

Angekurbelt!

Zusatzangebote als Verkaufsstrategie

Überprüfen Sie Ihre Umsätze! Sind Sie zufrieden oder könnte es etwas mehr sein? Wir verraten Ihnen, wie Sie mit tollen Specials Ihren Absatz steigern – und Ihre Heimpflegeprodukte so gut wie verkauft sind.

Masken, Ampullen, Seren oder Cremes für Hals, Hände, Dekolleté oder Körper sollten Ihre Kunden möglichst auch in der Heimpflege anwenden. Sicherlich haben auch Sie entsprechende Produkte im Angebot. Doch erfolgreich verkaufen, ist leichter gesagt als getan. Mit der richtigen und individuellen Auswahl an Zusatzangeboten können Sie den

Verkauf Ihrer Kosmetikartikel in Schwung bringen. Um herauszufinden, welchen Kunden Sie welche Produkte verkaufen können, für wen welche Werbeaktionen oder Behandlungen geeignet sind, müssen Sie Ihre Kundenkartei durchforsten. Sie werden sehen, es lohnt sich. Denn nach einer genauen Analyse können Sie für jeden Kunden ein gezieltes und individuelles

Verkaufsgespräch vorbereiten und so Ihre Verkaufszahlen steigern. Machen Sie sich Notizen und überlegen Sie anhand Ihres Verkaufsangebotes, was Sie den jeweiligen Kunden zusätzlich verkaufen können oder welche Werbeaktionen besonders geeignet sind. In den meisten Fällen werden das mehrere Produktgruppen sein.

Das richtige Timing

Um Ihrer Kundin neue Produkte schmackhaft zu machen, sollten Sie Werbeaktionen entwickeln. Als Aufhänger nehmen Sie entweder die Jahreszeit oder ein Ereignis wie „Fasching“ für eine Ampullenkur oder den Osterurlaub mit den ersten Sonnenstrahlen. Ein bisschen frech verpackt sind schnell besondere Behandlungspakete geschnürt. Doch Vorsicht: Sie dürfen Ihre Kunden auf keinen Fall überfordern. Ein konkretes Beispiel: Vor allem die Urlaubszeit um Weihnachten herum bietet gute Gelegenheiten für zusätzlichen Verkauf. Die Kundin



Foto: Fotolia/Elena Schweitzer

muss allerdings klar erkennen können, welchen Nutzen sie davon hat. Um individuell zu beraten, bieten Sie an, dass die Kundin sich die Kur-Produkte nach ihren Wünschen für die Urlaubsreise zusammenstellen kann. In einem detaillierten Gespräch ist es dann recht einfach herauszufinden, ob dabei viel Zeit für Pflegeextras eingeplant ist oder ob es schnell gehen muss. Ihre Empfehlungen sollten Sie darauf abstimmen. Will die Kundin wenig Zeit investieren, empfehlen Sie ihr ein speziell auf sie zugeschnittenes Ampullen-Set, dass sie z. B. während der letzten Ruhephase in der Sauna auftragen kann. Reinigungsmaske, Serum und Pflegemaske ergänzen das Angebot. Geben Sie Ihrer Kundin die Möglichkeit, die Produkte im Vorfeld zu testen. Das überzeugt! Noch ein Tipp: Versuchen Sie immer, zwei unterschiedliche Varianten zu entwickeln – und in einem Angebot zu fixieren. Damit vermeiden Sie, dass Sie oder Ihre Angestellten sich im Verkaufsgespräch verzetteln. Wenden Sie außerdem einen Trick an: Bevor die Kundin kommt, sollten Sie sich die Karteikarte nochmals anschauen. Notieren Sie dazu die Produkte, die Sie ihr an diesem Tag anbieten möchten. Ihre Produkte sind dann so gut wie verkauft. Sie können sich noch zusätzlich motivieren, indem Sie sich eine Zielvorgabe für den Zeitraum Ihrer Aktionen setzen. Seien Sie gespannt, was passiert! ■

Auf einen Blick

Autorin

Uschi Piel führt seit 1984 als Kosmetikerin ein eigenes Institut. Sie ist u. a. als Visagistin, Farb- und Stilberaterin sowie Anti-Aging-Trainerin tätig. Vor vier Jahren gründete sie die Firma „mitallensinnen“ und bietet Schulungen für Beauty, Wellness und Anti-Aging an.



Kontakt

E-Mail: upiel@t-online.de

Buchtipps

„**Top Emotional Selling**“ – Warum hat meine Kollegin nach einem Arbeitstag mehr Umsatz gemacht als ich? Warum verkaufen einige mehr Heimpflegeprodukte als andere? Das fragen sich sicher viele Kosmetikerinnen. Ingo Vogel, Experte und Autor des Buchs „Top Emotional Selling“ erläutert, was Spitzenverkäufer von (nur) guten Verkäufern unterscheidet. Holen Sie sich Tipps für den erfolgreichen Verkauf in Ihrem Institut.
Gabal Verlag, 19,90 Euro



Die neuen Termine! Das CryoPen-Seminar Warzen wirksam entfernen

zertifizierte
Seminare
In Ihrer Nähe

-89°C

Praxistraining
unter
wissenschaftlicher
Anleitung

Kursgebühr
45€



DER EIS-EFFEKT: Warzen präzise wegfrieren

Die Vorteile von CryoPen

sekundenschnelle Behandlung
keine Schmerzen
keine Blutungen
kein Infektionsrisiko
auch bei Kindern anwendbar



Buchen Sie jetzt Ihren Seminarplatz Die nächsten CryoPen-Seminare

Hannover	06.02.2010	Düsseldorf	27.03.2010
Berlin	15.02.2010	Stuttgart	12.06.2010

Weitere Städte und Termine auf Anfrage

ANMELDUNG: per Telefon: (030) 695 64 904
 Gebühr: 45,- € per Telefax: (030) 695 64 905
 (zuz. 19% MwSt.) per E-Mail: seminar@ipl-shop.de
 (Rechnung beim Kauf per Internet: www.ipl-shop.de)

In Kooperation mit dem CryoPen-Entwickler H&O Equipments (Belgien)

Veranstalter & Vertrieb: **artemedical GmbH** www.ipl-shop.de

Beauty International Düsseldorf, Halle 11, Stand C 48