

# KOSMETIK

international

8/2012

[www.ki-online.de](http://www.ki-online.de)

## Sinnesreize

Pinsel-Parade

## Sonnenwende

Kur-Klima

KOSMETIK  
international Verlag





# Kein Kurzschluss

Geräte ja, aber nur mit einem klaren Konzept

Soll ich ein neues Gerät anschaffen, um mein Angebot zu erweitern? Und lässt sich das dann auch gut vermarkten? Wer sich derlei fragt, dem können Tipps von Kolleginnen helfen – Erfahrungen aus der Praxis.

## Wirtschaftlicher Erfolg

„Bei mir waren die Voraussetzungen günstig, eine besondere apparative Spezialbehandlung neu hinzuzunehmen: Meine Kunden kamen von weit her extra zu mir und waren bereit, viel Geld auszugeben. Also wollte ich noch bessere Ergebnisse erzielen können und mich von anderen Instuten abheben – für mehr wirtschaftlichen Erfolg. Wichtig ist, dass man sich intensiv schult und die Kunden diese neue Kompetenz auch wahrnehmen: Durch eine Spezialisierung erhöht sich das Image beim Kunden. Sie bringen einem Vertrauen entgegen und wissen, dass ihnen Qualität geboten wird. Dafür muss man fachlich und nachvollziehbar vermitteln können, wie man mit der Behandlung punkten kann. Bei Werbemaßnahmen empfiehlt es sich, gezielt die Besonderheit, das Exklusive in den Vordergrund zu stellen. Als ich in der Anfangsphase Beratungsabende durchgeführt habe, habe ich von der Begleitung des Anbieters profitiert, der mir einen Mitarbeiter zur Seite stellte. So konnte ich mir noch einige Verkaufs- und Argumentationstipps anschauen. Auf jeden Fall sollte man die Geräte vorab testen: Ist man mit den Ergebnissen wirklich zufrieden?“

*Darja Babuschkina, Beauty Lounge in Peltre, über ihre Arbeit mit dem vltacontrol-Kälteser-System*