

# Mit Liebe zum Verkaufen

Als Schmink-Profi gehen Sie ganz in Ihrer Arbeit mit Pinsel und Farbe auf. Gilt das auch für den Verkauf Ihrer dekorativen Kosmetik? Unsere Expertin gibt Tipps, wie aus diesem Muss Ihre neue Lieblingsbeschäftigung werden kann.

**Nicht jede Kosmetikerin ist die geborene Verkäuferin. Mit welchen Kniffen gelingt es ihr, das Produktangebot an dekorativer Kosmetik selbstbewusst zu präsentieren?**

Verkaufen will gelernt sein. Bereiten Sie sich auf jeden Kundenbesuch gut vor. Ihr erster Eindruck ist entscheidend. Sie strahlen vom Make-up über Ihre Haut bis hin zur Kleidung das aus, was Sie Ihren Kunden versprechen. Sie leben und stehen für Ihre Produkte. Denken Sie daran: Ihre Kundin möchte inspiriert und informiert werden. Dafür sollten Sie sie emotional ansprechen: „Kennen Sie schon den neuen Lippenstift von ...? Er schenkt intensiven Glanz und unterstreicht Ihre Lippenform perfekt.“ Oder auch: „Haben Sie Lust auf ein seidiges, natürliches Make-up für eine frische, strahlende Haut?“

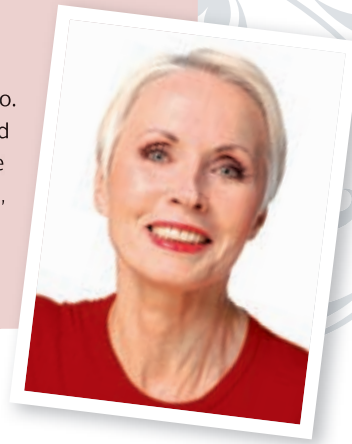
**Wie überwindet die Kosmetikerin gezielt mögliche Hemmschwellen beim Verkauf?**

Hören Sie auf, ans Verkaufen zu denken. Generell ist es so: Der Kunde „kauft“ immer zuerst die Person, die vor ihm steht, dann das Produkt. Im Institut heißt das: Zeigen Sie Ihrer Kundin, dass Sie sich für ihre Wünsche und Motive interessieren.



## Unsere Gesprächspartnerin Trudelines Grigoletto

ist Expertin für emotionales Verkaufen und visuelles Marketing (www.grigoletto.net). Als Verkaufstrainerin in der Beauty-Branche drehen sich ihre Coachings rund um das erfolgreiche Verkaufen von Dienstleistungen und Produkten. Was sie selbst von einem guten Verkaufsgespräch erwartet? „Eine motivierte Verkäuferin, die mich herzlich begrüßt, nach meinen Wünschen fragt, mir zuhört und Tipps gibt, wie ich meinem Wunschaussehen noch näherkomme. Ich möchte mich als Mensch ernst genommen und individuell beraten fühlen.“



Finden Sie im Gespräch heraus, was Ihre Kundin möchte und beraten Sie sie als Expertin. Dann kauft sie von allein.

### Wie wichtig ist das Timing? Wann spricht man die Kundin auf das Angebot an?

Nach einer Pflegebehandlung bitten Sie Ihre Kundin zu Ihrer Make-up Bar bzw. an Ihren Schminkplatz. Ein No-Go ist ein Make-up im Liegen auf dem Behandlungsstuhl. Vor dem Spiegel lassen Sie Ihre Kundin dann step by step miterleben, was für ihr Wunschaussehen wichtig ist. Nachdem Sie Ihre Kundin begeistert haben, präsentieren Sie ihr vor dem Spiegel mit einer emotionalen Sprache alle Verkaufsprodukte, die Sie für ihr strahlendes Aussehen benutzt haben.

### Welche sprachlichen Formulierungen bieten sich konkret an, um gekonnt ins Verkaufsgespräch einzusteigen?

Fragetechnik statt Sagetechnik. Wer fragt, der führt. Sprich: Was ist Ihrer Kundin besonders wichtig? Worauf legt sie besonderen Wert? Was möchte sie verändern? Fragen Sie! Kunden lieben es, gefragt zu werden. Es zeugt von Ihrer Fachkompetenz und der Kunde kommt sich wichtig und verstanden vor.

