



SamtPFÖTCHEN

VERWÖHNPROGRAMM – Haben Sie schon mal darüber nachgedacht, Samt und Seide in Ihre Treatments miteinzubeziehen? Ursula Maria Schneider zeigt Ihnen, wie Sie mit diesen edlen Stoffen eine Luxusanwendung erschaffen.

Fantasievolle und ideenreiche Treatments sind nicht nur für Ihre Kunden, sondern auch für Sie persönlich ein großer Gewinn. Es sorgt für Abwechslung im Institutsalltag, hin und wieder Neues auszuprobieren. Mit den feinen Stoffen Samt und Seide lassen sich ganz tolle Behandlungen gestalten. Probieren Sie es aus und sprechen Sie damit vor allem eine Zielgruppe an, die Luxus liebt.

Luxus ist das feine „Mehr“ des Lebens. Er ist etwas, womit man sich von denen, die sich keinen Luxus leisten können, unterscheiden und abheben möchte. Schnüren Sie Ihr persönliches Luxus-Pflege-Paket mit edlen und außergewöhnlichen Produkten.

Entwickeln Sie Ideen für eine Zielgruppe, die das „Mehr“ liebt und gerne bereit ist, es zu honorieren. Standardbehandlungen werden da-

durch für Sie zum Fremdwort und Sie können sich von Ihrer Konkurrenz abheben.

Luxusstoff Samt

Samt ist ein Stoff, der durch ein besonderes Webverfahren hergestellt wird. Bei der Herstellung dieses Gewebes wird ein zweiter Schuss- oder Kettfaden eingearbeitet.

FEDERLEICHTE KALKULATION

Dieses exklusive Programm trägt einzig und allein Ihre Handschrift und muss auch in der Preisgestaltung entsprechend hoch angesiedelt sein. Rechnen Sie mit 1,00–1,20 € pro Minute. Bei einer Dauer von ca. 40 Minuten bewegt sich der Preis zwischen 40,00 und 48,00 €. Im Preis inkludiert sollte ein Produkt-Give-away sein, das gleichzeitig auch Erinnerungscharakter für die Kundin hat.

Dieser Faden bildet Schlaufen (Flotungen), welche auf der rechten Wareenseite den charakteristischen Faserflor ergeben, nachdem sie aufgeschnitten worden sind.

Samt ist weich, wirkt edel und ist geschmeidig. Ein wunderbares Material, das in die Deko eingebunden werden kann, z.B. auch als Überwurf über die Liege.

Passende Samtpuschen können die Füße nach einer Maske wohlig warm umfassen wobei die Wirkstoffe durch die Wärme tief in der Haut gespeichert werden. Ein kleines Luxusdepot für die Füße Ihrer Kunden. Wählen Sie für ein sommerliches Treatment einen leichten und hellen Samtstoff. Farben wie Creme, Mint, Apricot oder ein helles Gelb bieten hier schöne Farbabstufungen.

Seide ist eine feine Textilfaser, die aus den Kokons der Seidenraupe, der Lar-

ve des Seidenspinners, gewonnen wird. Sie ist die einzige in der Natur vorkommende textile Endlosfaser. Ursprünglich kommt sie wohl aus China und war eine wichtige Handelsware, die über die Seidenstraße nach Europa transportiert wurde; auch heute wird der Hauptanteil in China produziert, Japan und Indien sind weitere wichtige Erzeugerländer.

Die Qualität der Seide hängt unter anderem von ihrem Gewicht ab. Eine Momme (altasiatische Maßeinheit) beträgt ca. 4,306 g pro qm. Die Seide wird häufig mit der Bezeichnung Pongé angeboten. Einer Momme entspricht eine Pongé.

Seide besteht aus Fibroin (Fadenprotein) und einer Hülle aus Sericin (Seidenbast), ein Eiweißkörper mit schützenden und anhaftenden Eigenschaften. Sericin ist mit seinen filmbildenden Eigenschaften in der Kosmetik zu Hause.

Das Ergebnis von Sericin in Pflegeprodukten kann sich sehen lassen. Die Haut wird geglättet, geschützt und die Hautbarriere unterstützt. Zusätzliche feuchtigkeitsspendende Eigenschaften und eine gute Verträglichkeit machen diesen Wirkstoff zu einem Must-have in der Luxuspflege.

Platzieren Sie Seide auch in Ihrer Eventpflege in Form von Seidentüchern und Seidenblumen (z.B. Lilien oder Orchideen)



VORTRAG

Nicht verpassen: Der Vortrag **„Das Diabetische Fußsyndrom – Ursache, Folgen und Behandlungsmöglichkeiten“** findet am 24. April von 10:45 bis 11:00 Uhr im Rahmen des 6. Podologie Kongresses auf der BEAUTY FORUM LEIPZIG statt. Mehr Infos gibt es unter www.beauty-fairs.de/leipzig

„Seiden-Ritual“-Treatment für die Füße

Zunächst einmal sollten Sie ein schönes, einladendes Ambiente schaffen, in dem der Kunde sich wohlfühlt. Hier können Sie sehr schön mit Samt und

RUCK[®]
FÜR FUSS UND PFLEGE

DIE NEUE ÄSTHETIK FÜR IHRE PRAXIS

Erleben Sie das völlig neue Praxismöbelkonzept von RUCK. Konsequenterweise von RUCK-Spezialisten konzipiert, entwickelt und auch produziert. Lassen Sie sich inspirieren und begegnen Sie jetzt der neuen Einrichtungsserie von RUCK – auf der GUT ZU FUSS in Stuttgart oder unter www.hellmut-ruck.de





Dieses besondere Treatment wird Ihren Kunden in Erinnerung bleiben.



