

Mit TEAMWORK zum *Erfolg*

EHRliche KUNDENKOMMUNIKATION – Sieht man nach der ersten Behandlung gleich einen Unterschied? Wie schnell wirkt dieses Produkt? Das sind oft gestellte Fragen von Kunden im Kosmetikinstitut. Kosmetikerin Isabelle Ritler weiss, dass schöne Haut keine Zauberei vonseiten der Kosmetikerin ist, sondern Teamwork mit den Kunden bedeutet sowie eine ehrliche Kommunikation mit dem Kunden erfordert.



Unsere Kunden wollen schnell sichtbare Ergebnisse. Wir Kosmetikerinnen wissen natürlich, dass das nicht bei allen Wünschen unserer Kunden so einfach umsetzbar ist. Einerseits möchten wir unsere Behandlungen und Produkte ausloben, andererseits die Kunden nicht enttäuschen und lange behalten. Hier sind eine gute Kommunikation und Aufklärung gefragt. Sie sollten nur realistische Versprechen geben und bei

Ihren Kunden unbedingt an ihr Teamwork appellieren, um geknickte Gesichter zu vermeiden.

Der Menschen als Ganzes

Eine individuelle Pflege und die dazu passende Behandlung sind ein Teil vom Puzzle auf dem Weg zu schöner Haut oder deren Jung- und Gesunder-

haltung. Der Zustand der Haut ist immer ein Ergebnis aus mehreren Faktoren: Ernährung, Bewegung, Psyche, Schlaf, Wohlbefinden und allgemeine Gesundheit, Medikamente, Gene (kleiner Teil) und klar, einen wichtigen Beitrag zum Hautzustand leisten die Heimpflege unserer Kunden und die Behandlungen bei der Kosmetikerin. **In unserem Hautzustand spiegelt sich unser Umgang mit uns selbst in der Vergangenheit wider – denn die Haut archiviert**

Foto: Isabelle Ritler

die Spuren unseres Lebens. Und das ist nicht selten etwas fies, denn einige Sünden zeigen sich erst zeitversetzt. Hat der Kunde einen ausgeprägten Sonnenhungrer, kann sich dieser erst zehn bis zwanzig Jahre später mit ledriger, gelber Haut (nur schwer verbesserbar) bemerkbar machen. Eventuelle Hautschäden durch Sonneneinstrahlung verstärken sich mit einer jahrelangen Einnahme der Pille sogar zusätzlich. Die daraus entstandenen Schäden in Form von Pigmentveränderung bleiben den Kunden dann meistens lebenslang beziehungsweise sie müssen damit rechnen, dass ihre Haut immer mit Flecken auf Sonneneinstrahlung reagieren wird. Dieses Beispiel zeigt, dass die Haut des Kunden trotz der richtigen Pflege und tollen Behandlungen im Kosmetikstudio trotzdem schlechter werden kann, weil sich ein negativer Umgang mit der Haut erst Jahre später rächt.

Auch aktuelle Faktoren wie Krankheit, Stress oder Sonnenbrand können negative Spuren auf der Haut hinterlassen. Gute Behandlungen von der Kosmetikerin sind eben nur ein Teil im Puzzle zur schönen Haut. Darum ist es besonders wichtig, dass Sie Ihre Kunden gut aufklären: Nur 20 Prozent unseres Hautbildes sind genetisch bedingt, in erster Linie sind wir selbst für ein



Eine Kosmetikbehandlung sorgt für einen Frischekick und einen schönen Glow auf der Haut. Für langfristige Ergebnisse muss die Kundin zu Hause aber bei der Heimpflege mitarbeiten.

gutes Hautbild verantwortlich. Das motiviert Ihre Kunden hoffentlich dazu, einen gesunden Lebensstil zu führen, gewisse Gewohnheiten zu überdenken und intensive Hautpflege zu betreiben.

Anamnese und Kundenkartei

Bei einem Ersttermin starte ich immer mit einer ausführlichen Anamnese: Ich führe zunächst eine intensive Hautanalyse durch und trage zusätzlich in meiner Kundenkartei alle Informationen über Gewohnheiten, Gesundheit und Lebensstil der Kunden ein. So sammle ich einen wahren Schatz an Informationen, den ich auch die Kunden-Hautgeschichte nenne. Es ist ein wichtiger Teil der Arbeit der Kosmetikerin, Zusammenhänge zu erkennen und so die Haut des Kunden zu verstehen. Natürlich gelingt dies immer besser, je länger wir den Kunden kennen. **Ich gebe meinen Kunden bei jedem Behandlungstermin immer wieder wertvolle und wichtige Tipps.** Das können manchmal auch nur Kleinigkeiten sein, wie den Kopfkissenbezug regelmässig auf mindestens 60 Grad zu waschen, unreine Gesichtshaut lieber mit Kosmetiktüchern zu trocknen, anstatt mit dem Familien-Frotteetuch oder das Handy täglich zu desinfizieren. Als Kosmetikerin muss ich auch beachten, dass ein Kunde auch ein Recht auf Vergessen hat. Darum macht es Sinn, wichtige Tipps zu wiederholen, denn auch diese kleinen Reminder tragen zu einer schönen Haut bei – wie so oft im Leben

