

kosmetik & pflege

Heft 3/20 • Juli / August

& fachmagazin



**Clean
Beauty**

Trend

**Sommer-
wirkstoffe**

Dermacos

**Stimmen &
Statements**

Corona

**Wirkstoffe
und Pflege**

Mischhaut

CONTEST 2020

Jetzt bewerben! Wir suchen Deutschlands Beste Kosmetikerinnen

SYMPATHISCH QUALIFIZIERT ZUPACKEND

Es gehört eine gute Portion Selbstbewusstsein dazu, ein Kosmetikinstitut mit den Schwerpunkten dermatologische Kosmetik und Anti Aging Wellness-Oase Paradies zu nennen. Doch was trifft die Bedürfnisse der Menschen besser? Schließlich möchten die Kundinnen sich vor allem wohlfühlen – und dabei etwas für Aussehen und Gesundheit tun.

In Connewitz, einem lebendigen Stadtviertel Leipzigs mit Gewerbe, Hochschule und Kunst, liegt das Kosmetikinstitut Wellness-Oase Paradies. Bereits 1994 startete Petra Klass-Hänsel mit ihrem ersten Institut, damals noch im eigenen Haus. Im Jahr 2000 vergrößerte sie sich auf 180 m², schon drei Jahre später erfolgte eine Erweiterung auf 300 m². Ihre Kernkompetenz sieht die gelernte Krankenschwester in der Gesichtskosmetik, doch schätzen und buchen die Kunden die ganze Breite des kosmetischen Angebots.

»Jede braucht ein Ziel vor Augen«

Zum Team gehören neben ihrer Tochter noch drei Kosmetikerinnen in Vollzeit: Frau Schaffer bereichert das Team von Beginn an, also seit inzwischen 20 Jahren. Frau Schüller ist seit drei Jahren, Frau Pfaffenbach seit einem Jahr an Bord. Fluktuation entstand nur dann, wenn eine Mitarbeiterin sich beruflich anders orientieren wollte oder aber wenn ein Wegzug der Familie aus Leipzig anstand.

Petra Klass-Hänsel, die selbst aus dem Leistungssport kommt, sieht sich selbst nicht als Chefin, sondern als Teil des Teams. Sie führt über Motivation. Ihre Überzeugung dabei: »Jedes Team-Mitglied braucht ein Ziel vor Augen!« Denn nichts sei in ihren Augen schlimmer, als wenn Mitarbeiterinnen nicht wissen, worum es geht. Bei Kosmetikerinnen kommt es ihrer Meinung nach, selbstverständlich zusätzlich zu den fachlichen Fertigkeiten, in erster Linie auf die Persönlichkeit an. Denn neben sicheren Umgangsformen muss einer Mitarbeiterin die Dienstleistung im Blut liegen. So hat jede der Kosmetikerinnen ihr

”

Kosmetische Themen mit den Kunden partnerschaftlich und geradlinig angehen

Spezialgebiet, deckt aber zugleich etwa 80 Prozent des Angebots ab.

Auf Augenhöhe mit den Kunden

Eine Herausforderung für das Team ist es, in der Breite informiert zu bleiben. »Die Kunden sind heute deutlich informierter als noch vor Jahren«, berichtet die Kosmetik-Expertin, »und sie erwarten auf jede Frage eine qualifizierte Antwort«. Großen Wert legt die Institutsleiterin daher auf regelmäßige Fortbildungen. Hier nutzt sie die ganze Breite der Möglichkeiten: Neben Produkt- und Verkaufsschulungen durch die Partner engagiert sie auch unabhängige Trainer, beispielsweise im Bereich Persönlichkeitsentwicklung. Auch sie selbst lässt sich seit zehn Jahren coachen. Institutsbezogene Themen, wie etwa die Anschaffung neuer Geräte, werden meist gemeinsam besprochen. Wichtig ist ihr die Verantwortung gegenüber ihren Kunden: »Es geht nicht darum, alles anzubieten was der Markt hergibt, sondern sich selbst treu zu bleiben.« Dazu gehört in ihren Augen auch, Kundinnen gegebenenfalls zu einer Zweitmeinung zu raten. Zu diesem Zweck kooperiert die Kosmetik-Expertin mit zwei Hautärzten,

an die sie Kundinnen in spezifischen Fragen verweist. Umgekehrt empfehlen die Ärzte denjenigen Patienten, bei denen eher keine medizinische Indikation vorliegt, an Petra Klass-Hänsels Institut. So geht sie die kosmetischen Themen mit ihren Kunden partnerschaftlich und geradlinig an, informiert, hört zu. Daher vertrauen ihr die Kunden und folgen gerne ihren Empfehlungen.

Angebot mit Augenmaß

Bei der Angebotsgestaltung herrscht Transparenz und Übersichtlichkeit. So hat Petra Klass-Hänsel für die Gesichtsanwendung drei Steps definiert:

Step 1: Die Basis

Ganz gleich für welchen Hauttyp: Hierunter fällt der Ausgangspunkt und das Fundament jeder Kosmetikbehandlung: Reinigung, Tonisierung, Ausreinigen, Peeling etc.

Step 2: Auswahl der Anwendung

Jede Anwendung enthält in der Preisliste einen Vermerk, für welchen Hauttyp sie geeignet ist. Unterschieden wird feuchtigkeitsarme, unreine/fettende, anspruchsvolle, sensible und trockene Haut.

