

## **Umsatzsteigerung durch Verkauf: 6 Fehler, die Sie vermeiden sollten!**

*Dies ist ein Expertentipp der Reihe „Prüfungswissen HWK/IHK“. Darin behandelt werden immer Themen, die bei einer möglichen Prüfung zum Fachwirt/zur Fachwirtin für Kosmetik (HWK/IHK) oder zum/zur Kosmetikmeister/-in (HWK) abgefragt werden könnten. Diese Expertentipps sind somit ein weiterer Service für unsere Absolventen über ihre Weiterbildung bei uns hinaus, um sie optimal auf ein möglicherweise zusätzlich angestrebtes Zertifikat einer HWK/IHK und die damit verbundene Prüfung vorzubereiten.*

Dass die Umsatzzahlen stimmen müssen, ist unstrittig. Ebenso ist klar, dass der Umsatz nur sichergestellt und gesteigert werden kann durch mehr und bessere Angebote und durch Verkauf. Fast alle Kunden begrüßen eine Empfehlung, aber nur die wenigsten kaufen (nur ca. 20%) direkt im Anschluss. Was können die Gründe dafür sein? Wenn der Wille, sein Hautproblem zu lösen und entsprechende Produkte zu kaufen seitens des Kunden da ist, ein Verkauf dennoch nicht zustande kommt, so läuft doch etwas schief! Und zwar ganz gewaltig.

### **Emotionalität als verkaufsfördernder Faktor**

Wie schaut denn i. d. R. der Ablauf einer Behandlung aus? Auf das Ambiente der Räumlichkeiten wird inzwischen sehr viel Augenmerk gelegt. Alles ist schön und gut durchdacht, der Kunde soll sich ja wohlfühlen! Aber die schönste Optik nützt nicht viel, wenn die Emotionalität fehlt. Fehlende Emotionalität: Das ist ein erster Fehler! Denn der Behandlungsablauf an sich, ist fast überall gleich.

### **Der Verkaufsbereich wird oft vernachlässigt**

Der Kunde nimmt im Wartebereich Platz, wird zur Behandlung abgeholt, zieht sich um und die wunderbare „Erhol-Behandlung“ mit vielen Streicheleinheiten beginnt. Eine schöne Auszeit für den Kunden. An dem Verkaufsbereich rauscht er meist auf dem Weg zur Behandlung, zu Sauna oder Pool im Bademantel vorbei. Und das ist der zweite Fehler!

### **Die Anamnese als Ausgangspunkt für den Verkauf**

Und was ist mit einer Anamnese, der Frage nach den bisher verwendeten Produkten, der Frage nach Allergien? Abgesehen davon, dass ohne all dies gar keine sinnvolle Behandlung möglich ist, der Anknüpfungspunkt für den Verkauf fehlt völlig. Empfehlungen für die Heimpflege gibt es meist nicht. So der ungefähre Ablauf in einem „gut durch getakteten“ Institut.

Doch die Auswahl an Produkten ist vorhanden, die Fachkompetenz ebenfalls. Worauf also warten? Nach einer ausführlichen Anamnese kann ein individuell passendes Behandlungskonzept, dem i. d. R. der Verkauf folgt, erstellt werden. Die fehlende Anamnese als Ausgangspunkt für passende Produktempfehlungen: Das ist oft der dritte Fehler!

Außerdem ist es wichtig, den Kunden auch in „Kauflaune“ zu versetzen. Wie das geht? Ziemlich einfach. Die Produkte werden dekorativ platziert, so dass der Kunde diese bereits in

der kurzen Wartezeit anschauen, im Idealfall anfassen kann. Nach der Behandlung müssen einfach ein paar Minuten drin sein um bei der Besprechung von Hautdiagnose und Behandlungskonzept incl. Heimpflege den Bogen zum Produktverkauf leicht zu spannen. Durch Riechen und Fühlen an den Produkten unterstützt sowie fachkompetente Erklärungen ist der Verkauf dann eigentlich ein Kinderspiel. „Kauflaune“ nicht geweckt: Vierter Fehler!

Mein Tipp: Es lohnt sich, sich anzustrengen und ein gutes Verkaufs- und Beratungsgespräch zu führen, denn:

- Es sorgt für Kundenzufriedenheit
- Es ist ein gutes Gefühl, etwas gut zu machen
- Es ist schön, sich weiter zu entwickeln
- Es tut Selbstwert und Selbstachtung gut
- Es ist schön, ein Lob vom Kunden zu bekommen

Hilfen für erfolgreichen Verkauf:

- Animieren Sie durch schönes Ambiente und kleine zusätzlichen Angebote (zum Image passende Dekorationsartikel) den Kunden zum längeren Verweilen, zum Umschauen. Denn Kunden, die länger im Institut verweilen kaufen mehr! Und oft sind es gerade die zusätzlichen Angebote die zum Stöbern verleiten.
- Waren übersichtlich (mit Markenlogos) präsentieren, das hilft dem Kunden das Angebot schneller zu verstehen
- Verkaufszone nicht überfüllen, mit Eye Catcher arbeiten
- Nummer eins unter den „Türöffnern“ ist und bleiben natürlich das freundliche Lächeln des Personals, die gute Laune des Teams und die Empathie, die es dem Kunden gegenüber verkörpert.