muss man auch bei schöner Gesichtshaut nicht weit suchen, da wertvolle Kleinigkeiten so nah liegen.

Training und Disziplin

Bei der Kosmetik geht es ähnlich wie beim Sport und der Ernährung um eine langfristige Umstellung der Lebensgewohnheiten: Natürlich sieht die Haut nach einer Behandlung anders aus, wir können einen Frischeeffekt und einen tollen Glow auf der Haut definitiv sehen – das können wir unserer Kundschaft auch sofort versprechen. Aber ein lang anhaltendes Ergebnis sehen wir ähnlich wie beim Sport oder bei der Ernährung eben erst nach einer längeren Zeitdauer. Geht man einmal ins Probetraining oder wechselt von Kaffee mit drei Stück Zucker und Cola auf Wasser, sieht man am nächsten Tag auch nicht anders aus. Bestimmt aber mit Konsequenz nach ein paar Wochen und spätestens nach ein paar Monaten. **Schöne Haut hängt stark damit zusammen, was wir dauerhaft wiederholen.**

Vorbild sein, authentisch sein

Unsere Kunden finden es durchaus sympathisch, wenn wir auch mal einen riesigen Pickel mitten auf der Stirn haben. Das ist menschlich. Gepflegt, eine positive Ausstrahlung und Motivation sollte eine Kosmetikerin im Auftritt aber immer mitbringen. Zeigen Sie Ihren Kunden über Ihre

BEWUSSTSEIN AUFFRISCHEN

Manche Selbstverständlichkeiten sind für Kunden oft nicht selbstverständlich genug beziehungsweise sollten noch einmal aufgefrischt und wieder ins Bewusstsein gebracht werden. **Nur wenn die Kunden zu Hause mitarbeiten, hat eine Kosmetikbehandlung nachhaltig Erfolg.** Machen Sie Ihre Kunden auf alltägliche Hautsünden aufmerksam wie:

- Mangel an Pflege (oder unpassende Pflege),
- Crash-Diäten,
- zu wenig Wasser trinken,
- Nikotin,
- ständig die Hände im Gesicht und
- zu viel Sonne.





Motivieren Sie Ihre Interessentinnen auf Ihrer Website zum Beispiel mit einer Botschaft.

Social-Media-Kanäle, Newsletter oder über einen Blog auf Ihrer Website, dass Sie gesund essen, sich selbst Behandlungen gönnen, körperlich aktiv sind, Spass im Leben haben und Ihre Arbeit lieben. Das funktioniert natürlich am besten, wenn es authentisch ist. **Wenn man direkt am Menschen arbeitet, ist es sehr wichtig, sich wohl und fit zu fühlen und mit sich im Reinen zu sein.**

Einen schlechten Tag darf jeder einmal haben, deswegen laufen nicht alle Kunden gleichzeitig weg, aber tragen Sie ein dauerhaftes Unwohlsein mit sich herum, spüren das unsere Kunden. Und diese Aura führt bestimmt nicht zum Erfolg. Setzen Sie doch nach Ihrer Behandlung Ihre Tipps gleich in die Tat um: Bieten Sie Ihren Kunden einen gesunden Snack, zum Beispiel Nüsse und Früchte, anstatt ein Schöggeli. Geben Sie ihr an heissen Tagen eine Flasche Wasser mit auf den Weg.

Knöpfe drücken

Nein, wir Kosmetikerinnen müssen nicht zur Hobby-Psychologin oder Ernährungsberaterin werden, aber wir können Knöpfe drücken. Wenn beispielsweise ein Kunde immer angespannt und gestresst anrennt, kaum einen freien Platz für den nächsten Behandlungstermin in ihrem Kalender findet und keine Sekunde still liegen kann,

spiegelt sich dies nicht selten in Form von Reizungen, Rötungen, Ekzemen und fahler Haut wider. **Auf diese Folgeerscheinung dürfen Sie Ihre Kunden dann gerne aufmerksam machen.** Natürlich sollten Sie dabei sachte und einfühlsam vorgehen. Wenn ein Kunde bei der Anamnese angibt, Süssgetränke in hohen Mengen seien bei ihr an der Tagesordnung, dürfen wir gerne daran erinnern, dass zu viel Zucker nicht nur Zahnprobleme und Übergewicht mit sich bringt, sondern auch ein Trigger für Hautunreinheiten sein kann.

