



Saison-Geschäft

Im Fußmarsch durch die einzelnen Jahreszeiten



Winter oder Sommer, Frühling oder Herbst – in jedem Fall gilt: wechselndes Klima, andere Hautbedürfnisse. Daher wollen auch Füße mehr als eine „Einheitsbehandlung“. Lassen Sie den Kunden zu jeder Saison voll aufblühen!

Planen Sie zunächst, wann Sie mit den besonderen Jahreszeiten-Angeboten für die Füße starten wollen. Grundsätzlich können Sie zu jeder Saison damit beginnen. Aber der Jahresanfang ist immer ein guter Aufhänger für etwas Neues. Daher könnten Sie also gleich mit einem auf den Winter zugeschnittenen Special loslegen. Damit der Kunde Ihre speziellen Aktionen wirklich wahrnimmt und sich in Ihrem Institut auch in der jeweiligen Jahreszeit wiederfindet, sollten Sie ihn mit der passenden Dekoration auf das Treatment einstimmen. Hierfür sollten Sie rechtzeitig die erforderlichen Materialien bei Ihren Lieferanten bestellen, mit denen Sie z. B. Ihre Räume schmücken, die jeweiligen Pflegeprodukte attraktiv drapieren und evtl. auch Ihre Broschüren verzieren. Für ein Mailing können Sie Briefpapier verwenden, das farblich zur Jahreszeit passt. Denken Sie auch an geeignete Dufterlebnisse, für die Sie mit saisontypischen Aromaölen (Duftlampe) sorgen können.

Die Zeit erschnuppern

Wählen Sie für den Winter Zimt, Nelke, Orange, Weihrauch, Wacholder, Zypresse und mit Wintergrün angereicherte Düfte. Im Frühjahr bieten sich Grapefruit, Bergamotte, Lemongrass oder Zitrone an. Den Sommer können Sie mit Düften aus Grapefruit, Pfefferminze, Cassia-Zimt oder Blutorange begleiten. Und im Herbst freuen sich Ihre Kunden darauf, von Lavendel, Abies, Rosen-

holz, Melisse oder Anis umschmeichelt zu werden. Achten Sie neben der Innenraumdekoration auch auf das Schaufenster. Dekorationstipps finden Sie im Kasten auf der folgenden Seite 66. Aber wie kreieren Sie nun Ihr Programm? Bevor Sie Produkte und einzelne Behandlungselemente auswählen, sollten Sie erst einmal in sich gehen: Durchleben und erspüren Sie jede Jahreszeit intensiv. Notieren Sie die Besonderheiten, die Sie dann in die Gestaltung einfließen lassen können.

Frostiges Ambiente

■ Im Winter dominieren dunkle Tage und lange Nächte. Der Winter-Blues ist daher bei vielen ein stiller Begleiter. Wir bewegen uns weniger und langsamer. Die Durchblutung ist gedrosselt, die Haut wird trocken. Daher sind reichhaltige Pflegepakete gefragt, die die Füße z. B. auf Basis von Harnstoff oder Hyaluronsäure regenerieren. Kuschelig ist es, wenn mollige Spezialsocken das Treatment ergänzen, das die Seele mit Sinneserlebnissen beflügeln sollte. Aromafußbäder etwa heben die Stimmung, wie auch duftende Paraffinbäder und wirkstoffintensive Packungen und Masken. Bei deren Einwirkzeit kann der Kunde in warmen „Puschen“ auftanken. Konkretere Aussichten gefällig? Gibt's, z. B. mit dem Special „Wintertraum – Füße vorm Kamin“: Empfangen Sie Ihren Kunden mit einer lauwarmen Schokolade in einer XXL-Tasse – ein Wärmespende für Leib und Seele. Dann werden die