### Worauf sollte die Kosmetikerin gleichzeitig bei ihrer Körpersprache achten?

Ihre Mimik, Ausstrahlung und die Augen müssen zu den Worten passen. Hier lässt sich so leicht nichts vortäuschen. Das ist das A & O, das über Vertrauen oder Nicht-Vertrauen entscheidet.

### Was kann die Kosmetikerin darüber hinaus tun, um bei der Kundin die Lust auf das Käuferlebnis zu wecken?

Regen Sie die Kauflaune Ihrer Kundinnen an, und zwar durch die Inszenierung Ihres Instituts als Erlebniswelt. Bieten

Sie ein emotionales Verkaufserlebnis Ihrer Dienstleistungen und Produkte – vom Schaufenster bis hin zum POS (Point of Sale) bzw. der Kabine.

### Welche Rolle spielt dabei die individuelle Beratung?

Im Internetzeitalter wird die persönliche Beratung von Mensch zu Mensch immer wichtiger. Sie beweisen Ihren Kundinnen bei jedem Besuch Ihre Fachkompetenz. Sie überraschen sie bei jedem Besuch mit neuen Ideen und praktischen Tipps. Sie erfüllen Wünsche, von denen Ihre Kundin noch gar nicht wusste, dass sie diese hatte. Sie lassen sie die Produkte anfassen und erleben. Kurzum: Werden Sie der persönliche Beautycoach Ihrer Kundin!

### Inwieweit sind Kundenevents wie Schminkabende und Workshops hilfreich, um den Produktverkauf anzukurbeln? Welche weiteren Aktionen sind zu empfehlen?

Kundenevents wie Schminkabende und Workshops müssen auf die Zielgruppe abgestimmt und perfekt vorbereitet sein. Die Kundinnen wollen nicht nur informiert, sondern auch inspiriert und begeistert werden. Unbedingt empfehlenswert ist es, die Aktion in Ihrem Institut für Ihre Kundinnen zu einem Erlebnis werden zu lassen. Wie wäre es z. B. damit: „Die acht Schritte zu Ihrem perfekten Make-up: Praktische Tipps und Tricks, die Ihr Gesicht zum Leuchten bringen.“ Oder: „Mit schönen Wimpern klimpern“. Hier könnten Sie vom Färben und Verlängern bis hin zur Pflege und dekorativer Kosmetik all das anbieten, was die Augenpartie Ihrer Kundinnen strahlend schön macht.

### Worin unterscheidet sich der Verkauf dekorativer Kosmetik vom Verkauf pflegenden Produkte?

Sie können Ihrer Kundin an Ihrer Make-up Bar vor dem Spiegel sofort step by step beim Schminken beweisen, wie sie mit dekorativer Kosmetik kleine Makel wegschummeln kann. Mein Tipp: Lassen Sie Ihre Kundin mitmachen. Finden Sie mit emotionalen Fragen heraus, was für Ihre Kundin wichtig ist und überraschen Sie sie mit neuen Tricks und Tipps. Wenn Ihre Kundin direkt erlebt, wie sie ihrem Wunschaussehen immer näherkommt, ist Ihr Umsatzerfolg noch stärker.

### Welche No-Gos gelten für das Verkaufen?

Eine Begrüßung ohne Lust und Leidenschaft, langweiliger Smalltalk, Desinteresse an Kundenwünschen, fehlendes Zuhören sowie fehlende Fachberatung – und ganz wichtig: „Killerphrasen“. Das sind Sätze wie: „Ja, aber finde ich nicht, ....“ Oder: „Das kostet aber ....“ Und: „Nein, das geht jetzt nicht ....“

### Zum Schluss Ihr ganz persönlicher Erfolgstipp aus jahrelanger Erfahrung ...

Erfolg hat nur, wer sich selbst und seine Produkte präsentieren kann. Der erste Eindruck ist entscheidend. Denken Sie immer daran: Unsere innere Einstellung bestimmt unser Verhalten. Stimme, Mimik, Gestik und Sprache beeinflussen den Verkaufserfolg. Mein Ratschlag: Lieben Sie das, was Sie tun! **ULRIKE ZÄNGER**

