



HOCHKARÄTIGE PFLEGE

Im Winter brauchen Haut und Haare besondere Pflege. Luxuriöse Inhaltsstoffe wie Kaviar, Gold und Perlen wirken wahre Wunder und passen mit dem gewissen Glamour-Faktor bestens in die Weihnachtszeit. Fachautorin Manuela Jaser zeigt Ihnen, wie Sie Ihre Kundin zu einem Griff ganz nach oben im Regal bewegen können.

Glatte, schöne und geschmeidige Haut ist ja schon im Sommer eine Herausforderung doch was, wenn eisige Kälte, pfeifender Wind und ständig trockene Heizungsluft im Winter unserer Haut zusetzt? Der Griff ganz nach oben ins Regal verspricht hochkarätige Pflege und Luxus in makelloser Vollendung, mit Inhaltsstoffen, die wir sonst nur im Tresor verwahren. Gemeint sind die Superstars unter den Ingredienzien: Champagner, Kaviar, Gold, Perlen oder Diamanten, die

nicht nur in üblicher Formation etwas ganz besonderes sind, sondern in der Kosmetik wahre Heilsbringer. Was sich im Moment vielleicht etwas verrückt anhört kommt im Tiegel wie ein Wunder daher. So gesehen ist die Parfümerie eine andere Art Juwelier. Hauptsache hochkarätig!

Womit lockt man Kunden in der Winterzeit am besten in die Parfümerie?

Besonders den Edelmetallen werden geradezu revolutionäre Eigenschaften zugeschrieben. Denn Champagner, Diamanten, Kaviar, Gold und Perlen lassen nicht nur das Herz höher schlagen, sondern dienen als Zellaktivator, Feuchtigkeitsspender, Reflektoren, Booster, Glätter, Weichzeichner oder Porenverfeinerer. Die Liste der Wirkungsweisen ließe sich noch um einige erweitern – für den Moment möchte ich allerdings auf einen ganz anderen Punkt hinweisen.

AUFMERKSAMKEIT SCHAFFEN!

Die genannten Inhaltsstoffe bieten eine ideale Plattform für Werbung, Kooperationen, Fensterdekoration, Aktionen, Beratungsthemen oder Workshops.

Eine wunderbare Symbiose ergeben dabei tatsächlich Parfümerie und Juwelier (gesehen in Zürich). Da macht schon das Schaufenster neugierig und erfüllt damit seine Hauptaufgabe als 'Appetizer'.

Toll wirken auch Maxi-Champagnergläser, antike Deko-Säulen, Perlen, Diamanten, Schatzkisten, schwarze Kugeln (Kaviar), Magnum-Champagnerflaschen, goldene Büsten, Goldnuggets oder funkeln Lichtspiele. In jedem Fall sollte sich im Schaufenster etwas bewegen und glitzern, um den Blick der Passanten einzufangen. Zudem spielt ein Angebot, parallel und ohne

direkte Verbindung zum Produkt, für den Zusatznutzen des Kunden eine wichtige Rolle. Stellen Sie z. B. drei verschiedene, mit Produkten gefüllte Maxi-Champagnergläser (Champagnerschale, -tulpe und -flöte) im Schaufenster aus. Denn um Champagner optimal genießen zu können, muss er aus dem richtigen Glas getrunken werden. Im Geschäft erfährt der Kunde dann, warum die Champagnerschale für den Genuss der luxuriösen Brause nicht zu empfehlen ist.

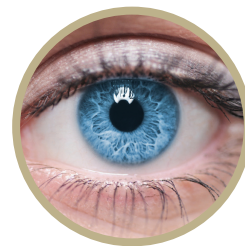
Erstens bündelt die flache Schale die Perlage nicht, zweitens fokussiert die Champagnerschale den oftmals subtilen Geschmack nicht in Richtung Nase, und drittens erwärmt sich der Champagner in der flachen Schale rascher. Hätten Sie's gewusst: Das perfekte Glas ist die Champagnertulpe. Übrigens, schon Mark Twain war überzeugt: "Champagner ist wohl die glücklichste Inspirationsquelle."

Soviel zur gelungenen Dekoration, die gleichzeitig den Verkauf unterstützt. Der Hauptakteur bleibt jedoch die Champagner-Gesichtspflege. Und warum? Eine wissenschaftliche Studie ergab, dass die Trauben aus der Champagne den antioxidativen Wirkstoff OPC (Oligomere Pro Cyanidine) enthalten. Dieser besitzt eine ausgesprochene Bindegewebsaffinität und wirkt 20-fach stärker als Vitamin C und 50-fach stärker als Vitamin E.