Füße sanft gepeelt, Verhornungen werden entfernt, bevor es ins rote Energie-Farbfußbad geht. Dieses wärmt die Füße über die Reflexzonen. Eine Ingwer-Maske versorgt die Haut anschließend mit durchblutungsfördernden Wirkstoffen. Mit einem Paraffinbad wird es dann noch wärmer, was besonders Kunden mit kalten Füßen erfreut. Bieten Sie in dieser Wellness-Pause dunkle Schokolade mit Chili oder rosa Pfeffer an, dann wird's von innen heiß. Eine feurige Abschlussmassage mit schnellen und festen Griffen rundet dieses Wärmepaket ab (Dauer: 40 Minuten; möglicher Preis: 35 €). Nutzen Sie als Wirkstoff z. B. auch Capsaicin. Es reizt die Wärme- und Schmerzrezeptoren der Haut, wodurch sich eine angenehme Wärme ausbreitet. „Nie mehr kalte Füße“ – das wünscht sich der Kunde natürlich auch daheim. Empfehlen Sie ihm daher eine wirkstoffreiche, wärmende Fußcreme, die der Kunde auch als Packung verwenden kann. Entsprechende Verkaufsware sollten Sie bereithalten. Anbieten können Sie zudem u. a. auch Schuhkompressen, in deren Sohle ein Kräutermix eingearbeitet ist. Diese kann der Kunde daheim leicht selbst in der Mikrowelle erwärmen. Diese „Hot Boots“ genießt der Kunde übrigens auch gern in der Ruhephase nach der Behandlung. Ein kleines Tee-Sortiment, z. B. die Feuer-Mischung „Ingwer/Zitrone“, zusammen mit formschönen Teegläsern, könnten Ihr Sortiment ebenfalls sinnvoll ergänzen und als guter Aufhänger für Ihr Verkaufsgespräch dienen.

Ende der Winterruhe

■ Im Frühling erwacht die Natur aus ihrem Winterschlaf. Die triste Stimmung weicht farbenfrohen Momenten: Zeit, die Füße endlich aus den dicken Wintersocken und -stiefeln zu befreien. Der Kunde schätzt

Anregungen für die Dekoration

Im Frühjahr:

Für Mailings und die Institutsdekoration eignen sich frische Farben wie Rosa und Grün. Dazu harmonisieren leichte Organza-Stoffe, Blumen und einzelne Blüten, kleine Kunstrasenflächen zur Produkt-Präsentation sowie farblich abgestimmte Geschenktüten, Schleifen und Bänder.

Im Sommer:

Es wird warm – auch bei den Farben: mit Gelb, Orange, Blau, Sand- oder leichten Grüntönen. Sommer- und Strandmotive sind jetzt passend: z. B. Liegestuhl, Luftmatratze, Mini-Swimming-Pool, Flip-Flops, Sandalen sowie bunte Lacke und Nail Art-Motive – etwa auf Plakaten, im Schaufenster oder im Innenraum.

Im Herbst:

Erdtöne, z. B. verschiedene Schlamme- und Brauntöne, Rot- und Orangetöne in diversen Abstufungen mit Gelbanteilen, sind nun passend. Deko-Gegenstände: bunte Herbstblätter, Flugdrachen, Kastanien, Kürbisse, geschnitzte Kürbisleuchten, Äpfel oder Körbe (für Ware).

Im Winter:

Kalte Farben wie Blau, Weiß, Grau – mit einem Tupfen Rot kombiniert – sind angesagt. Sie können Eiskristalle, Samtstoffe, Schlitten, Schlittschuhe, selbst gestrickte Strümpfe, pfiffige Handschuhe, künstlichen Schnee, goldene Bilderrahmen zur Produkt-Präsentation sowie transparente oder weiße Tüten nutzen.



Fotos: Kudryashka

jetzt erfrischende Fußbäder mit duftenden Komponenten und vitaminreiche Pflegepräparate, die der Haut etwa mit den Vitaminen E und F neue Power geben. Motivieren Sie die Kunden dazu, öfter mal aus den Socken zu schlüpfen und an der frischen Luft zu „füßeln“. Fußgymnastik mit Igel- oder Thera-Bällen, die Kunden auch zu Hause durchführen, stimulieren das Frühlingserwachen und sorgen für Mobilität.

