

Mit der richtigen Einstellung klappt es

Mehr Verkauf, mehr Erfolg

Warum ist Ihre Einstellung zu Ihren Kunden der wichtigste Faktor für Erfolg? Weshalb ist eine gut geführte Kundenkartei ein wichtiger Schlüssel für mehr Umsatz? Was verraten die Karteikarten über Ihren Umsatz? Kosmetikerin und Verkaufsexpertin Sabrina Meier hat die Antworten.



Fotos: Doris Wittmann Fotografie

Der erste und wichtigste Schritt besteht darin, sich darüber klar zu werden, was der Verkauf von Produkten für Ihre Kundin, aber auch für Sie selbst und Ihr Business bedeutet. Am besten nehmen Sie sich sofort ein paar Minuten Zeit und Ihre Kundenkartei zur Hand, denn das ist die Grundlage für aktiven Verkauf: eine bis ins Detail sauber geführte Karteikarte!

Viele Kosmetikerinnen sind der Meinung, dass sie aufgrund ihrer engmaschigen Termine keine Zeit hätten, um die Karteikarten der Kunden sorgfältig zu führen. Diese Unternehmerinnen befinden sich im Hamsterrad.

Mithilfe Ihrer Kundenkartei können Sie diesen Kreislauf durchbrechen. Welchen Vorteil bieten sauber geführten Karteikarten? Mehr Verkauf! Denn je mehr Produkte wir verkaufen, desto weniger müssen wir durch Dienstleistung erwirtschaften!

Ohne Vertrauen kein Verkauf

Unsere Kunden dürfen zu Recht erwarten, dass wir sie respektieren. Dazu gehört auch, sich die Zeit zu nehmen, die Karteikarten ordentlich auszufüllen. Diese drei zusätzlichen Minuten Ihrer Zeit sollten Ihnen Ihre Kunden wert sein.

Der springende Punkt ist: Die Kundin kauft nur bei der Kosmetikerin, wenn sie ihr vertraut, das heißt, wenn sie sie respektiert. Kauft die Kundin nicht bei Ihnen, respektiert sie Sie auch nicht. Erweisen Sie Ihren Kundinnen auf jeden Fall den Respekt, sich drei Minuten Zeit für die ordentliche Führung der Karteikarten zu nehmen.

Ein Fallbeispiel

Stellen wir uns kurz folgende Situation vor, die in dieser oder ähnlicher Form sehr häufig im Institutsalltag vorkommt. Die Kundin sagt: „Das Gesichtswasser nehme ich beim nächsten Mal mit.“ Sie sehen jedoch in Ihrer Kartei oder in Ihrem Computersystem, dass sie seit über einem halben Jahr kein Tonic mehr gekauft hat. Sie sprechen die Kundin darauf an, worauf diese erwidert: „Das Tonic ist ja so ergiebig.“ Haben Sie diesen Satz

schon einmal gehört?

Jetzt gilt es, mit der Kundin über die Notwendigkeit und über die

Dosierung zu sprechen. Sie fragen, wie oft und in welcher Menge sie das Tonic Zuhause anwendet. Vielleicht

„Je mehr Produkte wir verkaufen, desto weniger müssen wir durch Dienstleistungen erwirtschaften.“

behauptet sie trotzdem: „Ja, ich mache das genauso, wie Sie mir das sagen, aber es ist so ergiebig.“

Darauf gibt es eine super Antwort: „Liebe Kundin, ich finde es super, dass Sie das Tonic bereits benutzen. In mei-



Der Verkauf ist von enormer Wichtigkeit! Je mehr die Kosmetikerin verkauft, desto weniger muss sie über die Dienstleistung erwirtschaften. Außerdem ist der Verkauf der geeignetsten Pflegeprodukte für das jeweilige Hautbild auch ein Zeichen von Respekt und Wertschätzung gegenüber der Kundin. Indem Sie ihr das passende Produkt empfehlen, zeigen Sie, dass sie Ihnen wichtig ist.



Setzen Sie sich klare Verkaufsziele! Warten Sie nicht einfach ab, ob vielleicht etwas passiert. Nehmen Sie sich gezielt vor, einer bestimmten Kundin z.B. ein Tonic und eine Nachtpflege zu verkaufen. Der Schlüssel zum Erfolg liegt in einer detaillierten und sauber geführten Kundenkarteikarte, in die Sie vor dem jeweiligen Termin schauen.