Wenn wir nun den Bogen vom perligen Champagner zu Produkten mit Perlen spannen, stoßen wir auf außergewöhnlich hautwirksame Substanzen – Spurenelemente wie Selen, Phosphor, Jod, Zink, Eisen, Lithium und Magnesium sowie rund 20 verschiedene Aminosäuren machen Perlen nämlich zu einem luxuriösen Pflegestoff.

Um eine andere Perle – jedoch nicht minder hochkarätig – geht es beim Thema Hemmung des Alterungsprozesses durch Zellerneuerung, Straffung und Anregung des Stoffwechsels. Die Rede ist vom 'schwarzen Gold', dem Kaviar.

Eine weitere luxuriöse Zutat ist zwar nicht schwarz, sondern golden, nämlich pures Gold in reinem Glanz und vollendeter Schönheit. Mikrofeine Goldpartikel verhelfen fahlem Teint durch die beeindruckende Lichtbrechung zu einem ebenmäßigen Strahlen. Damit noch nicht



AUGEN

Die Wimpern mit einer Wimpernzange formen. Für einen exotischen Look den inneren Wimpernkranz mit Kajal betonen. Nach oben gekämmte Augenbrauen wirken wie ein optisches Lifting.



HÄNDE & FÜSSE

Hände und Füße sanft peelen und eincremen.

Nagelplatten sollten glatte Kanten haben und sehen poliert oder lackiert schöner aus. Körperpuder auf den Füßen vermindert Druckstellen bei neuen Schuhen.



KÖRPER

Glättende Peelings für weiche Haut, pflegende Öle, reichhaltige Cremes, leichte Körpersprays oder schimmernde Körperpuder verleihen einen ebenmäßigen, zarten Teint.



genug, hat dieser edle Inhaltsstoff zudem eine antibakterielle, anti-inflammatorische und schützende Wirkung. Unser letzter Wirkstoff aus der Luxuspflege-Schatztruhe ist der Diamant. Ein sehr mächtiger Inhaltsstoff, dem heilende Kräfte zugesprochen werden.

In der dekorativen Kosmetik wie Pudern, Make-ups oder Lidschatten sind Edelsteine schon länger eine beliebte Schummelhilfe, denn sie sorgen dank der Lichtreflektion durch mikrofein gemahlene Diamantpartikel für ein optisch glatteres und ebenmäßigeres Hautbild. In der Hautpflege kurbelt der edle Stoff die Produktion der kollagenen und elastinen Fasern an. Als Diamant-Mikropeeling angewendet, wird das Hautbild sichtbar verbessert, die Durchblutung angeregt, Pigmentflecken gemindert und Fältchen geglättet. Klunker waren gestern, heute trägt die Kundin ihre Ju-

welen auf der Haut.

Apropos Pflege: Im Winter braucht die Haut ein wenig mehr Zuwendung. Auf was sollte hier besonders geachtet werden?

Winterzeit bedeutet für die Gesichtshaut Schwerstarbeit und so benötigt sie nicht nur mehr Zuwendung, sondern auch andere Wirkstoffe als im Sommer. Normalerweise produzieren die Talgdrüsen einen leicht säurehaltigen Fettfilm, der unsere Haut geschmeidig hält. Dieser Fettfilm bildet unsere Schutzbarriere, sie bewahrt die Feuchtigkeit im Innern und wehrt von außen Bakterien und Pilze ab. Im kalten Winter ist das jedoch anders als im Sommer.

Schon bei Außentemperaturen unter 8° C produzieren die Talgdrüsen weniger Fettfilm. Der Haut fehlt es an Fett und Feuchtigkeit, wodurch die Schutzbar-

MERKMALE PFLEGE- BEDÜRFTIGER HAUT:

Gerötete und gereizte Gesichtshaut
Pflegeheld: Gold

Feine Fältchen besonders um die
Augenpartie
Pflegeheld: Diamanten

Juckende Haut und Spannungs-
gefühle
Pflegeheld: Kaviar

Trockene, rissige und schuppige
Gesichtshaut
Pflegeheld: Champagner



LIPPEN

Eine zarte Kontur und etwas Lipgloss sorgen für Frische. Befeuchtet man beim Trinken den Glas- oder Tassenrand leicht, bleibt kaum Lippenstift haften.



