

Flaute in der Praxis, weil die Kunden sich am Strand den Wind um die Nase wehen lassen? Dann pusten Sie gegen! Auch bei anderen Problemen. Ursula Maria Schneider gibt Tipps.



Foto: Fotolia/Jonas Glaubitz

Tücken des Alltags

Der Kunde zeigt sich beratungsresistent – egal wie Sie's angehen? Dann sollten Sie sich keinesfalls aus der Fassung bringen lassen. Denn so geht es nicht nur Ihnen. Hinder- und Ärgernisse sowie Probleme machen auch Kollegen zu schaffen, wie die folgenden Fragen zeigen. Verändern Sie einfach Ihre Perspektive. Daraus können neue Ideen erwachsen.

In den Sommermonaten wird es in der Fußpflege bei mir immer etwas ruhiger. Viele Kunden sind in Ur-

laub, dennoch muss mein Geschäft weiterlaufen. Welche Behandlungen kann ich zu dieser Zeit besonders anbieten und damit vielleicht auch neue Kunden anlocken?

„Sommerhoch statt Sommerloch“ lautet die Devise. Jetzt haben die Füße und Beine Hochsaison und für Sie gibt es vom Oberschenkel bis zu den Zehenspitzen jede Menge Arbeit. Wenn Sie mit Ihrer Praxis auch eine kosmetische Ausrichtung haben, können Sie Cellulite-Behandlungen anbieten, aber auf alle Fälle auch Depilationen – z. B. inklusive

der Bikini-Zone. Fruchtbare Wachsnoten wie Melone, Zitrone oder Vanille versprühen dabei Urlaubsflair. Erfrischende, kühlende Sommermassagen – etwa mit Pfefferminzöl oder Eiswürfeln – können müde Beine und Füße in Schwung bringen. Versuchen Sie, im Sommer vor allem auch die jüngere Klientel für sich zu gewinnen, z. B. mit Hautbemalungen, Body-Tattoos, dem Verkauf von Glitzer- oder Bräunungs-sprays oder mit angesagten Lackierungen der Zehennägel – seien sie lufttrocknend oder lighthärtend.

Auch ein Zusatzsortiment an Fußschmuck und Zehenringen, trendigen Sandalen und Flip-Flops kann Ihr Sommerangebot abrunden. Am besten stellen Sie Ihre Sommerleistungen in einer kleinen Broschüre vor, in der Sie auch die Preise angeben. Dann können insbesondere auch Teenies besser kalkulieren. Natürlich sollten Sie Ihren Kunden vor dem Urlaub auch kleine Reisesets mit Produkten anbieten.

Jeder Fußpflege geht bei mir ein Fußbad voraus. Leider mache ich in letzter Zeit immer häufiger die Erfahrung, dass Kunden dieses gern umgehen möchten. Ich bekomme zu hören, dass die Füße bereits zu Hause gebadet wurden, was oft nicht zu stimmen scheint. Wie kann ich Kunden zum Fußbad erziehen?

Das Fußbad ist wirklich Pflicht. Auch aus Ihrer Perspektive. Schließlich können Füße, die über Stunden in Strümpfen und Schuhen gesteckt haben, schon einmal unangenehm riechen. Für den Kunden hat das Fußbad ebenfalls Vorzüge. Es bietet einen entspannenden Einstieg in die Fußpflege. Im Winter wird die Haut erwärmt und die Durchblutung gefördert; im Sommer werden schwitzende Füße mit einem entsprechenden Badezusatz erfrischt. Müde Füße werden wieder mobil. Kommunizieren Sie diesen Nutzen. Gehen Sie aber auch darauf ein, dass Sie sich einen respektvollen Umgang miteinander wünschen. Dazu gehört auch die Hygiene. Neue Lust auf ein Fußbad können Sie mit Besonderheiten wecken:

■ Ein Lichtfußbad ist schön in den Abendstunden. Legen Sie z. B. eine Blumenlichterkette um die Fußbadewanne, dunkeln den Raum ab und zünden eine Kerze an – eine außergewöhnliche Stimmung.

■ Beim Colour Energy-Fußbad, für das es spezielle Zusätze gibt, vereinigen Sie Wasser und die jeweilige

Wunschfarbe des Kunden zu einem energiereichen Bad, das Kraft und Vitalität verleiht. Erklären Sie dabei die Bedeutung der Farben.

■ Das Themen-Fußbad sollte immer zur angebotenen Massage passen. Das kann ein Muschelfußbad, eine ayurvedische Fußwaschung oder ein Musikfußbad in einer Klangschale sein. Auf diese Weise werben Sie automatisch auch für andere Treatments Ihres Angebots.

