

Umgarnt

Hoffnungsträger Mann

Männer legen immer mehr Wert auf ihr Äußeres. Doch der Markt zeigt noch Entwicklungspotenzial. Trainerin Manuela Jaser-Lietz verrät, wie Sie die Herren für sich gewinnen können.

Vorbei sind die Zeiten, in denen Männer als Pflegemuffel gelten. Laut einer aktuellen IRI-Shopperstudie verzeichnete der Bereich der Herren Gesichtspflege im ersten Halbjahr 2006 ein saftiges Umsatzwachstum. Doch in den Parfümerien schwächelt der Sortimentsbereich der Herrenkosmetik nach wie vor. Der Parfümerieverband meldete für 2006 lediglich eine Steigerung der Umsätze um 1,2%. Die Männerwelt ist also nach wie vor ein Entwicklungsgebiet für die Kosmetik. Großes Potenzial sieht auch die Industrie, die mit einem umfassenden Angebot für ihn aufwartet. Immer mehr Männer suchen sich ihre Pflegeprodukte am Leben selbst aus, hat IRI festgestellt. Das trifft vor allem auf jüngere Männer



unter 30 zu, doch auch bei älteren Herren nimmt der Einfluss der Partnerin bei der Kaufentscheidung ab. Insgesamt lassen sich lediglich 13 Prozent der Männer noch von Ehefrau oder Partnerin beraten. Beratung in der Parfümerie suchen Männer meist gerne in Anspruch, was dabei zu beachten ist, hat Trainerin Manuela Jaser-Lietz zusammengefasst:

Am Ergebnis orientiert

Der Männeranteil unter den Kosmetikkunden steigt. Zurzeit sind es etwa fünf bis zehn Prozent, die sich nicht nur für Kosmetik und Duft interessieren, sondern diese Produkte auch kaufen.



Duschgel wird am häufigsten von Männern benutzt. Shampoo & Shower Gel für den Mann bietet u.a. **BVLGARI**. Mit dem mehrteiligen Derm System pflegt **DIOR** die Haut. «Eduleant Microdémolition» von **LANCÔME MEN** sorgt für optimale Reinigung der männlichen Gesichtshaut, während **BIOOTHERM HOMME** mit der Biotungsline «Power Bronze» der Haut schnell ein sonnenverwöhntes Aussehen schenkt. Feuchtigkeit und Energie verleiht der Haut «sein Revell» von **PAYOT** als Teil der «Optimale»-Serie.

Die Zielgruppe Mann ist anders »gestrickt« als die weibliche Kundschaft. Männer sind meist technisch interessiert, denken und handeln ergebnisorientiert und gehen die Dinge rational an. Gleichzeitig nehmen die Vertreter des starken Geschlechts oft ungern Hilfe an. Wenn doch, ist ein gezielter Umgang wichtig.

Wie geht man zum Beispiel gekonnt mit einem Individualisten um? Er ist häufig rechtsorientiert, d.h., er schaut sich zunächst die Regale rechts an. Männer dieses Typs sind oft Künstler oder in kreativen Berufen tätig. Er betrachtet sich als etwas Besonderes und hebt sich gerne von der Masse ab. Wenn er hört, dass Sie das Produkt »jedem empfehlen«, verliert er das Interesse.

Den Kundentyp Gentleman erkennen wir an seinem sehr ruhigen und selbstbewussten Auftreten. Auf Druck reagiert dieser Typ besonders allergisch. Nie mehr verkaufen als er braucht. Er mag natürliche Eleganz und lehnt kurzfristige

Modeerscheinungen ab, er setzt auf beständige Werte und legt großen Wert auf Männlichkeit. Seine Kleidung ist meist qualitäts- und statusbewusst. Etwas quirliger ist der Typ des Pragmatikers. Seine Körpersprache ist lebendig und aktiver, er kauft gerne impulsiv und spontan. Meistens bezieht der Pragmatiker gleich mehrere Mitarbeiter in das Gespräch ein.

Überraschung gefragt

Bei der Produktargumentation sollten Sie von Anfang an zum Wesentlichen kommen und direkt auf die Neuheiten hinweisen. Lassen Sie diesen Typus bei der Vorführung von Produkten eine aktive Rolle übernehmen. Was den Pragmatiker schließlich überzeugt, sind Nutzen-Argumente, eine humorvolle und reaktions-schnelle Beratung. Herrenherzen können wir zum Schmelzen bringen, wenn sie mit Unerwartetem überrascht werden. Das kann eine Handmassage, ein besonderes Testmuster oder die persönliche Einladung zur anstehenden Promotion sein. 



BOSS hält mit **SKIN** eine umfassende Gesichtspflegelinie für anspruchsvolle Männerhaut bereit. Die erste Abendpflege für den Mann von **CLARINS** »Réves d'Homme« gewährleistet ein sanftes Rasieren am Morgen. Für Reinigung, Rasur und Pflege bietet **MURAD MAN** (pure.life) eine Männerserie mit Anti-Aging-Effekt und **KLAPP MEN** versorgt die trockene Haut mit »Treatment Dry Skin«