DUFT

Das Parfum dort auftragen, wo man geküsst werden möchte, z. B. im Nacken. Auf die Haare aufgesprüht, bleibt der Duft länger erhalten.



GESICHT

Ein feuchtigkeitsspendendes Gesichtsspray beruhigt. Rötungen und Schatten mit einem Concealer kaschieren. Ein Hauch Rouge auf Wangen, Lidern und Nase verleiht einen frischen Teint.

riere geschwächt ist. Kälte, Wind und Wetter sowie ständig laufende Heizungen entziehen unserer Haut viel Feuchtigkeit, besonders, sobald wir uns aus unserer beheizten Wohnung in die eisige Luft hinaus begeben. Hier kommt nun Gold ins Hautpflegespiel, da es berühmt für seine feuchtigkeitsspendende Wirkung ist, denn Gold kann das 300-fache seines Eigengewichtes an Feuchtigkeit binden.

Angenommen die Kundin verwendet seit Jahren immer dieselben Produkte. Wie kann ich sie davon überzeugen, dass spezielle Pflege im Winter wichtig ist?

Generell sollten wir Kunden mit jahrelanger Produkttreue nur ganz sanft und vorsichtig an neue Produkte heranzuführen. Denn selbst wenn das Produkt super ist, wird die Kundin ihr 'altes' Produkt vermissen und die neue Pflege ständig vergleichen. Das Ende vom Lied ist oft die Retoure.

Darum kann ich nur auf Zusatzprodukte verweisen und würde vorschlagen, zunächst mit Masken, Ampullen, Kuren und Seren zu arbeiten und der Kundin in jedem Fall, wegen des Fett- und Feuchtigkeitsmangels einen Tausch der Tagescreme vorschlagen.

Und auf was sollte bei den Produktformulierungen geachtet werden? Schließlich soll die Creme reichhaltig aber nicht fettig sein...

Glücklicherweise haben wir es heute im Luxussegment häufig mit High-Tech Formulierungen zu tun. Diese Cremes sind meistens leicht wie eine Feder, ziehen schnell ein und wirken in der Tiefe.

Gerade im Winter produziert unsere Haut weniger Talg, deshalb sollten Produkte mit zu hohem Wasseranteil gemieden werden.

Sie verdunsten auf der Haut und können durch die Kälte sogar Erfrierungen verursachen. Auch alkoholhaltige Kosmetik kann im Winter die Gesichtshaut besonders stark belasten. Zudem sollte sich normale, empfindliche oder trockene Haut beim Peeling zurückhalten und nur einmal pro Woche den abgestorbenen Hautschüppchen zu Leibe rücken.

Mit der Gesichtspflege verhält es sich wie mit der Kleidung: es braucht mehr als nur ein Tank Top und kurze Hosen im Winter. Wie die Kleidung, so sollte auch die Gesichtspflege an die kalte Jahreszeit angepasst werden.

Neben der Pflege sind auch Accessoires im Winter ein nicht zu verachtendes Verkaufsplus. Gibt es hier Tipps und Tricks, die Kundin von den Produkten zu überzeugen?

Der Zusatzverkauf von Accessoires ist beim Thema 'Luxuswirkstoffe', wie schon im ersten Punkt erwähnt, leicht. Schmuck ist eine ideale Möglichkeit, ebenso Haarpflege, Badezusätze mit Schokolade in Kugelform, Kerzen mit Wellnessauftrag, Lashes für die Feiertage, Winter-Hautpflege-Boxen für verschiedene Hauttypen, Handmasken und Halstücher sowie spezielle Cremes für Hals- und Dekolleté. Als Faustregel gilt: Überzeugen können wir unsere Kunden von Accessoires immer dann, wenn sie zum Thema passen. Im Winter trifft das auf Schmuck, Handmasken, Halspflege und Haarpflege zu.



MANUELA JASER

ist Personaltrainerin und Ausbilderin für Seminarleiter, Führungskräfte und Verkäufer. Nach einer kosmetischen Ausbildung und zahlreichen Stationen in Vertrieb und Aus- und Weiterbildung verschiedener Beauty-Unternehmen ist sie heute freiberuflich tätig. Als Trainerin schult sie in ganz Deutschland und in der Schweiz, jedoch ist die Anzahl ihrer Seminare heute begrenzt. Infos unter: www.beauty-sales-profi.com