

Erfolgreich im Weihnachtsgeschäft

Das Weihnachtsgeschäft hat sich verändert – Geschenke werden häufig erst kurz vor den Festtagen gekauft, die Treue zum Fachgeschäft lässt nach. Wie Sie punkten können und den Einkauf zum positiven Erlebnis für die Kunden machen? INSIDE beauty hat bei Insidern nachgefragt.



Petra Lauble,
National Sales & Training
Manager Elizabeth Arden



Insider-Tipp
„Durch das Auftragen der Produkte zum Testen auf der Haut verbinden wir uns direkt mit dem Kunden.“
Geschenk-Tipp: „Die Skin Illuminating Retexturizing Peeling Pads sorgen für perfekten Glow.“

Es sind viele kleine Faktoren, die dazu beitragen, dass wir uns willkommen und wohl fühlen, sei es in einem Hotel oder in einem Geschäft. Frau Lauble, was sind die wichtigsten?

Petra Lauble: „Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck!“ Das gilt einfach immer und überall. Dabei spielen für jeden Kunden andere Faktoren eine Rolle. Für den einen ist es das Licht im Geschäft, für den anderen die Raumtemperatur oder die nette Geste, einen Espresso serviert zu bekommen. Unsere Aufgabe speziell in der Parfümerie ist es, für jeden Kunden ein ganz individuelles Wohlfühl-Ambiente zu initiieren. Der Anfang von allem ist für mich ganz selbstverständlich eine freundliche, verbindliche Begrüßung mit Augenkontakt und einem gewinnenden Lächeln. Je nach Sinnestyp erspürt ein Kunde die Atmosphäre, sieht das Miteinander unter den Kollegen und hört den Verlauf von

Gesprächen mit anderen Kunden. Darauf gilt es zu achten und sich auf den Kunden einzustellen. Mit persönlicher Note, guter und punktgenauer Beratung und echtem Einfühlungsvermögen kann man hier einen entscheidenden Unterschied machen. Wenn er sich direkt wohlfühlt, und das entscheidet das Unterbewusstsein innerhalb der ersten 10 Sekunden, werden wir ihn auch zukünftig willkommen heißen dürfen.

Service verbindet Mitarbeiter und Kunden. Welche Service-Gesten kommen besonders gut an?

Petra Lauble: Durch das direkte Auftragen der Produkte zum Testen auf der Haut verbinden wir uns quasi mit dem Kunden. Das Auftragen eines Lippenstiftes oder einer Foundation, eine kleine Handmassage mit der Bodylotion, passend zum Lieblingsduft, oder das Vorführen der Reinigung, des Peelings oder

der Maske auf dem Handrücken sind das kleine 1x1 des Services, das jeder beherrschen sollte. Eine Formel besagt: gesehen und gefühlt ist (fast) verkauft.

„Für Extra-Leistungen habe ich im Weihnachtsgeschäft keine Zeit.“ Dieses Argument hören Sie bestimmt häufiger. Ihre Empfehlungen?

Petra Lauble: Ein Profi lässt sich von Zeit nicht managen, er managt die Zeit und erkennt den Kundenbedarf, um gezielt und ergebnisorientiert eine Extra-Leistung einzusetzen. Das gelingt mal besser, mal weniger gut – aber der Erfolg gehört in der Regel dem Tüchtigen, der keine Chance ungenutzt lässt. Hier hat der Fachhandel nämlich genau die Chance, dem Kunden ein Einkaufserlebnis zu bieten, das es online nicht gibt!

Ein gut eingespieltes Team, das gern zusammenarbeitet, ist vor allem auch in stressigen Zeiten Gold wert. Was ist wichtig, damit Teams gut funktionieren und sich jeder im Team wohlfühlt?

Petra Lauble: Wenn jedem im Team klar ist, dass man offen miteinander umgehen kann, jederzeit ehrlich Kritik äußern darf und auch der Spaß nicht zu kurz kommt, schweißt das ein Team zusammen. Es erleichtert gemeinsame Entscheidungen, ermöglicht höhere Standards und erlaubt es, auch hochgesteckte Ziele zu erreichen. Diese Werte gilt es gemeinsam zu definieren und sie können in jedem Team unterschiedlich sein, abhän-

gig von den Persönlichkeiten, den Kunden und den Aufgaben. Am Ende zählt aber vor allem eines: One Team – One Dream.

An positive Einkaufserlebnisse erinnert man sich gern. Wann wurden Sie als Kunde letztmals in einem Geschäft positiv überrascht?