Pflegen Sie Ihre Kundenkartei! Eine ordentlich geführte Karteikarte ist von grundlegender Wichtigkeit für den Verkauf, da Sie alle notwendigen Informationen für ein erfolgreiches Beratungs- und Verkaufsgespräch enthält, z.B. über die bevorzugten Produkte oder bereits getätigten Käufe.

nem Tonic zu Hause ist die gleiche Menge, und ich benutze es wie Sie, zweimal täglich, morgens und abends. Bei mir reicht es maximal 12 Wochen und ich bin sehr sparsam in der Anwendung. Ihres haben Sie zum letzten Mal am X.Y. gekauft, also vor 7 Monaten. Haben Sie eine Idee, woran das liegen könnte?“

Aber Achtung, der Ton macht die Musik! Deshalb müssen Sie diesen Satz liebevoll und freundlich aussprechen. Vermeiden Sie unbedingt, behrend oder vorwurfsvoll zu klingen.

Wenn die Kundin nicht von selbst zugeht, dass sie vielleicht doch zu wenig benutzt oder es gelegentlich vergisst, geben Sie ihr eine weitere Hilfestellung mit folgender Frage: „Liebe Kundin, wenn Sie noch einmal genau überlegen, an was, denken Sie, könnte es liegen?“

Eine Sprechpause muss jetzt unbedingt eingehalten werden! Haben Sie etwas Geduld und geben Sie sich nicht gleich selbst die Antwort!

In 99 Prozent der Fälle bekommen Sie nämlich das Geständnis, dass es nicht

regelmäßig, zu wenig, gar nicht mehr oder sogar ein anderes Produkt verwendet wird.

Sie erklären der Kundin nun, dass, obwohl die Produkte sehr ergiebig sind, eine bestimmte Menge auf die Haut gelangen muss, um die volle Wirkung zu entfalten.

Folgende Frage hilft dabei: „Benutzen Sie einfach ab sofort etwas

mehr, denn Ihnen ist es doch sicherlich wichtig, dass Ihre Haut optimal versorgt ist, einverstanden? Wie viel ist noch in Ihrer Flasche?“ Die Kundin antwortet: „Viertel voll.“ Und Sie geben ihr den Tipp: „Machen Sie Ihr Tonic einfach bis zum nächsten Besuch im Institut leer, dann ist die Dosierung optimal.“

Wichtig! Sie machen sich für den nächsten Termin eine Notiz in der Karteikarte und sagen es Ihrer Kundin. „Liebe Kundin, ich mache mir gleich eine Notiz, dann können wir es

beim nächsten Behandlungstermin nicht vergessen.“

Was denkt jetzt die Kundin? „Ah, ich bin ihr wichtig!“ – und genauso soll es sein. Zudem zeigt es der Kundin, dass Sie sie respektieren.

Ein paar Wochen später erscheint die Kundin erneut zum Termin. Mal ganz ehrlich, wüssten Sie ohne Notiz noch alles, was Sie mit ihr beim letzten Mal besprochen hatten? Nein! Sie hätten es wahrscheinlich vergessen. Aber dank der Notiz wissen Sie genau, was beim letzten Mal vereinbart wurde. Und das Beste: Sie haben bereits das Ja zum Verkauf!

Klare Ziele setzen

Warum nehmen sich so viele Kosmetikerinnen nicht die Zeit, um ihre Karteikarte ordentlich zu führen? Weil die Nachlässigkeit zu einer Gewohnheit geworden ist und weil sie ziellos sind. Sie sagen: „Mal sehen, was heute so passiert. Vielleicht kann ich der einen oder anderen Kundin etwas verkaufen.“ Falsch! Ohne ein klares Ziel und ohne eine ordentliche geführte Karteikarte zu jedem Kunden gibt es keinen Verkauf!

Stellen Sie sich vor, Sie möchten in den Urlaub fahren und geben gar kein Ziel ins Navi ein. Was passiert? Gar nichts. Und so ist es auch im Verkauf.

Legen Sie sich für jeden einzelnen Kunden Ziele fest. Schauen Sie morgens in die Karteikarten und sagen Sie sich beispielsweise: „Heute ver-

kaufe ich Kundin A das neue Serum und Kundin B die neue Creme fürs Dekolleté.“ Das sind Ziele.