■ Fußbedampfung: Überraschen Sie Ihre Kunden mit dieser besonderen Reinigungsform, die man sonst eher aus der Gesichtsbehandlung kennt. Auch mit ihr lässt sich die Fußhaut auf das weitere Treatment vorbereiten. Einige überzeugende Argumente: Nägel und Horn-

haut erweichen, ohne dabei aufzuquellen. Die Methode ist sehr hygienisch, da kein direkter Hautkontakt entsteht. Die Anwendung ist für den Kunden sehr bequem.

Alle Fußbäder sollten eine Dauer von rund zehn Minuten haben. Dabei sollte das Wasser angenehm temperiert sein. Bei Diabetikern gilt: die Zeit reduzieren und penibel auf die Wassertemperaturen achten.

Viele Kunden lassen sich übrigens auch wegen der leckeren Zusätze vom Fußbad überzeugen. Wenn sie sich die Wirkstoff-Zusätze selbst aussuchen können, kommt das gut an. Auch mit ätherischen Ölen können Sie punkten. Was passt hier individuell? Bei kalten Füßen eignen sich z. B. Rosmarin und Wacholder,

Wer hat Rezepte für mich?

Ich habe ein Kosmetikstudio mit einer angeschlossenen Fußpflege-Praxis, in der ich meine Kunden ebenfalls selbst behandle. Zum Portfolio meiner Verkaufsprodukte gehört auch eine eigene „Private Label“-Linie, mit der meine Kunden sehr zufrieden sind. Im Rahmen von Fußpflege-Behandlungen richte ich auch viele Präparate für meine Kunden frisch an, z. B. Peelings oder Zusätze für das Fußbad. Haben Sie eine Idee für ein weiteres, sommerliches Fußpflegeprodukt, das ich selber mischen kann?

Herzlichen Glückwunsch zu dieser „exklusiven Bedienung“ Ihrer Kunden! Hier ein weiterer Tipp für ein Mittel, das Kundenfüße erfrischt. Bieten Sie ein „Fuß-Fresh-Deo“ in Form einer Schüttellotion. Für die Wasserphase benötigen Sie 5 g Farnesol (Deowirkstoff), 70 g Hamameliswasser, 30 Tr. Salbeiextrakt, 1 EL Talkum, Kaolin oder Tonerde und 10 Tropfen ätherisches Pfefferminzöl. Geben Sie alle Zutaten in eine Sprayflasche und schütteln Sie diese vor dem Gebrauch gut, damit sich die Phasen vermischen. Dieses Spray können Sie im Rahmen des Treatments als Ihr Hausprodukt vermarkten.

Damit unterstreichen Sie die persönliche und individuelle Bedienung Ihrer Kunden.



bei heißen Füßen Zitrone, Citronella und Pfefferminze. Bei schwitzenden Füßen kommen Salbei, Zypresse und Schafgarbe genau richtig, bei empfindlicher Fußhaut Thymian. Auch Wellness-Mischungen können zum Einsatz kommen. Erfrischend ist etwa die Kombination von Litsea cubeba und Grapefruit, beruhigend das Duo Lavendel und Melisse. Lemongrass und Kampfer regen an. Entspannende Mischung: Blutorange und Abies.

Da ich auch Kinder und Jugendliche als Kunden in der Fußpflege habe, muss ich gelegentlich auch Blasen an den Füßen behandeln. Hierfür hatte ich bisher immer nur die üblichen Pflaster parat. Welche Mög-

lichkeiten kann ich hier zusätzlich anbieten? Und wie kann ich meine Kunden stärker dafür sensibilisieren, dass sie hier bereits vorbeugend tätig werden?

Blasen am Fuß entstehen oft, wenn neue Schuhe getragen werden. Auch im Sommer sind sie ein häufiger Begleiter, da man dann ohne Strümpfe in die Schuhe schlüpft. Auch wenn der Fuß ständig oder besonders extrem belastet wird, z. B. beim Sport, können sich Blasen bilden. Dabei kommen zwei Komponenten zusammen: Druck und Reibung. Diese führen zu einer Hautreizung. Wird die Haut dauerhaft Druck ausgesetzt, trennt sich die äußere Hautschicht von den darunterliegenden. Die Blase, die sich

dabei bildet, ist zunächst noch geschlossen und mit Gewebeflüssigkeit gefüllt. Sobald sich diese Blase öffnet, kommt es zu einer offenen Wunde. Diese bereitet dem Kunden erhebliche Schmerzen und ist auch stark infektionsgefährdet.