Download-Tipp: Auch eine Fußmassage ist Luxus für die Füße Ihrer Kunden. In unserem Themenportal verraten wir Ihnen, wie Sie tolle Öl-Mixturen mischen können.
www.beauty-forum.com/themenportal

Seide dekorieren. Eine gewisse Leichtigkeit vermitteln gerade im Frühjahr die Farben Rosa, Flieder und Mint.

Begrüßung: Begrüßen Sie Ihren Kunden höflich und gleichermaßen herzlich und stimmen Sie ihn auf sein Luxus-Pflegeprogramm ein. Hierzu haben Sie den Tisch gedeckt und die Produkte, die Sie für das Ritual benötigen, in Schälchen angerichtet.

Der Kunde darf die Produkte dann kennenlernen, d.h. sich am Duft, der Konsistenz und der Farbe erquicken. Nachdem er alles gesehen hat, halten Sie für ihn eine Seidenserviette bereit. Dann kann es losgehen in dieses prickelnde Vergnügen, z.B. mit einem Aperitif und einem Champagnerfußbad, das Sie für den Kunden in einer Klangschale angerichtet haben. Danach werden die Füße von leichtem Samt umfangen und der Kunde wird umgesetzt.

Seidige Berührung: Nachdem der Kunde auf dem komfortablen Stuhl Platz genommen hat und Sie diesen in Liegeposition gebracht haben, wird leise Musik wahrnehmbar.

Mit einem mit Duft beträufelten Seidentuch, das Sie vorbereitet haben, beginnen Sie eine seidige Aromazeremonie. Hierzu schwenken Sie das Tuch einige Male über dem Gesicht des Kunden, wobei dieses nicht berührt wird. Der Kunde nimmt den Duft wahr und stimmt sich gedanklich auf die leichte Berührung ein. Dann gehen Sie weiter

zu den Füßen und wiederholen hier die wellenartigen Bewegungen, die Füße und Beine wie ein Wind umspielen. Dann legen Sie das Tuch auf dem Solarplexus ab, legen die Hände des Kunden darauf und umschlingen sie mit dem Tuch.

Nun geht es zu den Füßen. Hier verwenden Sie für die Massage möglichst weiche, milchige, sahnige, duftige und sanfte Produkte, die auch aufgrund ihrer Konsistenz gut mischbar sind. Ein Cremepeeling mit Perlenextrakten, die als Peelingkörper wirken, löst zunächst in kreisförmigen Bewegungen die Hautschüppchen, hierbei sollten auch der Fußrücken und das Längs- und Quergewölbe mit einbezogen werden.

Die eigentliche Fußmassage wird mit vier verschiedenen Seidenfächerpinseln (zwei große für den Beinbereich, zwei kleine für den Fußbereich) und Reisöl durchgeführt. Hierbei werden die Pinsel in unterschiedlichen Rhythmen entlang der Yin- und Yang-Zonen geführt und kommen dann an der Fußsohle zum Ende.

Ein Seidenkonzentrat in Ampullenform maskiert die Füße anschließend seidenweich.

Dann folgt ein Seidentonikum, mit dem Füße und Beine erfrischt werden. Dieses kann auch auf die Hände aufgetragen werden, die bisher sanft in Seide verpackt waren. Abschließend binden Sie die Füße in eine schöne

Seidenschleife und unterstreichen noch einmal die Wertigkeit.

Exklusive Werbung

Sinnliche Wortspiele passen wunderbar zu diesem Treatment. Dadurch wecken Sie die Neugierde Ihrer Kunden. Bewerben Sie diese besondere Behandlung z.B. mit Ausdrücken wie:

- sinnliche Wahrnehmung
- luxuriöse Verpackung
- traumhafte Veredlung
- außergewöhnliches Erlebnis
- glamouröse Erscheinung

Geben Sie auch nicht zu viel preis, dann ist der Überraschungseffekt größer. Die Aufmachung der Werbung sollte einen luxuriösen Charakter haben, vielleicht sogar mit einem dezenten Duft versehen sein. Dann erreicht sie Ihre Kunden als „exklusive Duftpost“. Ein Gold- oder Silbertaler aus Schokolade oder einzelne kleine Perlen oder Herzen im Umschlag verleihen der Werbung einen besonderen Touch. □



URSULA MARIA SCHNEIDER

Die Inhaberin von „Drehpunkt Fuß“ bietet Ausbildungen für Fußmassagetechniken an und entwickelt Konzepte für gesunde Schritte. Des Weiteren schreibt sie für Fachmagazine, berät Firmen und referiert auf Messen.