Wenn ich mit Kolleginnen ins Gespräch komme und sie nach der Urlaubsplanung fürs nächste Jahr frage, bekomme ich oft die Antwort: „In den Sommerferien machen wir Urlaub in Italien und den Brückentag im Mai nutzen wir für einen Städtetrip.“ Wenn ich dann aber nach Umsatzzielen oder geplanten Seminarbesuchen frage, bekomme ich in der Regel eine breite Auswahl an Ausreden präsen-

„Wenn Sie da draußen wie eine Unternehmerin behandelt werden möchten, dann verhalten Sie sich auch so!“

tiert: „Ich muss mal schauen, kann ich jetzt noch nicht sagen.“ „Kommt auf das oder auf das an.“ „Ich lasse mich mal überraschen.“ „Das kann ich doch nicht planen.“ „Ich kenne meine Verkaufsumsätze nicht, wie soll ich da planen?“ „Ich weiß überhaupt nicht, was du meinst mit Ziele setzen?“ „Da habe ich mir noch nie Gedanken darüber gemacht.“

Die richtige Einstellung

Erfolg ist eigentlich einfach – es kommt nur auf Sie und Ihre eigene Einstellung an. Was sind Sie bereit zu investieren?

Wenn Sie nicht bereit sind, Zeit zu investieren, um die Kundenkartei ordentlich zu führen oder Seminare zu besuchen, müssen Sie sich nicht wundern, wenn der gewünschte Erfolg, den Sie sich am Anfang der Selbstständigkeit erträumt haben, ausbleibt. Welches Ziel haben Sie für den nächsten Tag, die nächste Woche, den



Vertrauen ist essentiell für den Verkauf! Nur wenn die Kundin der Kosmetikerin vertraut, kauft sie auch bei ihr. Selbst wenn eine Kundin längere Zeit nichts gekauft hat, ist es wichtig, beim Nachfassen offen und freundlich zu bleiben. Vermeiden Sie unbedingt, vorwurfsvoll oder belehrend zu klingen.



Verlosung

Mit freundlicher Unterstützung von Sabrina Meier verlosen wir unter allen Teilnehmern **3x das Hörbuch „Die 7 ungeschminkten Erfolgs-Gesetze“** im Wert von 49,90 € (Laufzeit: ca. 41 Minuten). Die „Umsatz-Queen“ stellt das von ihr selbst entwickelte Verkaufssystem „Power-Beauty-Selling“ vor. Ihre Tipps sind sofort in der Praxis umsetzbar.

Machen Sie mit und nutzen Sie Ihre Gewinnchance auf

www.beauty-forum.com/verlosung

nächsten Monat, das nächste Jahr, die nächsten zwei Jahre, fünf Jahre, zehn Jahre? Die meisten Kosmetikerinnen überschätzen, was sie in einem Jahr, und unterschätzen, was sie in zehn Jahren erreichen können.

Wenn Sie da draußen wie eine Unternehmerin behandelt werden möchten, dann verhalten Sie sich auch so! Damit meine ich übrigens nicht, mit einem großen Auto vorzufahren und eine Louis Vuitton spazieren zu tragen. Nichts gegen große Autos und schöne Handtaschen – ich persönlich liebe Handtaschen. Aber Unternehmerin zu sein, bedeutet nicht, sich wie eine Prinzessin zu benehmen.

Es bedeutet, sich Ziele zu setzen, voranzuplanen und bereit zu sein, Zeit und Geld in seine eigene Persönlichkeit zu investieren. Buchen Sie nicht nur den nächsten Urlaub ein dreiviertel Jahr im Voraus, sondern denken Sie auch rechtzeitig an Ihre Weiterbildung. Belegen Sie Seminare, die Ihnen und Ihrem Business helfen, sich weiterzuentwickeln. Das bedeutet es für mich, Unternehmerin zu sein.

Erfolg fällt nicht vom Himmel, Erfolg wächst von innen nach außen! Ihre innere Einstellung ist der Erfolgsfaktor Nummer eins! Gefolgt von der richtigen Kommunikation und den Frage-techniken, mit denen sich Ihre Kunden richtig wohlfühlen!

Die Harvard Business School hat den häufigsten Grund des Scheiterns im Verkauf herausgefunden: Die Verkäuferin ist von vornherein überzeugt, heute sowieso nicht erfolgreich zu sein; folglich trifft das auch ein. Die erfolgreiche Kosmetikerin hingegen weiß, dass mit einer ordentlichen Kundenkartei und klaren Verkaufszielen nichts schiefgehen kann.



Sabrina Meier

Die Fachwirtin für Ganzheitskosmetik (HWK) betreibt ein Kosmetikinstitut und hat das Verkaufssystem „Power-Beauty-Selling“ entwickelt. Ihr Know-how und Wissen gibt sie in Seminaren weiter.
www.sabrinameier.de