In diesem Fall ist es höchste Zeit, den Kunden mit einem speziellen, auf das Problem zugeschnittenen Produkt zu versorgen. Dies kann z. B. ein Pflaster sein, das auf der Hydrokolloidtechnologie basiert. Nach dem Prinzip der feuchten Wundheilung sorgt es dafür, dass das Gewebe schnell wieder heilt. Durch das integrierte Gelpolster wird der Druckschmerz abgefangen. Prophylaktisch können Ihre Kunden aktiv werden, indem sie spezielle Druckstopp-Pflaster einsetzen – ausgerichtet auf die jeweilige Situation und Belastung, z. B. beim Sport. Diese Pflaster mindern den Druck und die Reibung durch die Schuhe. Alternativ bzw. ergänzend können Sie auch silikonhaltige Gele empfehlen, die sich als unsichtbarer Schutzfilm um die Haut legen und so die Reibung zwischen Fuß und Schuh vermindern.

Halten Sie für solche Fälle am besten eine kleine Auswahl an Spezialpflastern bereit. Für die Kleinen empfehlen sich Kinderpflaster mit lustigen Motiven. Auf diese Weise können Sie Beratung, Empfehlung und Verkauf lukrativ miteinander verbinden und den Kunden bei der Vorbeugung unterstützen. Dafür wird er Ihnen dankbar sein.

Ich habe mich in meiner podologischen Praxis auf Problemfälle spezialisiert. Die Kunden/Patienten, die zu mir kommen, haben meist Schmerzen und sind dementsprechend in ihrer ganzen Haltung total verkrampft. Das erschwert mir das Arbeiten erheblich. Obwohl ich zu Beginn meist ein Fußbad mache, um über die Wärme positiv auf



Foto: Fotolia/D. Ott

Berührungen, die den Kunden beruhigen, gehören nicht nur in Wellness-Programme. Auch Kunden mit Problemen kann man damit abholen

die Behandlung einzustimmen, gelingt es mir nicht recht, die Kunden zu entspannen. Haben Sie weitere Tipps für mich?

Ihre Idee ist toll, dem Kunden mit einem Entspannungselement zu begegnen und ihm auf diese Weise den Einstieg in eine möglicherweise schmerzhafteste Behandlung zu versüßen. Allerdings kann ein Fußbad allein dies nicht leisten – sowohl von der Dauer als auch von der Ausrichtung her.

Wie kann man auf Menschen zugehen, die Angst haben, verkrampt und schmerzbelastet sind? Das erste Element ist das Aufklärungsgespräch, das Sie tatsächlich gut in Verbindung mit einem Fußbad führen können. Denn Wärme entspannt und lockert auf. Lassen Sie den Kunden zunächst erzählen und seine gefühlten Probleme schildern. Versuchen Sie dann, das Geäußerte mit dem Problemfeld, das sich Ihnen haut- oder nagelspezifisch darstellt, zu verbinden. Vermitteln Sie dem Kunden vor allem, dass er keine Angst haben muss und sich vertrauensvoll in Ihre Hände begeben darf. Und dann tun Sie etwas, womit der Kunde nicht rechnet. Zeigen Sie ihm, wie sanft Ihre Hände mit seinen Füßen umgehen und beginnen Sie die Problembehandlung mit einer kleinen Entspannungsmassage.

Warmes Öl kann Verkrampfungen gut lösen. Nehmen Sie beide Füße in die Hände und stellen Sie erst mal Kontakt her. Beginnen Sie synchron zu massieren, indem Sie den Fußrücken und die Ferse gleichzeitig berühren. Hierbei liegen Zeigefinger bis kleiner Finger auf dem Fußrücken, der Daumen gibt einen leichten Druck über die komplette Ferse. So arbeiten Sie sich von der Ferse bis zum Ballen hoch und wieder zurück. Ebenso verfahren Sie mit den Nägeln. Sollten diese nachher in der Problembehandlung Thema sein, dann verwenden Sie auf diesen Stellen bitte kein Öl, damit diese fettfrei bleiben. Danach können Sie sich dem Problembereich zuwenden.

Bleiben Sie dabei mit dem Kunden im Gespräch und fragen Sie ihn, wie ihm die Massage gefallen hat. Er hat gerade etwas Schönes erlebt und trägt dieses positive Gefühl noch in sich. Versuchen Sie, es möglichst lange bei ihm gespeichert zu halten, indem Sie vielleicht auch über andere Massagen Ihres Angebots sprechen. So lenken Sie den Kunden ab. Bevor er überhaupt nachdenken kann, sind Sie vielleicht schon fertig. Wichtig: Die Massage sollte vor Beginn der Problem-Behandlung kommen – nicht danach. *Ursula Maria Schneider*

Emmi-Nail
Das Original
Pediküre-Set
„schöne Füße“



Das „must-have“ Set für den Sommer-Urlaub!

Alles was man für schöne Fuß-Nägel braucht! Jetzt direkt unter emmi-nail.de bestellen.



Emmi-Nail
Das Original

www.emmi-nail.de



Emmi-Nail by EMAG AG
Gerauer Straße 34
64548 Mörfelden / Ffm
Tel. 06105 - 40 67 80
info@emmi-nail.de
www.emmi-nail.de