Laden Sie die Kunden zu einem „Frühlingsspaziergang“ in Ihr Institut ein. Entrée: ein erfrischendes Fußbad aus duftender frischer Pfefferminze mit einer Sahnehaube. Nach der Fußpflege geht's dann ins „Grüne“: ein wohliges Pfefferminz-Paraffinbad, das der Kunde bei Vogelgezwitscher (z. B. auch per CD) genießen darf. Nachdem das Paraffin abgerollt ist, werden die Füße mit gekühltem Pfefferminzöl massiert. Dann sind die Nägel dran, die mit zartem Lack verschönert werden. Wenn der Kunde keine Farbe auf

den Nägeln mag, kann alternativ ein Transparent-Lack angeboten werden. Eine kleine Nail Art-Kreation an den beiden großen Zehennägeln, z. B. kleine Pfefferminzblättchen mit Strass-Steinen, setzt Akzente. Abschließend kann man die Nägel mit einem Schnelltrocknungslack besprühen. Ein angenehm gekühltes Mineralwasser mit Zitrone oder ein warmer Pfefferminztee runden diese Power-Behandlung ab (Dauer: 80 Minuten, möglicher Preis: 55 €).

Freuden des Sommers

■ Strahlend blauer Himmel, glitzerndes Sonnenlicht und tiefblaues Meer – das verbinden wir mit Sommer. Die Stimmung ist perfekt, wenn die Füße von feinem, warmem Sand ummantelt werden. Die feinen Sandkörnchen wirken wie ein Peeling und massieren die Fußsohlen leicht. Wie schön ist es doch, mit den Fußspitzen Linien zu ziehen und

Spuren im Sand zu hinterlassen. Gefühle, die Sie auch im Institut wecken können. Gut ankommen kühle Fußbäder, Eismürfelmassagen für Füße und Beine oder Eisgele, die unter bzw. über die Pflegeprodukte aufgetragen werden können. Leichte Lotions mit Glimmerpartikeln rücken Füße und Beine ins Rampenlicht und sorgen auch auf dem Dekolleté für Glanz.

Trendige Nagellacke, witzige Zehenringe oder ein dekoratives Perlenband, das das Fußgelenk schmückt – darauf haben die Kunden jetzt Lust. Machen Sie die Füße fit für modische Sandalen und den „Sommer-Laufsteg“, z. B. unter dem Motto „Fresh Feet“. Öffnen Sie eine 0,25 Liter-Prosecco-Flasche, gießen die Hälfte in angenehm kühles Badewasser und reichern dies mit frischen Minzblättchen an. Den Rest füllen Sie in eine Sektsflöte. Der Kunde darf nippen, während Sie beim Fußbad die Unterschenkel bis hoch zum Knie mit einem küh-

lenden Minzgel massieren. Es folgt die klassische Pediküre, die mit einer Eiskugelmassage endet. Verwenden können Sie hierfür ein Fußgel auf Minzbasis, das Sie mit vorbereiteten Eiskugeln (Eiswürfel in Kugelform) kombinieren, um damit eine aktivierende Fuß- und Beinmassage durchzuführen. Das restliche Gel können Sie Ihrem Kunden mit nach Hause geben, damit er Füße und Beine immer wieder erfrischen und pflegen kann (Dauer: 30 Minuten, möglicher Preis: 27 €). Geben Sie Ihrer Klientel auch Frischetipps für daheim oder den Urlaub mit auf den Weg: Dazu gehört es, so oft wie möglich barfuß zu laufen. Werden offene Schuhe getragen, sollte man die Absatzhöhe immer wieder einmal wechseln. Bei geschlossenen Schuhen kann man die Füße mit kühlen Sprays erfrischen. Beim Sonnen niemals zu vergessen: Auch die Füße eincremen, speziell die Fußsohlen! Die Fußhaut benötigt viel Feuchtigkeit. Hier können Sie u. a. auf Präparate mit Olivenöl setzen. Machen Sie Vorschläge für eine schicke Lackierung der Nägel und geben den Kunden auch eine step by step-Anleitung mit Bildern mit nach Hause.