Petra Lauble: Das war letztes Jahr mit einer Freundin bei Nespresso. Ich selber hatte keine Kaffee kapsel-Maschine und war fasziniert, dass man beim Kauf von Kapseln in der Nespresso-Boutique mit einer Kaffeespezialität verwöhnt wird. Dazu bekamen wir auch den Milchaufschäumer präsentiert, in dem die Milch für unseren Latte Macchiato zubereitet

wurde. Die Verkäuferin hat uns dabei so perfekt und charmant in ihre Kaffeewelt mitgenommen, dass wir direkt jeder einen Milchschaumer gekauft haben. Bis heute habe ich immer noch das Gefühl, einen guten Kauf getätigt zu haben.

Viele Menschen verbinden Weihnachtseinkäufe mit Stress. Wie kann man sie im Geschäft am besten vom Gegenteil überzeugen?

Petra Lauble: Hier hat der private Fachhandel einen großen Vorteil: Wir können mit Entschleunigung punkten, weil in der Privatparfümerie sehr individuell auf Kundenbedürfnisse eingegangen werden kann. Viele Geschäfte haben eine Kaffeebar, eine Sitzzecke oder Spielmöglichkeiten für Kinder. Hier können beispielsweise Männer und Kinder umsorgt werden, um die Wartezeit zu verkürzen, während sich die Frauen um die Schönheit kümmern. Aber vor allem die Männer sind es oftmals, die mit den Weihnachtseinkäufen überfordert sind. Mit schönen Verkaufsideen sorgen Sie bei ihm für Entspannung, wenn er das Gefühl hat, mit genau dem richtigen Geschenk nach Hause zu gehen.

Das ist ein gutes Stichwort. Welches sind Ihre aktuellen Favoriten?

Petra Lauble: Ein Muss für den perfekten „Glow“ im Gesicht und die Extraportion Ausstrahlung sind die Elizabeth Arden Skin Illuminating Retexturizing Pads – ohne die geht für mich gar nichts! Sie sind für jeden Hauttyp und für jedes Alter geeignet und einmalig in der Darreichungsform: unkomplizierte Peeling-Pads mit Sofort-Effekt auf der Basis von 5 Prozent Fruchtsäure. Damit verschenken Sie schöne, glatte Haut und gleichzeitig ein Spa-Gefühl für zuhause. Außerdem liebt jede Frau das Gefühl streichelzarter Haut, weshalb die Green Tea Honey Drops Body Cream auch zu meinen Lieblingen zählt, die ich gerne verschenke. Die Creme ist angereichert mit Honigperlen, die bei Berührung auf der Haut sanft zerplatzen und einen Feuchtigkeitkomplex auf der Haut freisetzen. Ein einzigartiges Dufterlebnis und besondere Zartheit in einem!



Carola Bopp,
Leiterin der Beauty Academy
Stuttgart (www.be-a-st.de)

Es sind viele kleine Faktoren, die dazu beitragen, dass wir uns willkommen und wohl fühlen, sei es in einem Hotel oder in einem Geschäft. Frau Bopp, was sind die wichtigsten?

Carola Bopp: Es sollten alle Sinne positiv angesprochen werden. Die Optik spielt natürlich eine große Rolle: trotz der teilweise chaotischen Vorweihnachtsstimmung ist es wichtig, sehr stark auf Ordnung und Sauberkeit zu achten. Wenn Möbel, Dekoration und das gesamte Ambiente in einheitlichem und konsequentem Stil gehalten sind, kann ein Flair entstehen, das eine gewisse Anziehungskraft aufbringt und zum Verweilen einlädt. Gepaart mit der treffenden und zugleich dezenten Musik, der passenden Raumtemperatur und einem angenehmen Geruch (was uns in der Parfümerie ja nicht schwer fallen sollte), können wir Gemütlichkeit schaffen. Oft unterschätzt die Wirkung von Licht! Lampen sollten niemals blenden, sondern eher indirekt beleuchten und immer eine warme Lichtfarbe ausstrahlen.

Service verbindet Mitarbeiter und Kunden. Welche Service-Gesten berühren und kommen besonders gut an?

Carola Bopp: Lassen Sie sich den Stress nicht anmerken, sondern versuchen Sie auszustrahlen, dass Sie sich die Zeit für Ihre Kunden nehmen, um ihnen richtig zuzuhören, sich auf sie zu konzentrieren



Fotos: shutterstock/ Maryja Naidziomyseva; 123rf/Teerawut Masawat

und freundlich und zuvorkommend zu sein. Auch wenn Sie letztlich nicht viel Zeit haben, so versuchen Sie, die, die Ihnen mit dem einzelnen Kunde bleibt, so effizient und positiv wie möglich zu gestalten. Ganz nach dem Motto: Wenn es schon mit der Zeit-Quantität schwierig ist, machen Sie keine Abstriche in der Qualität!

„Für Extra-Leistungen habe ich im Weihnachtsgeschäft keine Zeit.“ Dieses Argument hören Sie bestimmt häufiger. Ihre Empfehlungen?