Step 3: Die Extras

Extras sind optionale Leistungen, wie beispielsweise Ohrenkerzen, eine Enzym-Peeling-Maske, Wirkstoffkonzentrat oder Anwen-

erfolgreich

dungen rund ums Auge. Mikrodermabrasion, Microneedling und Ultraschall gehören zum Angebotsspektrum an Apparativer Kosmetik. Bei den Körperanwendungen kommen die Kundinnen in den Genuss verschiedener Massagen und Wickel, können aber auch Anwendungen wie zum Beispiel ein Infrarot-Tipedarium, einen Balancer und den Divinia zur Körperformung buchen. Generell sieht Petra Klass-Hänsel in Wellnessanwendungen eine gute Ergänzung zu Gesichts- und Körperanwendungen. »Die Kunden haben auch einfach mal das Bedürfnis nach etwas Abwechslung und warum soll man dieses Bedürfnis nicht befriedigen?« Die Wellnessanwendungen, konzipiert von der Institutsleiterin persönlich, enthalten immer eine Massage und werden gerne durch Bäder oder Packungen ergänzt. Dabei lässt sich die Fachfrau von ihren Erfahrungen in großen Wellness-hotels inspirieren und passt die Anwendungen auf ihre Verhältnisse und Möglichkeiten im Institut an. Die Benennung der Pakete ist klar und selbsterklärend. Sie heißen beispielsweise »Leicht, gepflegt, beschwingt«, »Quell der Ruhe« oder »Für Gestresste«. Immer wieder begeistert ist Petra

Klass-Hänsel von den Möglichkeiten der modernen Kosmetik: »Den meisten Menschen ist gar nicht bewusst, was moderne Produkte heute leisten.«


PROVIDA[®]
organics

S T U D I O L I N E

demeter

**Exklusive Demeter Kosmetik
nur für
Naturkosmetikstudios & Spas**

Für reife
&
sensible
Haut



Kein Mindestbestellwert. Versandkostenfrei ab 60 EUR Netto-Bestellwert.

PROVIDA ORGANICS KOSMETIK & UMWELT GMBH

Mehr Infos unter:
<https://www.provida.de/studio-line/>
service@provida.de
+49 (0) 2942 7400

Seit 35
Jahren



“

Das Institut als
»VerwöhnHighlight«

Denn Kosmetik sei heute einfach viel mehr als Cremes. Wichtig dabei ist die regelmäßige Anwendung zu Hause. Die Anwendung im Institut ist sozusagen das Verwöhn-Highlight.

»Sich persönlich ins Gespräch bringen«

Da das Institut im 2. OG liegt, ist es von der Straße aus nicht sichtbar. Dies erfordert einen höheren Werbeaufwand. Gute Erfahrungen hat Petra Klass-Hänsel mit Anzeigen in der lokalen Zeitung gemacht, wichtig sind außerdem ihre Homepage und selbstverständlich Empfehlungsmarketing. Dabei gilt die Regel, dass das, was beworben wird, auch gebucht wird. Die Social-Media-Auftritte betreut eine Mitarbeiterin, denn diese hat zu den Plattformen einen intensiveren Bezug. Allgemein, so die Einschätzung der Fachfrau, wird das Thema jedoch eher überschätzt. Stattdessen setzt Petra Klass-Hänsel beispielsweise auf Unternehmertreffen, die sie als ein wichtiges Werbeinstrument sieht. Denn sie bieten die Möglichkeit, sich persönlich ins Gespräch zu bringen und Interesse zu wecken. Auf einen

Online-Kalender verzichtet die Instituts-Chefin bewusst. Sie ist davon überzeugt, dass die Vorteile ständiger Verfügbarkeit die Nachteile des fehlenden persönlichen Kontakts nicht aufwiegen. Von ihren Kunden sind 80 Prozent Stammkunden, 20 Prozent Neukunden oder Gutscheinkunden.

Ein Jahr voller Aktionen

2020 steht für das Institut unter einem besonderen Vorzeichen: Gefeierte wird das 20-jährige Firmenjubiläum. Dazu hat Petra Klass-Hänsel die Aktion »20 Jahre, 20 Tage« ausgerufen. An insgesamt 20 Tagen gibt es dann Aktionen oder Rabatte. Begonnen hat die Aktion im Januar mit der »Restartwoche«: Wer vom 27. bis 30. Januar 2020 einen Ganzkörperwickel zum Preis von 149 Euro gebucht hat, bekam Kosmetik im Wert von

49 Euro dazu. Es folgte die Aktion »Body & Soul« vom 2. bis 6. März. Dabei erhielten Kunden, die eine Ganzkörpermassage gebucht hatten, eine Seidenhandschuhmassage gratis. Am 30. April fand die Aktion »Heiße Preise am Donnerstag«, mit 20 Prozent Rabatt auf Sonnenpflegeprodukte statt. Richtig los geht es dann in der Jubiläumswoche vom 6. bis 10. Juli 2020: Am Montag veranstaltet das Institut dann einen Partnertag, mit einer Überraschung für alle, die gemeinsam einen Termin haben. Dienstag ist Prinzessinnentag! Wer an diesem Tag eine »Wellness Kosmetik mit Manikure und Pedikure« für die kommenden vier Wochen terminiert, bekommt als Upgrade eine Ampullenkur. Am Mittwoch, dem Freundinnentag, bekommt als Upgrade eine Ultraschallbehandlung, wer eine Wellness-Auszeit mit Freundin bucht. Am Donnerstag gibt es noch mal 20 Prozent auf Pflegeprodukte und am Freitag dann einen Tag der offenen Tür. Den Abschluss des Jubiläumsjahrs bildet die Woche »Novemberblues« vom 9. bis 13.11.2020. ■