Zusammen stark

In meinem Kosmetikstudio ist es unabdingbar, dass meine Kunden daheim mit den von mir empfohlenen Produkten mitmachen. Natürlich beachte ich dabei das Budget und die Vorlieben der Kunden. Das heisst für mich aber nicht, und das kommuniziere ich auch offen, dass es keine anderen guten Produkte gibt. Aber wenn ich nicht weiss, was der Kunde zu Hause anwendet, arbeiten wir nicht miteinander in die gleiche Richtung. Eine Kosmetikerin kann sich nicht in jedes Produkt einlesen, das ist einfach nicht möglich, und das verstehen unsere Kunden auch. Eine klare Kommunikation über diese Team-Vorgehensweise ist wichtig, hilfreich ist es auch, wenn Sie dies bereits auf der Website kommunizieren.

Meinen Kunden kommuniziere ich das auf der Website so: „Eine Verbesserung und Schönerhaltung der Haut ist eine Zusammenarbeit zwischen Beratung und Behandlung im Kosmetikstudio und Ihrer individuell angepassten Heimpflege. Diese empfehle ich Ihnen direkt beim ersten Termin. Sind Sie bereit, mit mir zusammen an Ihrer Haut zu arbeiten? Gerne bin ich Ihr Partner für schöne Haut.“ Wenn meine Kunden das lesen, ist Ihnen bereits klar, was sie erwartet. Ein schöner Nebeneffekt dieser Vorgehensweise ist dabei, dass diese Information meinen Kunden auf Dauer viel Ärger und Geld erspart, da so Fehlkäufe und verführerische Impulskäufe der Vergangenheit angehören.

Spiegel vorhalten

Machen Sie Ihre Kunden auf die Hautsünden wie Mangel an Pflege, Crash-Diäten, Nikotinkonsum etc. aufmerksam. Jetzt sagen Sie vielleicht, das weiss doch jeder. Klar, es weiss wirklich jeder, und doch kann man es nicht oft genug wiederholen. Unsere Kunden haben 1'000 andere Sachen im Kopf und kümmern sich im Leben nicht „nur“ um ihre Haut. Das ist unser Job als Kosmetikerin und meiner Meinung nach ist er nun dann korrekt erfüllt, wenn wir uns trauen zu sagen, was wir sehen: Wir müssen unsere Kunden auf den ungünstigen Umgang mit der Haut aufmerksam machen und einen Pflegemangel ansprechen. **Keiner kann solche Missstände besser analysieren als eine erfahrene Kosmetikerin, die ihren Kunden kennt.** Wir sind es unseren Kunden schuldig, unser Wissen zu teilen. Das ist in jedem Behandlungspreis inklusive. Zudem ist ein solcher Austausch auch viel spannender und zielbringer, als sich über private Probleme und Lebensweisheiten auszutauschen. Bleiben wir fachlich, ist allen geholfen.

Fazit

Nein, Kosmetik bewirkt keine Wunder, wie es so oft in der Werbung versprochen wird. Die Arbeit der Kosmetikerin hilft aber, schöne Haut zu unterstützen, und die Belohnung folgt definitiv bei konstanter Anwendung und Disziplin in Kombination mit den vorher besprochenen Faktoren. **Diese ehrliche Aussage vermeidet enttäuschte Gesichter bei Kunden, die mit Wundervorstellungen zu Ihnen kommen und eine Behandlung buchen.** Und nicht selten kommt es vor, dass sich ein Kunden bei mir bedankt, ich hätte sie zum Laufen oder zur Ernährungsanpassung motiviert. Das sind wunderschöne Extras, die verbinden und Kunden und Kosmetikerin glücklich machen. □



ISABELLE RITLER

Die Kosmetikerin führt seit 15 Jahren erfolgreich ihr Kosmetikinstitut „Belle – Haut im Fokus“ in Luzern. Als ursprünglich kaufm. Angestellte und Marketingfachfrau legt sie Wert auf einen perfekten Auftritt im Netz und eine Fokussierung ihres Angebots auf Gesichtsbehandlungen.

Foto: Isabelle Ritler