Carola Bopp: Bevor das Weihnachtsgeschäft losgeht, muss im Team abgesehen werden, auf welche „Extras“ verzichtet werden kann und auf welche nicht. Natürlich muss man in der Weihnachtszeit keine Produktschulungen machen oder das Geschäft renovieren. Doch Basics, die eine Selbstverständlichkeit darstellen, sollten darunter nicht leiden. Dazu gehören Sauberkeit, Freundlichkeit, ausgezeichnete Service und eine angemessene Beratung. Wenn man sich im Team einigt, dass beispielsweise gewisse Dienstleistungen wie Schminktermine oder Ähnliches nicht stattfinden können, sollte man sich eine Strategie überlegen, wie man die Kunden beispielsweise durch Vergabe von Gutscheinen oder Terminvereinbarungen zum Wiederkommen „verlockt“ und nicht verliert.

Ein gut eingespieltes Team, das gern zusammenarbeitet, ist vor allem auch in stressigen Zeiten Gold wert. Was ist wichtig, damit sich jeder im Team wohlfühlt?

Carola Bopp: Kommunikation ist alles! Am besten eine großzügige Besetzung einplanen und dann in aller Ruhe im Team kurze Meetings morgens vor dem

Ansturm durchführen, um gemeinsam die Aufteilung der Aufgaben und die Strategie der Abläufe zu besprechen. Wer kassiert, wer packt Geschenke, wann macht wer Pause, wer achtet auf was? Wenn man diese Gespräche jeden Tag wiederholt und die Erfahrungen der Vortage einbezieht, läuft es schnell Hand in Hand und macht richtig Spaß!

An positive Einkaufserlebnisse erinnert man sich gern. Wann wurden Sie als Kundin letztmals in einem Geschäft positiv überrascht?

Carola Bopp: Überrascht werde ich immer dann, wenn meine Erwartungen übertroffen werden. Dazu braucht es oft nicht viel, denn die Kunden wissen ja, dass das Weihnachtsgeschäft grundsätzlich chaotisch und stressig sein kann. Wenn sie dann jedoch merken, dass das gar nicht so sein muss und es sogar noch ein kleines Geschenkchen gibt und eine nette Geste die signalisiert „da hat jemand richtig zugehört und verstanden“, dann verlasse ich mit einem Lächeln das Geschäft und speichere den Einkauf als eine positive und wiederholenswerte Erfahrung ab.

Viele Menschen verbinden Weihnachtseinkäufe mit Stress. Wie kann man sie im Geschäft am besten vom Gegenteil überzeugen?

Carola Bopp: Man kann Service anbieten wie z. B. Vorbestellung per E-Mail, dann wird die Ware vorbereitet und schön verpackt und muss nur noch bezahlt und abgeholt werden. Durch solche Maßnahmen kann man den Kunden und dem eigenen Team Stress nehmen. Und wenn es dann doch zu Wartezeiten kommen sollte, kann man Punsch und Plätzchen anbieten und ein bisschen



Esther de Levie,
Director Training
Coty Luxury



Insider-Tipp
„Gute Organisation ist jetzt wichtig. Denn nichts stresst Menschen mehr als Warten.“
Geschenk-Tipp: „Die Kombination von Produkt und Idee – wie z. B. eine kostbare Körpercreme plus Gutscheine für eine Rückenmassage – kommt immer toll an.“

zum angenehmen Verweilen einladen. Dann vergeht die Zeit wie im Flug und die Kunden können sich zufrieden und gestärkt in den Weihnachtstrubel der anderen Geschäfte stürzen.

Schöne Geschenkideen ... – welches sind Ihre aktuellen Favoriten?

Carola Bopp: Kerzen gehen immer! Auch wenn man den Parfümgeschmack der beschenkten Person nicht ganz genau kennt, liegt man mit einer hochwertigen Duftkerze selten falsch. Meine Favoriten sind die Duftkerzen von Diptyque – je nach Preisvorstellung gibt es verschiedene Größen und es sind die traumhaftesten Düfte! Ich selbst habe letzte Weihnachten die Luxusgröße von „Feu de Bois“ geschenkt bekommen und erfreue mich noch immer daran! Empfehlen Sie Ihren Kunden, Luxus zu schenken, den man sich selbst eher selten gönnt. Also nicht unbedingt die Tagescreme, die sich die Beschenkte sowieso kaufen würde, sondern außergewöhnliche Wohlfühlprodukte. z. B. ein Entspannungsbad, luxuriöse Gesichtsmasken oder hochwertige Körperöle. Mein Favorit für den Körper ist im Moment das fantastische Body Serum von Björk&Berries. Bieten Sie auch Gutscheine als Geschenkidee an! Sie führen dazu, dass die Kunden wiederkommen, wenn Sie sich mehr Zeit für Sie nehmen können. Entweder für Produkte oder für Dienstleistungen, die neben einer guten Marge und eventuellen Zusatzkäufen eine hohe Kundenbindung versprechen. Und außerdem gibt es ja nichts Schöneres, als ein individuelles Wohlfühlprogramm.

