

Naturkosmetik für Ihr Institut

Natürlich schön

Naturkosmetik boomt. Nach langen Jahren der Bescheidenheit in Reformhäusern und im Holzregal tauchen Tuben und Tiegel mit pflanzlichen Inhaltsstoffen jetzt auch immer häufiger in edlen Parfümerien, Drogerien und in Nobelkaufhäusern auf. Auch Sie können diesen Trend für Ihr Institut nutzen! Wie das genau geht, verraten wir Ihnen in folgendem Artikel



Umfragen zufolge schätzt jede zweite deutsche Frau natürliche Pflegeprodukte. Aus dem einstigen Nischenangebot für Gesundheits-sandalenträger ist ein Lifestyle-Accessoire geworden, das es sogar bis in die Villen der Hollywoodstars (z.B. Julia Roberts, Cate Blanchett, Brad Pitt) geschafft hat. Das Müsliimage ist passé, denn die biologischen Pflegeprodukte gewinnen immer mehr Fans. Längst ist dieser Trend auch eine Chance für die Kosmetikerin, mit Naturkosmetikaktionen ihre Kunden zu begeistern. Auch Sie können von diesem neuen Lifestyle profitieren. Denn natürliche Kosmetik kommt nicht nur gut an, sondern gezielte Aktionen können auch die Kasse ordentlich klingeln lassen.

„Gehirnstürme“

Der erste Schritt für einen echten Erfolg ist die sorgfältige Planung einer Aktion und zwar so, dass sie zu Ihnen und Ihren Mitarbeitern passt. Einfach irgendeinen Termin anzuberaumen oder ein Mailing mit einem austauschbaren Thema zu versenden, reicht nicht! Auch Ware wahllos zu bestellen, ist nicht zu empfehlen! Nehmen Sie sich Zeit für Ihr neues Projekt und bereiten Sie es sorgfältig vor – dann wird Ihr Naturkosmetikevent auch mit großer Wahrscheinlichkeit ein voller Erfolg!

Folgende Fragen sollten Sie sich vorab stellen:

- ▶ Was begeistert mich am Thema Naturkosmetik?
- ▶ Was kann ich besonders gut, wo liegen meine Stärken?
- ▶ Welche Aktion würde mich persönlich begeistern?
- ▶ Was bräuchte ich, um mich wohlzufühlen, wenn ich an einer Naturkosmetikaktion teilnehme?
- ▶ Wann habe ich (bzw. die Kunden) Zeit, daran teilzunehmen – abends oder doch besser nachmittags?

Sie werden feststellen, je intensiver Sie über die Details einer Aktion nachdenken, desto eher fallen Ihnen wichtige Kriterien zur Vorbereitung ein. Mit Ihren Entscheidungen „aus dem Bauch heraus“ treffen Sie ganz sicher auch das „Bauchgefühl“ Ihrer Kunden. **Wichtig:** Block und Stift zur Hand nehmen und alle Gedanken zum

Telefonnummer etc. Schließlich kann immer mal wieder etwas Unvorhergesehenes dazwischenkommen und Sie müssen den Termin absagen. Dann ist es wichtig, dass Sie Ihre Kunden auch kontaktieren können.

► **Wer wird eingeladen?** Auf jeden Fall Ihre Stammkunden, denn diese vertrauen Ihnen bereits seit Jahren und freuen sich über Ihre Aufmerksamkeit. Stammkunden alleine reichen natürlich nicht aus, auch Neukunden müssen akquiriert werden. Insgesamt sollten für eine Beautyveranstaltung maximal zwölf Kunden eingeladen werden.

Tipp: Sammeln Sie neue Kunden- oder Mailadressen für Ihre Kundenkartei! Post zum Geburtstag, Grüße zu Weihnachten oder eine persönliche Einladung zur nächsten Aktion kommen schließlich immer gut an!

► **Wie war das Ergebnis Ihrer Veranstaltung?** Ziehen Sie Bilanz: Was war klasse, was könnte in Zukunft verändert bzw. ergänzt werden – wie war der Umsatz? Was haben Sie vergessen, was könnte beim nächsten Mal besser laufen?

