

Kleine Impuls-Börse

Klar verstehen Sie als Fußpfleger Ihr Handwerk. Dennoch lässt sich immer etwas von Kollegen lernen: Kleinigkeiten, die für Abwechslung sorgen oder den Erfolg steigern.

Alternativen zu etablierten Treatments, Tipps für mehr Umsatz oder Ideen für neue Snacks – auf vielen Gebieten kann man von Außenstehenden gute Anregungen bekommen. Ursula Maria Schneider beantwortet Kollegen-Fragen. Auch etwas für Sie dabei?

Ich bin Kosmetikerin und arbeite eng mit einer Kollegin zusammen,

die zwei Straßen weiter praktiziert. In Urlaubszeiten bedienen wir unsere Klientel immer gegenseitig. Vor Kurzem kam eine Kundin dieser Kollegin und erzählte von einer Honig-Fußmassage, die sie bei ihr erhalten hatte. Sie wollte sich über die Massage, die Wirk- und Einsatzweise des Honigs informieren, ich konnte ihr jedoch nicht recht helfen. Das Thema hat mich



Foto: Fotolia/tycoon101

aber neugierig gemacht. Und auch ich überlege nun, ein Honigritual ins Programm aufzunehmen. Was sollte ich dazu wissen?

Honigmassagen bieten eine gute Möglichkeit, wieder in Balance zu kommen. Eine entschlackende Honigmassage am Fuß harmonisiert die Aura, bringt den Energiefluss ins Gleichgewicht und wirkt gleichzeitig auf das Nerven- und Immunsystem. Sie lässt sich auch bei Beschwerden nutzen, z. B. Verspannungen, Erkrankungen der Gelenke, Verklebungen der Muskulatur, Durchblutungsstörungen, Migräne, Schlafstörungen, Erkältungen oder Cellulite. Die Leistungsfähigkeit und das Allgemeinbefinden lassen sich verbessern. Zur Vorbeugung und Immunkräftigung wird eine monatliche Honigmassage empfohlen. Ziel der Behandlung ist es, den Körper anzuregen sowie die Giftstoffe abzutransportieren und herauszuschwemmen, die jeder Mensch in sich trägt.

In Tibet und Russland wird das Wissen um diese Massage von einer Generation auf die nächste weitergegeben. Bei der russischen Form wird ausschließlich reiner Honig verwendet; bei der tibetischen Variante wird er in warme Buttermilch gerührt und mit ayurvedischen Kräutern angereichert. Obwohl die Honigmassage als klassische Rückenmassage bekannt ist, lässt sie sich auch an anderen Körperteilen umsetzen, z. B. an den Füßen.

Die wertvollen Inhaltsstoffe, die im Honig enthalten sind – etwa Mineralstoffe, Enzyme, Vitamine, Blütenpollen oder freie Aminosäuren – können während der Massage direkt von der Haut aufgenommen werden. Über die Reflexzonen der Füße wirkt diese Massage entspannend und harmonisierend auf sämtliche Organe. Somit wird der komplette Körper angeregt; er wird wieder ins Gleichgewicht gebracht. Das

Ergebnis: Alles ist im Fluss – die Energie kann sich bis in die Zehenspitzen entfalten.

Die Honigmassage darf allerdings nicht eingesetzt werden, wenn eine Honigallergie bekannt ist. Auch im Bereich von offenen Wunden, bei Tumorleiden oder in der Schwangerschaft ist sie tabu.

Passend zur Honigmassage lassen sich Pflegeprodukte mit Milch und Honig nutzen, die derzeit gerade im Trend liegen. Sie sind u. a. als Schaum- oder Cremevariante zu haben und speziell für die Füße konzipiert. Milch und Honig – das bietet Ihnen auch eine gute Werbegrundlage. Suchen Sie nach Ideen, die Attribute Stärke (Milch) und Süße (Honig) auch im Marketing miteinander zu verbinden und überraschen Sie Ihre Kunden mit dieser sehr gehaltvollen Kombination.