Es sind viele kleine Faktoren, die dazu beitragen, dass wir uns willkommen und wohl fühlen, sei es in einem Hotel oder in einem Geschäft. Frau de Levie, was sind die wichtigsten?

Esther de Levie: Gute Stimmung bei den Mitarbeitern ist mitunter am wichtigsten. Oftmals kann man schon beim Betreten eines Geschäftes körperlich spüren, dass dort eine unangenehme Atmosphäre herrscht. Hier möchte man nicht gerne verweilen. Ganz anders erlebt man es als Kunde, wenn man spürt, dass sich die Mitarbeiter gut verstehen, dass alle Hand in Hand arbeiten und man mit seinen Wünschen im Mittelpunkt steht. Ein wichtiges Thema ist auch Sauberkeit. Eigentlich selbstverständlich, möchte man meinen. Aber immer wieder erlebt man auch das Gegenteil.

Service verbindet Mitarbeiter und Kunden. Welche Service-Gesten berühren?

Esther de Levie: Es sind die elementaren Dinge, die immer wieder berühren und positiv ansprechen. So wie der Blickkontakt bei der Begrüßung, ein echtes herzliches Lächeln und der Gedanke: „Ich freue mich auf Sie!“ So fühlt sich der Kunde sofort gut aufgehoben.

„Für Extra-Leistungen habe ich im Weihnachtsgeschäft keine Zeit.“ Dieses Argument hören Sie bestimmt häufiger. Ihre Empfehlungen?

Esther de Levie: Von Jahr zu Jahr verschiebt sich das Weihnachtsgeschäft immer mehr nach hinten. Man hört sehr häufig vom Handel, dass die Kunden ja doch im Internet kaufen. Also muss

es auch Zeit geben, durch besonderen Service aus einem Laufkunden vielleicht einen begeisterten Stammkunden zu gewinnen. Mein Tipp: Wann immer Zeit ist, früh am Tag zum Beispiel, auch gemeinsam über Extra-Service nachzudenken.

Ein gut eingespieltes Team, das gern zusammenarbeitet, ist vor allem auch in stressigen Zeiten „Gold wert“.

Was ist wichtig, damit Teams gut „funktionieren“ und sich jeder im Team wohlfühlt?

Esther de Levie: Dazu gehören gegenseitige Wertschätzung, sich ehrliche Komplimente machen und gemeinsam über Erfolge freuen – das ist wichtig, damit sich jeder im Team wohlfühlt. Sprechen Sie auch immer wieder darüber, was gut läuft, was gut bei den Kunden ankommt, was schon hervorragend klappt und was man eventuell besser machen könnte. Ein Chef, der regelmäßig mit seinen Mitarbeitern spricht, ihnen Feedback gibt, für eine gute Arbeitsumgebung sorgt und Spielräume schafft, wird erfolgreiche Mitarbeiter haben.

An positive Einkaufserlebnisse erinnert man sich gern. Wann wurden Sie als Kundin letztmals in einem Geschäft positiv überrascht?

Esther de Levie: Ja, das passiert immer wieder. Erst neulich beim Schuhkauf kurz vor Ladenschluss. Mit viel Elan und sichtbarer Freude holte ein junger Verkäufer immer wieder ein neues Paar Schuhe, war natürlich, machte Smalltalk und war bei mir. Als ich dann vor Begeisterung gleich zwei Paar Schuhe kaufte, war er sichtbar stolz – und das konnte er auch sein.

Viele Menschen verbinden Weihnachtseinkäufe mit Stress. Wie kann man sie im Geschäft am besten vom Gegenteil überzeugen?

Esther de Levie: Gute Organisation ist Voraussetzung! Nichts stresst Menschen mehr als Warten.

Überlegen Sie zum Beispiel gemeinsam: Wie könnten Päckchen am schnellsten verpackt werden? Können sie später vielleicht ohne Wartezeiten abgeholt werden? Gibt es Sitzmöglichkeiten, die man den Kunden anbieten kann? Fragen Sie, ob der Kunde einen Kaffee oder Kakao trinken möchte – über dieses Angebot freuen sich viele und nehmen es gern an. Übrigens wirkt Kakao dem Stress allein schon durch seine Inhaltsstoffe entgegen – auch bei Mitarbeitern.

Schöne Geschenkideen – welches sind Ihre aktuellen Favoriten?

Esther de Levie: Die Geschenkkombination von Produkt und Idee ist immer toll! Zum Beispiel eine kostbare Körpercreme plus Gutscheine für eine Rückenmassage oder ein luxuriöses Schaumbad plus Gutscheine für ein romantisches gestaltetes Bad mit Kerzen und Rosenblättern. Männer tun sich beim Schenken oft schwer mit emotionalen Ideen – was Frauen sich häufig aus tiefstem Herzen wünschen. Vielleicht auch eine schöne Promotion-Idee für die Parfümerie, so etwas bereits verpackt anzubieten.





