

Was bedeutet das für die Parfümerie?

Für die innere Kauf-Motivation dient Luxus als Daseinsgrund und verbindet Auftreten, Zeigen und Wissen miteinander. Für die Parfümerie bedeutet das, den Kunden mit aufgerissenen Warenpaketsendungen und Regal einräumendem oder putzendem Personal zu verschonen, denn das gleicht mehr einem Discounter als einer Luxusoase. Weiter ist der optische Eindruck des Teams wichtig! Gepflegte Business-Kleidung und Frisur, typgerechtes Make-up und Nägel, ein passender Duft und bequemes, jedoch elegantes Schuhwerk. Der Selbstbedienungsgedanke mag zwar Personalkosten einsparen, doch ist das Prinzip Luxus immer personalintensiv und lebt vom persönlichen Kontakt sowie einer exzellenten Beratung. Denn das Einzige, worin wir uns von Mitbewerbern unterscheiden können, ist unser intensives Fachwissen, verbunden mit einer schnellen und zielgerichteten Beratung.

Produktpräsentation – in welcher Reihenfolge?

Bild: Naegele Perfumes Cosmetics

Folgendes Beispiel verdeutlicht die Verkaufsweise von Luxus und relativiert gleichzeitig die veraltete, doch immer noch verwendete Version, man solle zuerst den Ferrari und dann den VW präsentieren oder den Preis an das Ende setzen. Richtig ist, dass das Letzte wiegt und damit die Entscheidungsgrundlage für den Kunden ist.

Verkaufsgespräch: Diese Tagespflege mit 50ml der Firma „VW“ kostet 49,00 € und bietet Ihnen einen schützenden Vitamin-Cocktail, Glättung und Geschmeidigkeit durch Shea-Butter plus Aloe Vera zur Feuchtigkeitsversorgung. Weiter empfehle ich Ihnen die 50ml Tagespflege der Firma „Ferrari“ für 89,00 €. Diese ist nicht nur optisch ein Traum, sondern gleicht einer Schönheitsfarm für zu Hause. Selbstverständlich enthält auch sie den kompletten Vitaminschutz, doch zudem versorgen besonders widerstandsfähige Algenextrakte die Haut extrem mit Feuchtigkeit, Shiitake Pilz revitalisiert geschädigte Zellen, Rosskastanien-Extrakt wirkt durchblutungsfördernd und regulierend auf die Mikrozirkulation und zudem dient noch Titandioxid als UV-Reflektor und Fältchen-Weichzeichner.



Was glauben Sie, wofür wird sich die Kundin entscheiden?