### **Vertrauen schaffen durch die richtige Körpersprache**

Jeder weiß inzwischen welchen Stellenwert die Körpersprache, auch non verbale Kommunikation genannt, im Rahmen einer erfolgreichen und positiven Kommunikation hat. Dennoch wird dieser Aspekt leider oft nicht genügend beachtet. Dabei sind Blickkontakt und „mimische Anteilnahme“ großartige Vertrauensverstärker, die das Beraten und Verkaufen stark erleichtern. Schauen Sie also den Kunden an während er von seinen Bedürfnissen erzählt. Der Kunde „übersetzt“ mangelnden Blickkontakt so: „die schaut mich nicht an“ das bedeutet „die hört mir nicht zu“ und „die interessiert sich nicht für mein Problem“. Peng! Keine gute Basis für einen erfolgreichen Verkauf. Also, achten Sie auf Ihre Mimik und Gestik. Vernachlässigte non-verbale Kommunikation: Fünfter Fehler!

Und verbal sollten Sie sich überlegen, mit welcher Art von Fragen Sie am erfolgreichsten sein werden, bzw. welche Frage-Art Ihnen besser liegt. Sind es mehr die sogenannten „offenen“ oder eher die „geschlossenen“ Fragen, bei denen Sie sich wohlfühlen? Denn Sie müssen sich im Verkaufsgespräch in erster Linie wohl und sicher fühlen. Ich meine, mit offenen Fragen wie z. B. „Wie fühlt sich Ihre Haut nach der Reinigung an?“ entwickelt sich ein Gespräch besser als wenn Sie nur fragen „Reinigen Sie Ihr Gesicht täglich gründlich?“ Sie erkennen den Unterschied? Das Ja oder Nein als Antwort auf das letzte Beispiel bringt uns nicht viel weiter. Hingegen geben Sie mit der ersten Frage Ihrer Kundin die Möglichkeit ihren Hautzustand zu beschreiben und sich selbst geben Sie die Möglichkeit gut zu beraten und Ihre Fachkompetenz zu zeigen. Mangelnde oder falsche verbale Kommunikation: Sechster Fehler!

### **Den Bedürfnissen der Kunden nachgehen**

Da sich das Bedürfnis der meisten Kunden zumeist in einer Art „Hauptbedürfnis“ deutlich darstellt, sollten Sie zusätzlich das „Unterbedürfnis“ herausfinden. Was ist gemeint? Nun, das Hauptbedürfnis könnte z. B. in Zusammenhang mit Wirksamkeit, Verträglichkeit und Prestige stehen. Darüber hinaus könnte als Unterbedürfnis der Wunsch nach bequemer und sparsamer Anwendung heraus zu hören sein. Von diesen genannten Bedürfnissen leitet sich das Ziel des Verkaufsgesprächs ab.

Ein Beispiel: Der Kunde möchte einen „schnellen Schönmacher“. Egal was, Hauptsache die Haut sieht danach frisch und schön aus. Wenn Sie in diesem Fall mit sparsamer Anwendung, einem günstigen Preis und besonderer Verträglichkeit argumentieren, haben Sie den Kundenwunsch nicht verstanden.

Wenn Sie dann die typische Ausflucht „Ich überlege es mir noch einmal“ hören, so sollten Sie zwei Dinge wissen: Sie haben den Kundenwunsch nicht verstanden und Sie sollten unbedingt eine Verkaufsschulung absolvieren. Kundenbedürfnis nicht erkannt: Sieber Fehler!

Mein Appell an alle Spa-Mitarbeiter ist, verlieren Sie die Scheu vor dem Verkauf. Kommen Sie heraus aus der Komfortzone, denn Verkauf ist das „Sahnehäubchen“ einer erfolgreichen Behandlung.

### **Bei Unsicherheiten Beratung einholen**

Die Bedeutung eines erfolgreichen Verkaufs- und Beratungsgesprächs haben wir Ihnen in diesem Expertentipp erläutert. Aber wie immer gilt: In der Theorie hört sich vieles einfach und verständlich an – in der Praxis hingegen sind oft Details, unternehmerisches und branchenspezifisches Hintergrundwissen entscheidend. Wann immer Sie sich unsicher sind, sollten Sie sich professionelle Unterstützung einholen. Kommen Sie im Zweifelsfall gerne auf uns zu und nehmen Sie unsere Beratungs- und Coaching-Angebote in Anspruch.

Ich bin mir sicher, Sie werden von diesem Expertentipp profitieren – egal, ob als selbstständige, angestellte oder angehende Kosmetikerin bzw. führende Angestellte im Bereich Wellness & Spa.

*Für den Fall, dass Sie später vielleicht zusätzlich zu unseren Abschlüssen vielleicht noch den Abschluss einer HWK/IHK erwerben möchten, sollten Sie sich diesen Expertentipp abspeichern. Dieser Inhalt könnte bei einer Prüfung der HWK/IHK abgefragt werden.*

Alle Expertentipps der Reihe „Prüfungswissen HWK/IHK“ finden Sie jederzeit unter: <https://elite-fernakademie.de/pruefungswissen>

Herzliche Grüße

Waltraud Böhme

**Unser Seminarangebot finden Sie unter**

<https://elite-fernakademie.de/seminare/>

**Und so erreichen Sie uns**

Telefon 08165 62441

Fax 08165 970 018

[w.boehme@elite-fernakademie.de](mailto:w.boehme@elite-fernakademie.de)

[www.elite-fernakademie.de](http://www.elite-fernakademie.de)