Jutta Fischer,
Training Manager Lancôme

Es sind viele kleine Faktoren, die dazu beitragen, dass wir uns willkommen und wohl fühlen, sei es in einem Hotel oder in einem Geschäft. Frau Fischer, was sind die wichtigsten?

Jutta Fischer: „Der kürzeste Weg zwischen zwei Menschen ist ein Lächeln“. Das Willkommen heißen ist für mich immer noch der wichtigste Aspekt. Spüren, dass die Mitarbeiter sich auf mich als Kunden freuen, dass sie sich auf mich vorbereitet haben und auf mich und meine Bedürfnisse eingehen, das steht an oberster Stelle.

Weitere Faktoren: Zeit nehmen und Service anbieten, beides sollte selbstverständlich und auf unangestregte Weise vermittelt werden.

Service verbindet Mitarbeiter und Kunden. Sie kennen bestimmt Service-Gesten, die berühren?

Jutta Fischer: Wir reichen zur Begrü-

ßung ein mit Aroma Tonic besprühtes Kleenex – der Duft kann eingeatmet werden, das belebt den Geist und gleichzeitig können die Hände erfrischt werden. Kreieren Sie überraschende Momente! So können Sie beispielsweise Pralinen anbieten und über die köstlichen Gaumenfreuden in die olfaktorische Erlebniswelt der Düfte entführen.

Zwei-Minuten-Services schenken Kunden sofort eine kleine Ruheoase oder neues Wohlbefinden, wie z. B. das 2-Minuten-Aura-Ritual, einen Tropfen Ausstrahlung in Form von Advanced Génifique in das Make-up Teint Miracle mischen und den Teint der Kundin zu neuem Leben erwecken. Lippen wie frisch geküsst, das zaubert L’Absolue Rouge Nr. 6, das Sie auf die Lippen tupfen und zum Abschluss können Sie den Augenaufschlag mit Hypnose Mascara unterstreichen. Schon entweicht der Kundin beim Blick in den Spiegel ein erfreutes Lächeln.

„Für Extra-Leistungen habe ich im Weihnachtsgeschäft keine Zeit.“ Dieses Argument hören Sie bestimmt häufiger. Ihre Empfehlungen?

Jutta Fischer: Schärfen Sie Ihren Blick für die tatsächliche Situation im Weihnachtsgeschäft. Heißt: Haben wir wirklich sechs Tage die Woche von 9 bis 20 Uhr keine Zeit für Service? Ist unser Geschäft permanent überfüllt mit wartenden Kunden? Das wäre unglaublich schön, trifft aber eher nicht zu. Daher ist es empfehlenswert, kleine Serviceeinheiten vorzubereiten, die den Nerv der Kunden treffen:

- Kurze Erfrischung für die Hände: ein Kleenex mit Aroma Tonic
- Kleines Getränk, das unkompliziert im Stehen genossen werden kann, um evtl. Wartezeit zu überbrücken
- Klare, übersichtliche Warenpräsentationen, die schon einmal einen Überblick bieten, z. B. nach Preis. So findet der Schnäppchenjäger schon gleich sein Revier.
- Hausprospekte oder Zeitschrift übergeben, hier kann sich der Kunde schon einmal vorab orientieren
- Warenpräsentation mit emotionalen Hinweisen, Informationen in Form eines L-Aufstellers interessanter und klarer gestalten
- Ideale Produkte für den Zusatzverkauf/ die Geschenkidee im Vorfeld mit den Kollegen auswählen, besprechen und in ausreichender Form bereitstellen, damit in aktiveren Zeiten trotzdem das „kleine bisschen Mehr“ möglich ist.
- Schärfen Sie Ihr Bewusstsein: „Wie lange muss ein guter Service dauern und wie bausche ich den Zeitaufwand nur unnötig auf, indem ich ihn bei der Kundin aufwändig ankündige?“ Eine Lösung, um Kunden zu überraschen ist der Satz: „Schenken Sie mir eine Minute Ihrer Zeit, Sie werden überrascht sein.“ Dann schenken Sie der Kundin z. B. mit Génifique Yeux Light Pearl einen strahlenden, frischen Blick.

Ein gut eingespieltes Team, das gern zusammenarbeitet, ist vor allem auch in stressigen Zeiten Gold wert. Was ist wichtig, damit sich jeder im Team wohl fühlt?