► **Feiern Sie Ihren Erfolg!** Schließlich haben Sie und Ihr Team einiges geleistet! Loben Sie sich auch ruhig einmal gegenseitig – das tut nicht nur gut, sondern spornt auch zusätzlich an.

Aktionsideen

Ihre Planung für die Naturkosmetikaktion steht – jetzt geht's an die Umsetzung! Nach dem visuellen Brainstorming ist das Thema „Natürliche Tipps und Tricks für Ihre Frühlingspflege“ herausgekommen. Stamm- sowie Neukunden sollen an einem Samstagnachmittag zirka drei Stunden von Ihren Naturkosmetikprodukten begeistert werden. Um die Aktion für Ihre Kunden interessanter zu gestalten, werden an diesem Tag auch Beautyrezepte zum Selbermachen vorgestellt. Ebenfalls mit an Bord sollte eine Außendienstmitarbeiterin Ihres Naturkosmetikdepots sein, die zu Beginn einen kurzen Vortrag von nicht mehr als 30 Minuten zur Besonderheit der Inhaltsstoffe und Pflegeeigenschaften der Produkte hält. Frucht drinks, Salate und Gemüsesticks, angelehnt an die Inhaltsstoffe der angebotenen Naturkosmetik, ma-

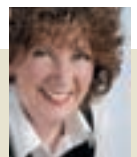


Beautyrezepte zum Selbermachen kommen bei den Kunden immer gut an! Anregungen finden Sie in dem Buch „Casha's Beauty-Welt“ von Casha Schilling

chen sich bei solchen Aktionen immer gut und erfreuen die Kunden. Ob Avocadosalat, Quarkspeisen, Nussmischungen, Obstsalate, Gurkendrinks oder Milchmixgetränke – lassen Sie Ihrer Kreativität einfach freien Lauf.

Sechs bis sieben Stammkundinnen und deren beste Freundinnen haben sich bereits für den Termin angemeldet. Drei bis vier Tische werden mit verschiedenen Utensilien dekoriert: Kosmetiktücher, Watte pads, Spatel und natürlich die Produkte, die forciert werden sollen, liegen auf jedem Tisch aus. Wichtig: Jeder Tisch ist anders geschmückt und mit unterschiedlichen Produkten bestückt. Blumen und Früchte, hübsch drum herum drapiert, werten Ihr Angebot zusätzlich auf! Ähnlich wie beim Speed Dating sollten die Kunden dann in Gruppen von Tisch zu Tisch gehen, die Produkte ausprobieren und sich in lockerer Atmosphäre darüber austauschen. Seien Sie dabei stets in der Nähe, so haben Ihre Gäste die Möglichkeit, Ihnen auch konkrete Fragen zu Pflege und Anwendung zu stellen. Ideal wäre es natürlich, wenn an jedem Tisch ein Mitarbeiter sitzen würde. Aber auch alleine, ohne Mitarbeiter, lässt sich die Aktion gut durchführen. Gehen Sie einfach in Ruhe von Tisch zu Tisch und stehen Sie für Fragen zur

Verfügung. Wenn alle Produkte von Ihren Kunden in Augenschein genommen worden sind und keine Fragen mehr auftauchen, laden Sie zu den „zauberhaften Frühlingsideen“ ein, indem Sie eigene pflanzliche Pflegerezepte vorstellen. Diese sollten schnell und einfach zuhause nachgemacht werden können. Auch sollten sie bereits ausgedruckt parat liegen, so können sie die Kunden auch gleich mit nachhause nehmen. **Tipp:** Eine tolle Quelle für Beautyrezepte ist das Buch von Casha Schilling „Casha's Beauty-Welt“. Zum Abschluss der Veranstaltung laden Sie zu einer speziell für diese Kundengruppe entwickelten „Welcome“-Behandlung in Ihrem Institut ein, die gerne sofort oder innerhalb eines Monats zu einem Sonderpreis einzulösen ist.



Thordis Schütte

Thordis Schütte arbeitet als Coach in den Bereichen Kosmetik, Reformhaus und Naturkost. Durch ihre langjährige Berufserfahrung im Einzelhandel und in der Industrie hat sie sich in ihren Trainings auf die Optimierung von Vertriebsstrukturen und die Stärkung der persönlichen Kompetenz von Mitarbeitern spezialisiert. www.thordis-schuette.de