.



Kontakt

post@thordis-schuette.de