Jutta Fischer: Fördern und fordern sind zwei Schlüsselwörter! Dazu gehört: Wissen vermitteln und verankern, indem ich gezielt Aufgaben an meine Mitarbeiter weitergebe, Verantwortlichkeiten aufteile/abgebe, bei der Umsetzung unterstütze und die Erfolgsergebnisse gemeinsam gefeiert werden. Stärken stärken: Aufgaben nach den Stärken der Mitarbeiter verteilen. Ideen der Mitarbeiter aufspüren, sammeln und gezielt umsetzen lassen – und Erfolge dokumentieren. Gezielt Loben: Für was und warum? Täglich ein kurzes Treffen bei einer Tasse Kaffee und dabei nicht nur den geschäftlichen Status besprechen.

An positive Einkaufserlebnisse erinnert man sich gern. Wann wurden Sie als Kunde letztmals in einem Geschäft positiv überrascht?

Jutta Fischer: Letzten Herbst in einem Bekleidungshaus: Ich hatte keine Lust und benötigte eine Hose, aber die Verkäuferin ließ sich von meiner Laune nicht verunsichern. Sie schickte mich an die Bar, um einen Kaffee zu trinken und bereitete in der Zwischenzeit etwas für mich vor. Was soll ich ihnen sagen? Ich kaufte zwei komplette Outfits mit Accessoires wie Kette und Gürtel. Am Schluss verriet sie mir, dass sie auf einem Seminar war und heute mal alles ausprobieren wollte was sie gelernt hat... - es funktionierte! Was können wir lernen? Bieten Sie komplette Lösungen an – bei Lancôme können wir immer auf allen drei Achsen beraten: z. B.: „Ihr Pflegeprogramm wird unterstützt durch dieses Highlight aus dem Make-up-Bereich und in bester Erinnerung bleiben Sie immer durch eine ausgewählte Duftgarderobe.“ Angebote unterbreiten – der Kunde entscheidet, wann Schluss ist und was er kauft. Kundenreaktionen (Launen) nicht zu persönlich nehmen und versuchen, den Kunden da abzuholen, wo er gerade mit seinen Gefühlen ist. Bieten Sie immer zielgerichtet Lösungen an.

Viele Menschen verbinden Weihnachtseinkäufe mit Stress. Wie kann man sie im Geschäft am besten vom Gegenteil überzeugen?

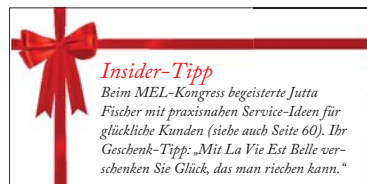
Jutta Fischer: Der Stress kommt oft aus einer gewissen Panik: Ich habe keine Idee, möchte oder muss etwas Passendes zum Schenken finden.

Willkommen heißen und Sicherheit geben („Schön, dass Sie hier sind! Wir finden sicher etwas Passendes). Kurze, gezielte Fragen stellen, um wen es sich bei dem Beschenkten handelt. Kurze Rückkoppelung des Gehörten, um Missverständnisse zu vermeiden: „Wenn ich Sie richtig verstanden habe, suchen Sie ...!“ Klare Warenpräsentation nach Kategorien oder/und Preislagen, damit der Kunde auch ohne Fachkenntnisse eine Orientierung hat und unterbewusst spürt: „Hier finde ich etwas Passendes“. Bei den Warenpräsentationen und Aufbauten immer einen kurzen emotionalen Hinweis in einem Aufsteller zur schnellen und ansprechenden Orientierung – auch ohne Fachpersonal. Machen Sie klare Alternativ-Angebote: Zwei, höchstens drei Möglichkeiten mit Vorteilen vorstellen und dann ganz gezielt den Favoriten erfragen, die Auswahl bestätigen und Verpackungsservice anbieten.

Schöne Geschenkideen – wofür sind Ihre Favoriten?

Jutta Fischer: Glück verschenken, das man riechen kann: La vie est belle – Das Leben ist schön! Empfehlen Sie, das Eau de Parfum mit einer ganz persönlichen Glücksbotschaft zu versehen und zu verschenken. Ein Produkt mit Gutschein kombinieren,

z. B. Energie de Vie Sleeping Mask auswählen – das Produkt mit einer Einladung zu einem schönen Abendessen versehen. Die Botschaft ist klar: Einen unvergesslichen Abend erleben und mit wenig Schlaf, dank der Maske, am nächsten Morgen dennoch energiegeladener zu erwachen. Oder Zeit schenken, z. B. für eine kleine Shopping Tour – dabei im Vorfeld die Lust darauf mit kleinen schön verpackten Dingen entfachen: Für die Parfümerie durch kleine Testmuster, für den Kaffee mit Gutschein-karte, für das Schuhgeschäft mit kleiner Collage über den aktuellen Trend.



Insider-Tipp

Beim MEL-Kongress begeisterte Jutta Fischer mit praxisnahen Service-Ideen für glückliche Kunden (siehe auch Seite 60). Ihr Geschenk-Tipp: „Mit La Vie Est Belle verschenken Sie Glück, das man riechen kann.“



Anzeige

pw
promotion agentur beauty professionals

Wir suchen Sie!