Wenn die Blätter fallen

■ Im goldenen Herbst müssen die Füße zurück in den Schuh. Durch lange Strandspaziergänge im Sommer, Meerwasser und ausgiebiges Sonnenbaden ist die Fußhaut extrem trocken. Häufig zeigen sich Verhornungen oder sogar Schrunden. Die Nägel können durch häufiges Lackieren leicht verfärbt und stumpf sein. Es geht jetzt daher u. a. darum, Feuchtigkeit zuzuführen, z. B. auf Basis von Aloe Vera. Passend sind lauwarmer Fußbäder mit einem anschließenden Meeressalz-Peeling. Als Tagespflege empfiehlt sich bei Problemhaut eine

Schrundenpflege. Nachts kann z. B. eine Lavendel-Fußmaske gut tun. Gönnen Sie den Nägeln eine Auszeit ohne Lackierung und pflegen Sie sie mit hochwertigen Ölen. **Behandlungs-Tipp für „kernige“ Füße:** „Vino-Perle“. Edel geht es los mit einem Bad in Bade-Caviar. Kleine Urea-Miniperlen, die mit Traubenkernextrakt und rückfettenden Substanzen angereichert sind, bilden hier die Basis. Frisch gemahlene Traubenkerne als Peeling – mit Traubenkernöl gemischt – machen verhornte Fersen samtweich. Eine anschließende Fuß- und Beinmassage mit warmer Sheabutter lässt müde Füße streichelzart werden. Als fruchtiges Extra gibt es einen frisch gepressten Traubensaft oder Trauben aus der Glasschale (Dauer: 30 Minuten, möglicher Preis: 29 €). Die Kraft, die in Trauben steckt, ist enorm. Entsprechende Pflegepräparate enthalten spezielle Antioxidantien: Polyphenole, die als sekundärer Pflanzenstoff aus Schalen und Kernen der Weintraube gewonnen werden. Der derzeit stärkste Radikalfänger ist das OPC (Oligomeres Procyanidin), das sich u. a. in blauen bzw. roten Früchten findet. Gute Empfehlungen für die Kunden: Füße morgens und abends regelmäßig eincremen. Masken und Packungen sind auch in dieser Jahreszeit willkommene Begleiter. Viel Bewegung an der frischen Luft macht müde Füße munter und fördert die Durchblutung. Schaffen Sie Event-Charakter und reisen mit Ihren Kunden gemeinsam in die verschiedenen Jahreszeiten. Je origineller, desto besser. Denn Kunden sprechen über ausgefallene Ideen. Bieten Sie pro Saison ein bis zwei zugeschnittene Spezialprogramme an und koppeln das mit einer Verlosung. An ihr dürfen all diejenigen Kunden teilnehmen, die das Spezial-Angebot genutzt haben. In diesem Zusammenhang

können Sie auch eine Kundenbefragung durchführen. Bereiten Sie einen Fragebogen vor, den der Kunde mit dem Gewinnschein mit abgeben kann. Das hilft Ihnen, Dinge zu verbessern, und kann Ihnen neue Ideen liefern. Erfragen Sie auf alle Fälle den Grad der „Kundenbegeisterung“ und bieten hierfür eine Bewertungsskala von 1 bis 5 an. Ergänzen Sie Ihre Pakete um saisonale Extras. Verschenken Sie als (handschriftliches) Dankeschön z. B. eine Ansichtskarte mit einem hübschen Jahreszeiten-Motiv.

Der Gewinner ist ...

Am Ende jeder Saison findet dann die Verlosung statt. Als Preis sollten Sie sich etwas Besonderes ausdenken – z. B. in Kooperation mit einem Reisebüro, einem Blumenladen, einem Optiker oder einem Obsthändler. Dann könnten Sie folgende Saison-Gewinne ausloben:

- einen Winter-Wellness-Tag bei Ihnen mit kuscheligen Angeboten
- einen frühlingshaften Blumenstrauß für farbige Wohlfühlmomente zu Hause
- einen Gutschein für ein Paar Sommersandalen – Rüstzeug für den nächsten Urlaub
- einen kleinen Karton mit leckerem Traubensaft

Zu den Preisen können Sie dann gleich eine Broschüre mit den nächsten Saison-Specials überreichen. ■

Autorin

Ursula Maria Schneider

Die Wellness-Beraterin (IHK) und Entspannungstrainerin beschäftigt sich seit 1996 intensiv mit der professionellen Fußpflege. Die Inhaberin des Drehpunkt Fuß entwickelt Konzepte für gesunde Schritte. Zudem arbeitet sie als Fachautorin.



Kontakt

ursula.maria.schneider@t-online.de