

Wellness pur

Den Trend im Kosmetikinstitut nutzen

Wellness steht nach wie vor hoch im Kurs. Nicht nur Hotels erweitern ihr Beauty-Angebot um Wellnessbehandlungen, auch Kosmetikerinnen haben den Trend erkannt und ihr Institutsangebot entsprechend ergänzt.

Wellness steht für eine ganzheitliche Lebensphilosophie. Damit Wellness ein integrierter Bestandteil des Alltags werden kann, müssen wir erkennen, dass sie von zentraler Bedeutung für unseren heutigen Lebensstil ist. Dies setzt Eigenverantwortung für die körperliche, geistige und seelische Gesundheit voraus. Um als Kosmetikerin Ihren Kunden ein optimales Wellnessfeeling zu vermitteln, ist auch eigene Erfahrung wichtig. Haben Sie selbst schon einmal eine professionelle Wellness-

behandlung erlebt oder sich im Day Spa verwöhnen lassen? Als Erstes würde ich mir an Ihrer Stelle einige Wellnessbehandlungen gönnen, damit Sie dank des gewonnenen Erfahrungsschatzes aus dem Vollen schöpfen können, wenn Sie sich an Ihr eigenes Wellnesskonzept wagen.

Wellness bewusst erleben

Es geht hierbei nicht darum, bei Ihrer Mitbewerberin Berufsspionage zu betreiben, sondern um ein be-

wusstes Erlebnis, das Sie inspirieren soll und aus dem Sie positive und negative Auffälligkeiten sammeln können. Dies hilft Ihnen, sich von Beginn an möglichst erfolgreich im Markt zu präsentieren.

Nehmen wir an, Sie buchen eine Thalasso-Behandlung in einem Kosmetikinstitut, das keine Nasszone zur Verfügung hat, um die verschiedenen Behandlungsschritte optimal durchzuführen. Sie werden darüber enttäuscht sein, denn Ihre Erwartungen, die Sie an die Thalasso-Verwöhnbehandlung gestellt haben, wurden in einem ausschlaggebenden Punkt nicht erfüllt. Der Begriff »Thalasso« stammt aus dem Griechischen und bedeutet »das Meer«. Thalasso steht für kosmetische Gesichts- und Körperbehandlungen, welche Kosmetika mit zahlreichen Wirkstoffen aus dem Meer einsetzen, wie etwa eine Vielzahl an Algen mit ihren wertvollen Spurenelementen und Mineralstoffen, Meeressalz und -schlamm u.v.m. In der Imagination haben Sie sich auf eine Behandlung eingestellt, die Sie ans Meer entführt. Um eine authentische Thalasso-Behandlung anbieten zu können, sollte die Nasszone und wenn möglich sogar eine Badewan-



Foto: Blend Images

ne für das entspannende, remineralisierende und pflegende Algenbad vorhanden sein. Dass die Dekoration des Kosmetikstudios oder Day Spas, der persönliche Auftritt der Kosmetikerin, Hintergrundmusik und der Duft im Behandlungsraum auf das Treatment abgestimmt sein sollten, ist selbstverständlich. An dieser Stelle könnten Sie sich als Fachfrau fragen, wie denn eine Umgestaltung für aufeinander folgende, unterschiedliche Behandlungen in der Praxis zeitlich möglich ist. Wieso bieten Sie nicht wöchentlich wiederkehrende Behandlungsthemen

an? Diese zeitlich genau abgrenzbare und einplanbare Möglichkeit erleichtert Ihnen die Umgestaltung und Sie sind so in der Lage, Ihren Kunden stets ein abgerundetes Pflegeangebot zu präsentieren. Diese wiederum können sich wöchentlich auf eine neue, spannende Erlebniswelt in Ihrem Kosmetikinstitut freuen.

Um herauszufinden, welche Wellness-treatments für Ihre Kunden geeignet sind, kann z. B. ein Wellness-test eingesetzt werden (siehe Kasten). Dieser zeigt Ihnen, welcher Wellnessstyp Ihr Kunde ist. So erfah-

ren Sie mehr über Ihre Kundschaft, wenn es darum geht, Ihr Wellnessangebot für sie optimal zu gestalten, auszuweiten oder umzustellen. **KI**

Auf einen Blick

Autorin

Carmela L. Ramundo ist Geschäftsführerin der Leonessa AG, Zürich. Sie gibt Seminare zu Themen wie Marketing, Werbung, Verkauf.



Kontakt

info@leonessa.com, www.leonessa.com

Persönlicher WELLNESSTEST

Ein Wellness-test für Ihre Kunden – und wieso nicht auch für noch brachliegendes Kundenpotenzial – hilft, konkrete Antworten auf Ihre bisher noch offenen Fragen zu erhalten. Der vorliegende Test ist ein Vorschlag, den Sie als Ansporn zur Gestaltung eines eigenen Tests nutzen können. Zeigen Sie Ihrer Kundin und Ihrem Kunden, zu welchem Wellnessstyp er oder sie gehört und leiten Sie sie/ihn entsprechend an, mehr Selbstverantwortung für das eigene Wellnessfeeling zu übernehmen.

- Wie sieht Ihr Lieblingsfrühstück aus?
 - Eine Scheibe Brot mit Butter und Honig, eine Tasse Kaffee oder Tee
 - Nichts
 - Brötchen mit Käse, Milch und ein Apfel
 - Ein reichhaltiges Müsli
 - Naturjoghurt mit frischen Früchten und Nüssen
- Was unternehmen Sie an einem regnerischen, arbeitsfreien Tag?
 - Ich gehe ins Fitnesscenter und in die Sauna
 - Ich lege einen Saftkur-Tag ein
 - Ich besuche ein Lachseminar
 - Ich buche mir einen Termin bei der Kosmetikerin
 - Ich organisiere mit Familie oder Freunden einen Spielabend bei mir

- Sie hatten eine stressige Woche: Was tun Sie am Wochenende?
 - Einen Spaziergang im Wald
 - Ich plane eine Wellness-Party zu Hause oder im Wellness-Hotel
 - Ich koche ein nach Geschmackskreisen bestimmtes Menü, um meinen individuellen Geschmack voll zu genießen
 - Ich gehe mit meiner Freundin auf Shopping-Tour
 - Ich absolviere einen Wochenend-Tanzkurs
- Wo verbringen Sie Ihre Ferien?
 - Ich mache eine Wein-Degustations-Reise
 - In einem Wellness-Hotel in der Wärme
 - Ich gehe in der Natur zelten
 - Ich buche mir ein Club-Hotel mit hohem Unterhaltungswert
 - Ich verbringe die Ferien in einer Berghütte (Wandern/Skifahren)
- Welche Pflanzen bevorzugen Sie?
 - Obstbäume
 - Rosen
 - Lavendel
 - Kräuter
 - Was auf der Wiese wächst
- Worauf achten Sie als Erstes, wenn Sie jemanden kennenlernen?
 - Ausstrahlung und Sympathie

- Gespräche und Interessen
 - Körperhaltung
 - Erscheinung, Kleidung und Gesamteindruck
 - Körperduft
- Sie befinden sich in einem Einkaufscenter. Was wählen Sie?
 - Kleiderboutique
 - Sauna und Solarium
 - Italienisches Spezialitäten-Geschäft
 - Buch- und Musikladen
 - Sportfachgeschäft
 - An einem Sommerabend beim Grillen mit Freunden: Was bringen Sie mit?
 - Gurkensalat mit Dill und ein selbstgebackenes Brot
 - Nudelsalat und diverse Fleischplätzli
 - Kartoffelsalat (selber gemacht)
 - Himbeer-Tiramisu
 - Fleisch- und Gemüsespieße
 - Welches Hautpflegeprodukt wählen Sie?
 - Anti-Cellulite Creme
 - Orangenblüten Peeling
 - Biologische Gesichtsscreme
 - Spezifisch auf meine Haut abgestimmtes Wirkstoffkonzentrat
 - Algenpackung für den Körper



Auflösung mit Punktwertung:

1. A = ♪	2. A = ♪	3. A = ♪	4. A = ♪	5. A = ♪	6. A = ♪	7. A = ♪	8. A = ♪	9. A = ♪
B = ♪	B = ♪	B = ♪	B = ♪	B = ♪	B = ♪	B = ♪	B = ♪	B = ♪
C = ♪	C = ♪	C = ♪	C = ♪	C = ♪	C = ♪	C = ♪	C = ♪	C = ♪
D = ♪	D = ♪	D = ♪	D = ♪	D = ♪	D = ♪	D = ♪	D = ♪	D = ♪
E = ♪	E = ♪	E = ♪	E = ♪	E = ♪	E = ♪	E = ♪	E = ♪	E = ♪

Überwiegend ♪ ⇒ Körper
Überwiegend ♪ ⇒ Geist, Seele und Herz

Überwiegend ♪ ⇒ Ernährung
Überwiegend ♪ ⇒ Gesundheit

Überwiegend ♪ ⇒ Beauty

WELLNESSTYPEN

Wellnesstyp Körper

Der Wellnesstyp Körper bewegt sich gerne, treibt regelmäßig Sport und achtet bewusst auf den Organismus. Durch den Sport werden im Körper Stresshormone abgebaut und die innere Anspannung verschwindet. Das schafft einen Ausgleich zum anstrengenden Alltag. Man fühlt sich ausgeglichener, dynamisch und lebendig. Auch die Stimmung hebt sich, dank der körpereigenen Glücksbotenstoffe.

Als Kosmetikerin können Sie hier vitalisierende Behandlungen, z. B. Knetmassagen anbieten, die auch die Muskelgruppen mit einbeziehen.

Wellnesstyp Geist, Seele und Herz

Diesem Typ sind der Einklang des Körpers und der innere Friede sowie die Harmonie im eigenen sozialen Umfeld sehr wichtig. Viel wird über den Geist und die Seele wahrgenommen. Dieser Wellnesstyp hört auf die Stimme seines Herzens, spürt, riecht gerne und genießt stets bei vollem Bewusstsein. Stress und fehlendes Wohlbefinden werden mit Meditationstechniken und anderen entspannenden Wellnessaktivitäten abgebaut.

Dieser Wellnesstyp gönnt sich gern ein Sprudelbad, bucht Massagen, Saunabesuche oder eine Aromatherapie.



Foto: stockdisc

Wellnesstyp Ernährung

Dieser Wellnesstyp ernährt sich bewusst und sucht sich die Produkte nach bestimmten, ernährungsrelevanten Kriterien aus, z. B. um geschmacksintensiven Genuss zu erreichen. Auch ist er offen für neue Herausforderungen im Ernährungsbereich. Stichworte wie Vitalküche, Wellnessmenü und sensorisches Essen sind für ihn ein Ansporn und wecken seine Geschmacksneugierde.

Hier könnten Sie als Kosmetikerin z. B. Nahrungsergänzungsmittel anbieten, wenn sie diese in Ihrem Institut führen.

Wellnesstyp Gesundheit

Er achtet auf seine Gesundheit und betreibt Gesundheitsprävention, indem durchaus auch ein Gesundheitsurlaub im Jahr eingeplant wird. Der Wellnesstyp

Gesundheit liebt die gesunde Küche und bewegt sich sehr gerne vor allem in der Natur.

Wellness steht für ihn in direktem Zusammenhang mit dem Gesundheitsaspekt. Körperliche Fitness geht einher mit Wellnessbehandlungen, wie beispielsweise Ayurveda, Fussreflexzonen- und Entspannungsmassagen, aber auch Thermalbäder u.v.m.

Wellnesstyp Beauty

Der Wellnesstyp Beauty legt viel Wert auf eine gepflegte Erscheinung und einen ästhetischen Körper. Er sucht den Schönheitsaspekt in allen Lebensbereichen.

Um dieses Ideal zu verwirklichen, gönnt sich dieser Wellnesstyp gern mal ein wirkstoffhaltiges Luxusprodukt und öfters ein Beauty- und Wellness-Verwöhnprogramm in einem Schönheitscenter.