... für exklusive, abwechslungsreiche Promotionsinsätze führender Kosmetikerhersteller in Parfümerien und Warenhäusern.

Sie sind Parfümeriefachverkäufer/in, Visagist/in oder Kosmetikerin besitzen Depotkenntnisse sowie Promotorenfahrung? Sie sind kompetent, engagiert, kommunikativ und serviceorientiert? Sie besitzen einen Gewerbeschein und sind an einer selbstständigen Tätigkeit in Deutschland oder Österreich interessiert?

Sie möchten in unseren Pool aufgenommen werden?
Besuchen Sie unsere Homepage oder rufen Sie uns einfach an!
www.pwpromotion.de • Phone +49 7243 5258460



Nicole Prass-Anton, Spa Manager BollAnts Spa, Bad Sobernheim

Hand schnell mal irgendetwas gegessen!? Wenn ich es schaffe, schon in meiner Mittagspause gut zu mir zu sein, dann fühlen wir uns am Feierabend besser und finden eher Muße, noch etwas Schönes zu unternehmen oder vielleicht auch Sport zu treiben. Auch hier ganz wichtig: Es muss nicht immer gleich eine Stunde „Leistungssport“ sein, ein 20- bis 30-minütiger Spaziergang, ein paar Muskelaufbau- oder Entspannungs-Yoga-Übungen wären ein guter Anfang.

Stressige Zeiten übersteht man am besten, wenn man sich gut fühlt und körperlich fit ist. Doch oftmals gehen die eigenen Bedürfnisse im Alltag unter. Frau Prass-Anton, Sie zeigen Ihren Gästen, wieviel Spaß Bewegung macht. Warum ist Bewegung so wichtig?

Nicole Prass-Anton: Durch die Bewegung werden unsere Muskeln kontrahiert, was sich unter anderem positiv auf unsere Durchblutung auswirkt und somit auf all unsere Organe und unseren Bewegungsapparat. Solange wir im Körper beweglich sind, fühlt sich auch unser Geist mobil an.

„Mein Tag ist so straff durchorganisiert. Wie soll ich da noch Sport einbauen?“, das fragen viele. Gewohnheiten lassen sich meist nicht von einem Tag auf den anderen ändern. Wie kann man in kleinen Schritten umdenken?

Nicole Prass-Anton: Der erste Schritt könnte schon sein, sich seine Mittagspause genauer anzuschauen: Wie verbringe ich diese? Nutze ich die Zeit für einen gesunden Snack, für Frischluftzufuhr? Oder wird mit dem Handy in der

Welche Übungen sind gut für alle geeignet, die tagsüber viel stehen müssen? Und welche Übungen lassen sich problemlos in den Arbeitsalltag integrieren?

Nicole Prass-Anton: Eine Yogamatte oder Decke braucht nicht viel Platz, sie sollten nur griffbereit sein. So können Sie sich in der Pause oder zwischendurch kurz hinlegen, um sich zu strecken und zu dehnen. Unten sehen Sie zwei Übungen. Toll sind auch Übungen mit einer Faszienrolle oder mit einem Igelball, mit dem man sich massieren (lassen) kann.

Was empfehlen Sie, um gestärkt in den Tag zu starten? Und was, um mit neuer Energie aus der Pause zu kommen?

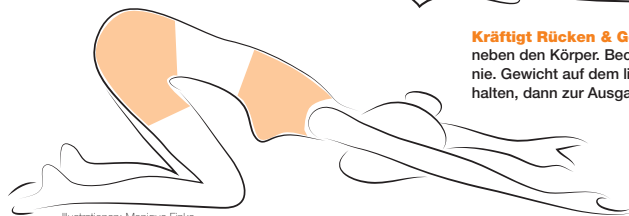
Nicole Prass-Anton: Ein Frischekick durch einen kalten Wasserguss am Morgen bringt nicht nur den Kreislauf in Schwung, sondern stärkt das Immun- und Gefäßsystem. Danach sollten Sie sich Zeit für ein gesundes Frühstück nehmen, z. B. Müsli mit Obst oder ein

Obstsmoothie und mindestens einen halben Liter Flüssigkeit in Form von Kräutertee oder frischen Säften.

Schnell zwischendurch was essen – das ist für viele bequem. Warum ist es so wichtig, auf eine frische, gesunde und regelmäßige Ernährung zu achten bzw. umzustellen? Ihre Tipps für den Arbeitsplatz?