Als Kosmetikerin biete ich zusätzlich auch Pediküre an. Hier bin ich mit der Nachfrage zufrieden. Was mir allerdings gar nicht gelingt: meinen Fußkunden Produkte für die ergänzende Pflege daheim zu verkaufen. Ich kenne meine Präparate alle bis ins Detail. Ich weiß z. B. über Vorteile und Verarbeitungsweise Bescheid und habe in puncto Preise eine stimmige Argumentation. Dennoch klappt es nicht. Was mache ich falsch?

Mit Druck verkaufen – sozusagen auf „Teufel komm raus“ – hat noch nie funktioniert. Wenn ein Kunde in solch einer Situation etwas kauft, dann meist nur, weil er einfach nicht weiter genervt werden will. Aber nicht, weil er das angebotene Produkt wirklich braucht, geschweige denn haben will. Gehen Sie die Gelegenheit doch einmal von einer anderen Seite an.

■ Sammeln Sie im Laufe der Zeit, die der Kunde bei Ihnen verbringt, möglichst viele Informationen über ihn und vermerken Sie diese auch

Mehr Erfolgserlebnisse

Viele Kunden sind äußerst preisbewusst. Was können Sie tun, um sich und Ihre Dienstleistung für höhere Umsätze angemessen zu verkaufen und mehr Ware an der Verbraucher zu bringen? Das zeigt Ihnen



Oliver Schumacher in „Verkaufen in der Beauty-Branche“. (Kl. SHOP, Art.-Nr. 70678, 9,90 €)

auf Kärtchen oder in einer Datei.

■ Erfragen Sie in diesem Zusammenhang immer auch, welche Pflege der Kunde zu Hause benutzt und warum er diese anwendet.

■ Haken Sie nach: Wo und wie bewahrt er diese Produkte auf? Benutzt er sie auch unterwegs?

■ Was muss ein Produkt leisten, damit der Kunde es für sich als sinnvoll erachtet und auch kauft?

■ Wie viel Zeit verwendet der Kunde für seine Pflege und wann macht er das? Ist er z. B. ein Morgenmuffel, Spätaufsteher oder Nachtmensch?

■ Welche sind seine Lieblingsfarben und -düfte?

■ Gibt es Inhaltsstoffe, auf die er allergisch reagiert?

Versuchen Sie jetzt, alle Informationen zu bündeln und aus diesen ein „kleines Glückspaket“ zu schnüren, das individuell auf den Kunden abgestimmt ist. Und dann verkaufen Sie dem Kunden neben dem „Nutzen“ auch „Glück“. Jenseits des rationalen Nutzenangebotes eines Produktes erwartet der Kunde bei einem Kauf nämlich zumeist auch emotionale Befriedigung. Er will glücklich über die Neuanschaffung sein, Spaß haben und sein Glück



Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, Ihren Kunden Nüsse als kleinen Snack zwischendurch anzubieten? Interessant sind neben dem Geschmack auch deren Eigenschaften

Foto: Fotolia/Kitty

auch genießen. Um dem Kunden auf diese Weise optimal gerecht werden zu können, müssen Sie um seine geheimsten Wünsche und innersten Sehnsüchte wissen.

Zudem ist es wichtig, dass Sie als Verkäufer globale, von anderen ausgelöste Trends erkennen und sie positiv für Ihre Verkaufsgespräche nutzen. Was manchmal auch gut funktioniert: dem Kunden zu suggerieren, dass das Produkt wirklich toll ist, weil Sie es auch selber schon längere Zeit einsetzen und sehr gute Erfahrungen damit gemacht haben. In diesem Fall reicht es allerdings nicht zu kommunizieren: „Ich benutze das Produkt auch.“ Denn das bringt dem Kunden keinen Benefit. Wenn Sie aber auch den Grund/Nutzen nennen, kann das Angebot zum Lieblingsprodukt des Kunden avancieren.

Alle Kunden erhalten bei mir kleine Snacks und Getränke – sei es, um die Wartezeit zu versüßen oder im Rahmen von Massagepaketen. Bisher habe ich meist Obst oder Süßigkeiten angeboten. Nun möchte

ich gerne etwas anderes ausprobieren. Haben Sie eine Idee, was originell und zugleich gesund ist?

Obst und Getränke sind traditionelle Begleiter von Wellness-Treatments. Setzen Sie statt der süßen Komponente von Schokolade und anderen Leckereien doch einmal auf „Nussiges“ – gelegentlich auch in der salzigen Variante. Bieten Sie Ihren Kunden also eine Vielfalt an Nüssen an – z. B. unter dem Motto „Nuss für Nuss ein Genuss“. Servieren Sie die Nüsse in kleinen Holzschälchen oder auf einer Etage und informieren etwa mit kleinen Fähnchen, um welche Nüsse es sich handelt und was sie so wertvoll macht. So kann Fingerfood zu einer knusprigen Angelegenheit werden und auch für Gesprächsstoff sorgen. Reichen Sie dazu auf alle Fälle ein stilles Wasser. Welche Nüsse können Sie nun u. a. auswählen?

■ Paranüsse sind auch als Brasilnüsse bekannt und wachsen nicht nur im nordostbrasilianischen Bundesstaat Pará. Sie sind auch in anderen tropischen Regenwäldern Südamerikas zu finden und haben die

Form eines Halbmonds. Sie sind besonders reich an Eiweiß und Mineralien. Zwischen 15 und 40 Nüsse befinden sich in einer stacheligen Fruchtkapsel, die zwischen November und März vom wild wachsenden Yuviabaum fällt.

■ Macadamianüsse: Sie wurden 1857 von Ferdinand von Müller und Walter Hill im australischen Regenwald entdeckt. Diese benannten ihren Fund nach dem mit ihnen befreundeten Wissenschaftler John Macadam. Weitere Anbaugelände von Macadamianüssen sind Hawaii, Südafrika und einige Regionen in Nord- und Südamerika. Diese Nüsse zählen zu den feinsten, wohlschmeckendsten, aber auch zu den teuersten Varianten.

■ Walnüsse verfügen über einen leicht bitteren Geschmack und einen hohen Eiweißgehalt. Sie werden heute hauptsächlich aus Kalifornien und Chile importiert, sind jedoch auch im südlichen Europa verbreitet. Im Handel erhältlich sind getrocknete Walnüsse mit Schale und geschälte Nusskerne.

■ Haselnüsse: Als Früchte des Haselnussstrauchs werden sie in den Mittelmeerländern, der Türkei und den USA angebaut. Frische Haselnüsse sind innen weiß und ohne Hohlraum. Erhältlich sind sie in geriebener, gehackter oder gehobelter Form. Für ein optimales Aromaerlebnis empfiehlt es sich aber, die Kerne erst unmittelbar vor dem Verzehr zu zerkleinern.

■ Pekannüsse: Die Pekan- oder Hickorynuss ist ein enger Verwandter der Walnuss, obwohl die Schale eher an eine große Eichel erinnert. Ihr Kern ist etwas fester als der einer Walnuss. Diese Nüsse werden meist aus Australien, Brasilien und den USA importiert.

■ Cashewkerne: Die kleinen Früchte, die die Form einer Niere haben, kommen aus Indien, Brasilien, Indonesien und Argentinien. Sie ha-

ben eine extrem feste und ledrige Schale. Sie müssen mindestens zweimal erhitzt werden, damit man die Kerne aus der Ummantelung bekommt. Cashewkerne haben einen milden, leicht süßlichen Geschmack. Sie sind geröstet, gesalzen und unbehandelt erhältlich.

Praxistipp: Gesalzene Nüsse passen gut zu einem Salz-Treatment, z. B. zu einem Fußbad mit einem (duftenden) Badesalz oder einem Peeling auf Salzbasis. Aber Vorsicht: Salz kann die Haut austrocknen, daher bei trockener Fußhaut im Rahmen eines Peelings besser auf Zuckerbestandteile zurückgreifen.

Jeder Fußpflege geht bei mir ein Fußbad voraus. Letztens kam eine Kundin aus dem Wellness-Urlaub und erzählte mir, dass sie im Hotel eine Fußbedampfung als Alternative zum Fußbad kennengelernt hat. Das finde auch ich attraktiv. Hat eine Bedampfung den gleichen Effekt wie ein Fußbad? Und wie kann ich sie anbieten?

Kunden fordern immer häufiger neue, abwechslungsreiche und ef-

fektive Konzepte, die zum allgemeinen Fuß-Wohlbefinden beitragen. Insofern sind Sie mit einer Fußbedampfung auf dem richtigen Weg. Diese bereitet die Füße sanft auf die anschließende Pflege vor. Der warme Dampf lässt die Haut kaum aufquellen: Die Haut wird vor zu starkem Austrocknen geschützt, der Säureschutzmantel der Haut wird geschont. Das kann ein Vorteil für Diabetiker sein. Während die Füße bedampft werden, können Sie den Kunden zusätzlich auch mit einem Peeling und einer Maske versorgen. Angeboten werden für die Bedampfung verschiedene Geräte. Sie können sich z. B. auf Messen erkundigen und sich die Modelle vor Ort auch vorführen lassen. Allen Gerätetypen gemein ist, dass Dampf erzeugt wird. Je nach Gerät lässt sich dafür destilliertes Wasser (beugt Kalkbildung vor) oder Leitungswasser nutzen. Die Aufheizzeiten können sich individuell unterscheiden. Die Dampfmenngen lassen sich regulieren.

Um die Bedampfungswirkung weiter zu steigern, können dem Wasser-

dampf duftende, ätherische Öle oder Kräuter zugesetzt werden. Hierzu werden z. B. Kräutersäckchen oder Wattepaden, die mit einigen Tropfen ätherischen Öls getränkt sind, in ein Kräutersieb gelegt. Oder man tropft einige Tropfen Aromaöl auf einen Filzring, der sich an der Dampfaustrittsdüse befindet. Die im Dampf gelösten Wirkstoffe kondensieren dann auf der Fußhaut. Durch Inhalation gelangen sie auch bis in die Atmungsorgane.

Für eine Wellness-Bedampfung sollten Sie auf rein biologische Produkte zurückgreifen. Setzen Sie diese je nach individuellem Bedarf Ihrer Kunden ein. Einige Beispiele, was sich wofür eignet.

■ **Kalte Füße:** Rosmarin (reinigend, desinfizierend, durchblutungsfördernd und erwärmend)

■ **Schwitzende Füße:** Schafgarbe, (antiseptisch und adstringierend) sowie Salbei, (desinfizierend und schweißbildungsregulierend)

■ **Heiße Füße:** Zitronenmelisse, (erfrischend, entspannend, belebend) und Pfefferminze (belebend, kühlend und reinigend)

■ **Empfindliche/entzündete Fußhaut:** Thymian (antiseptisch, entgiftend und entzündungshemmend)

■ **Schmerzende Füße:** Kamille (reinigend, entzündungshemmend sowie entspannend)

■ **Wellness-Mischung:** Lindenblüten (entspannend, beruhigend und auch temperaturregulierend)

Eine Basisfußbedampfung kann bis zu zehn Minuten dauern und mit Preisen von fünf bis neun Euro veranschlagt werden. Wird bei der Fußbedampfung noch mit Aromaölen/Kräutern oder Ozon gearbeitet, können Sie einen Preis von bis zu 12 Euro verlangen. In Pflegepakete integriert brauchen Sie die Einzelleistungen nicht extra preislich zu verargumentieren. Eine Fußbedampfung sollte nicht länger als 15 Minuten dauern. *Ursula Maria Schneider*

Eine Fußbedampfung lässt sich mit pflanzlichen Zusätzen bereichern, z. B. mit ätherischen Ölen



Foto: Fotolia/Africa Studio