Nicole Prass-Anton: Je nachdem, wie lange die Mittagspause ausfällt, sollte das Essen für die Pause gut durchdacht und geplant sein. Bevor man sich mit Fast Food, tote Kalorien zuführt, sind Smoothie Getränke, die es mittlerweile überall zu kaufen gibt, immer eine bessere Alternative. Auch hat man sich schnell eine Karotte, Paprika oder Gurke geschnitten. Mit Kräuterquark in Kombination ist das ein gesunder Snack. Vielleicht gibt es auch die Möglichkeit, sich im Betrieb etwas vom Vortag aufzuwärmen? Oder die Spaghetti vom Abend als kalten Nudelsalat am nächsten Tag zu genießen? Generell sollte man sich immer die Frage stellen: Was bin ich mir wert und wie möchte ich mich fühlen? Wenn ich im Gesundheitsbereich arbeite, habe ich auch eine gewisse Vorbildfunktion, um die Glaubwürdigkeit vor dem Kunden nicht zu verlieren. Nach dem Motto: Gesundheit muss von jedem selbst gelebt werden! ●

Fitness für zwischendurch
Yogamatte oder Decke ausrollen
und los geht's



Illustrationen: Monique Finkle



Kräftigt Rücken & Gesäß Rückenlage. Beine sind aufgestellt, Arme neben den Körper. Becken anheben. Körper bildet mit Schenkel eine Linie. Gewicht auf dem linken Bein, rechtes Bein ausstrecken. 2 Sekunden halten, dann zur Ausgangsstellung. Bein wechseln. 10 Wiederholungen.

Dehnt den Rücken Vierfüßlerstand, die Hände so weit wie möglich nach vorn strecken. Das Gesäß in Richtung der Fersen ziehen und die Brust in Richtung Boden drücken. 30 Sek. halten, ruhig ein- und ausatmen.

Sichern Sie sich die nächsten Ausgaben!

Ihre Vorteile:

Fachverkäufer/innen ...

- erfahren mehr über neue Produkte, denn INSIDE beauty liefert Hintergrundinfos und Stories
- steigern ihre Kompetenz durch erprobte Insider-Tipps
- erhalten kompakte und praxisnahe Verkaufsunterstützung

Mitarbeiter/innen im Außendienst sowie Unternehmer/innen ...

- blicken hinter die Kulissen erfolgreicher Unternehmen
- lesen Interviews mit den Entscheidern
- profitieren von Berichten über die Markttrends in Europa und New York
- erfahren, wohin sich die Branche bewegt und wie sich die Marktteilnehmer darauf einstellen



UNSER DANKESCHÖN für ein Jahresabo

Hier beginnt die Reise schon beim Blättern! 50 romantische Regionen und ihre schönsten Orte laden auf 192 Seiten zum Erleben und Erholen ein. Tipps und Übersichtskarten zu den schönsten Ruheoasen, kreative Workshops, um Neues auszuprobieren, sowie charmante Hotels machen die Entscheidung leicht: Freuen Sie sich auf entspannte Wochenenden. Das Extra-Booklet zum Herausnehmen stellt 250 Restaurants, Cafés, Bars, Ausgeh- und Shopping-Tipps vor – und ist perfekt für die Handtasche. www.holiday-reisebuecher.de

Foto: 123RF / pays

Bestellhotline unter Telefon +49 7221 502-480 oder im Internet unter www.inside-beauty.de

Name, Vorname	Parfümerie
Straße, Hausnummer	
Postleitzahl, Ort	
Telefon	E-Mail
Ich zahle bequem und bargeldlos per Bankeinzug:	
Geldinstitut	
Bankleitzahl	Kontonummer
Unterschrift	Datum

Ja, ich möchte INSIDE beauty lesen! Schicken Sie mir ab der nächstmöglichen Ausgabe 1 Jahr lang INSIDE beauty (6 Ausgaben) zum Preis von 42 Euro zu. Das Abo verlängert sich um ein weiteres Jahr, wenn ich es nicht 4 Wochen vor Ablauf des Berechnungszeitraums kündige. **Als Dankeschön für meine Bestellung erhalte ich, nachdem meine Zahlung beim Verlag eingegangen ist, den Bildband „Entspannte Wochenenden“ mit Booklet zum Herausnehmen. Solange der Vorrat reicht.**

Ja, ich möchte INSIDE beauty und SPA inside lesen! Für das Kombi-Abonnement von INSIDE beauty und SPA inside bezahle ich für 12 Ausgaben (monatlich im Wechsel) nur 46 Euro.

Alle Abo-Preise in Deutschland und der EU verstehen sich inkl. Versandkosten und MwSt. Die Abo-Preise fürs Ausland finde ich in der Preisliste im Impressum oder in den Mediadaten auf www.redspa.de

Widerrufsrecht: Die Bestellung kann ich innerhalb der folgenden zwei Wochen ohne Begründung bei Buch + Presse Vertrieb, Aschmattstr. 8, 76532 Baden-Baden, abo-service@inside-beauty.de, per Brief, E-Mail oder telefonisch (+49 7221 502-480) widerrufen. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung.