



# Den Verkauf im Griff

**Die Institutsgründung Tag 61 bis 100, Teil 3** – Nach zielgenauer Planung ging es erst mal weiter in die Umsetzung. Es folgten Eintragungen in Online-Portale, und auch das Selbstmarketing kam in Schwung. Im zweiten Teil drehte sich alles um den Business-Plan, Resilienz und präzise Ziele. Nun geht unser Autor auch der Frage nach, ob Konzept, Preis und Kundenkommunikation stimmen. Welche Meilensteine für Ihren erfolgreichen Einstieg ins Business letzten Endes besonders prägnant sind, lesen Sie hier.

**H**ier im dritten und letzten Teil der Reihe geht es nicht nur um Zahlen und Businesspläne. Es geht auch um die Frage, was die Selbstständigkeit mit uns macht und wie wir herausfinden können, ob sich diese Art des Arbeitens und unser Leben gut miteinander vertragen.

## DER PRODUKTVERKAUF

**Woche 9:** Wie sieht Ihr Produktverkauf in Zahlen aus? Fällt es Ihnen leicht, den Kunden das passende Produkt für die Anwendung zu Hause zu verkaufen, oder tun Sie sich schwer? Nutzen Sie die neunte Woche der Selbstständigkeit, um dieses überaus wichtige Thema, neben Ih-

rem Tagesgeschäft und der Arbeit am Kunden, **einmal gründlich aufzuarbeiten**. Hierfür können Sie auf Online-Workshops, E-Books, Hörbücher, Weiterbildungen oder reine Internetrecherche zurückgreifen, und das sollten Sie auch.

### WUSSTEN SIE'S?



Denn **der Produktverkauf** macht, je nach Thema und Geschäft, **bis zu 50 Prozent des Gesamtumsatzes** aus!

Und dieser Umsatz beginnt nicht etwa beim Kunden in der Kabine. **Der Produktverkauf beginnt bereits bei der Planung**, der jeweiligen Ent-

scheidung und dem **Einkauf von Saisonware** (wie zum Beispiel an Weihnachten, an Ostern, im Winter, am Muttertag, in den Sommerferien oder in der Hochzeitssaison). Dann geht es weiter mit der Platzierung im Verkaufsregal, der Übersichtlichkeit vorhandener Informationen und es geht über in das eigentliche Verkaufsgespräch.

Hier geht es dann vor allem um die **Kenntnis und den Umgang mit der jeweiligen Behandlung**, dem Produkt oder der Dienstleistung **bis hin zum Abschluss** des jeweiligen Verkaufs. Wenn Sie von alledem noch nichts gehört haben beziehungsweise wenn Sie insgeheim wissen, dass

Ihnen dieses Thema Bauchschmerzen bereitet, dann befassen Sie sich lieber rechtzeitig damit. **Verkaufen kann man lernen**, es ist eine Einstellungssache. Wenn Sie Gedanken hegen wie „Ich möchte meinen Kunden nichts aufdrängen“ oder „Dafür ist nach der Behandlung einfach keine Zeit!“, dann ist noch viel Luft nach oben und Sie verpassen **einen der wichtigsten Umsatzaspekte**. Auch Ihre Depot-Partner stehen Ihnen beratend zur Seite, Verkaufsschulungen gibt es häufig auch auf Fachmessen und speziellen Tagungen.

### KUNDENKOMMUNIKATION

**Woche 10:** Sofern Sie sich in der letzten Woche einen Plan zum Thema „Produktverkauf“ gemacht haben, geht es jetzt um ein sehr ähnliches, jedoch allgemeiner gefasstes Thema. Jetzt stehen der Kundenumgang und die Kundenkommunikation im Fokus. Aber was genau ist damit gemeint?

**Hier ein Beispiel: Ihre Kundin:** „Die Augenbrauen sollten doch dunkler werden!“ **Sie:** „Ach, das habe ich wohl falsch verstanden.“ Kennen Sie solche Situationen? Gab es in den letzten Wochen Unstimmigkeiten mit Kunden oder unangenehme Momente, in denen Sie gerne gewusst hätten, wie man freundlicher, schlagfertiger, klarer oder auch deutlicher hätte kommunizieren können?

### MEIN TIPP



**Schreiben Sie sich diese Situationen (falls angebracht) vor dem Feierabend auf.**

Bevor Sie den Laden schließen, können Sie in einer Art Tagebuch stichpunktartig die drei schönsten und die drei weniger schönen Momente des Tages festhalten.

Ergibt sich irgendwann ein Muster?

**Folgende Herausforderungen werden häufig benannt:**

- Freundlich und schlagfertig sein
- Smalltalk beginnen und aufrechterhalten
- Umgang mit kritischen Themen (Politik, Religion, Weltgeschehen)

- Terminfindung und -absagen
  - Umgang mit verspäteten Kunden
  - Umgang mit Kritik
  - Gespräche über Kosten und Preise
- Finden Sie sich hier wieder? Wenn ja, dann gilt eine ähnliche Empfehlung wie zum Thema „Produktverkauf“: **Beschäftigen Sie sich rechtzeitig mit dieser Herausforderung.** Das Thema Kommunikation und Kundenumgang lässt sich wunderbar via Hörbuch, im Auto, im Zug, auf dem Weg in den Supermarkt oder wenn Kunden absagen und eine Lücke im Tag entsteht voranbringen. **Notieren Sie sich die Tipps** neben Ihrem „Tagebuch“ oder auf einer Schreibtischunterlage. So haben Sie passende Antworten und Denksätze stets im Blick.

### WEB-TIPP



Exklusiv für Online-Abonnenten: Lesen Sie auch den Beitrag **„Erfolgreich gründen: 10 essenzielle Regeln für Ihr eigenes Kosmetikstudio“**, den Sie unter **der Nummer 154911** auf unserer Internetseite finden.

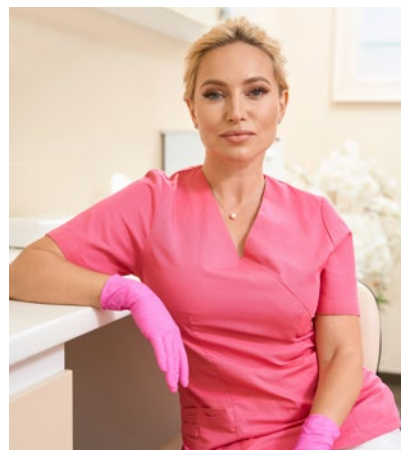
[www.beauty-forum.com/business](http://www.beauty-forum.com/business)

### KONZEPT- UND PREIS-CHECK

**Woche 11:** Wenn Sie diese Woche in der Selbstständigkeit beginnen, dann haben Sie bereits rund 77 Tage, also 2,5 Monate eines neuen Lebensabschnitts genossen. Gibt es bereits **Erfahrungswerte und Kennzahlen**, um Ihre Behandlungsangebote und Preise auf einen kurzen ersten Prüfstand zu stellen?

Wonach fragen die Kunden? Gibt es in den nächsten Wochen die Möglichkeit, Saisonbehandlungen anzubieten und zu bewerben? Fehlt etwas im Angebot? Diese Fragen stehen eng zusammen mit einem Check-up Ihrer Preise. Wagen Sie ruhig den Blick in Richtung Mitbewerber und **vergleichen Sie die Preisspannen in der Umgebung.**

Klar, ein Vergleich bietet sich nur an, wenn Lage, Institutgröße, Behandlungskonzept und andere Parameter auch wirklich vergleichbar sind. Aber das lässt sich schnell herausfinden.



Nutzen Sie zu Beginn Ihrer Selbstständigkeit die Möglichkeit, immer wieder korrigieren und lernen können.

### NUN ZU DEN PERSONALFRAGEN

**Woche 12 bis 13:** Jetzt geht es um das Personal, eines der anspruchsvollsten Themen überhaupt.

- Woher bekommen?
- Wie halten?
- Passen wir zusammen oder bleibe ich doch lieber allein?

Sofern Ihr Business auf Wachstum ausgerichtet ist und Sie geplant haben, Aufgaben abzugeben und im Team zu arbeiten, sollte diesem Thema **für eine strukturierte Personalplanung** ein zweiwöchiger Analyse- und Umsetzungszeitraum eingeräumt werden. Neben der Betreuung Ihrer Kunden können Sie sich so, Tag für Tag, immer etwas tiefer mit dem Thema befassen.

Sofern Sie selbst ausbilden wollen, bietet es sich an, **das Thema „Kosmetik Meister“** genauer zu beleuchten.

### WUSSTEN SIE'S?



Derzeit spendiert der Staat mit dem **„Meister-BAföG“ bis zu 100 Prozent der Weiterbildungskosten** für den begehrten Titellehrgang.

Sie sichern sich damit nicht nur **ein Alleinstellungsmerkmal im Handwerk der Kosmetik**, sondern können so auch langfristig in Richtung Personalaufbau und Expansion denken und bringen Ihr Unternehmen obendrein auf das nächste Level.

### DER GESAMTBlick

**Woche 14:**

**Stellen Sie sich die folgenden Fragen nach Ihren ersten drei Monaten:**

- Weiter so oder hat man sich zu viel aufgebürdet?
- Tut mir das Ganze gut und bin ich überhaupt der Typ für die Selbstständigkeit?
- Brenne ich nach wie vor dafür?
- Kann ich alle Herausforderungen bewerkstelligen?
- Stehe ich hinter meinem Traum?

**Fakt ist:** Nicht jeder von uns ist für die Selbstständigkeit gemacht. Hier gilt es, den schmalen Grat zwischen „zu schnell aufgeben“ und „Durchhalten um jeden Preis“ zu erkennen. Wirft mich die erste große Herausforderung aus der Bahn, gebe ich vielleicht vorschnell auf und bereue ich das dann irgendwann? Oder halte ich tendenziell zu lange durch, obwohl es mir und meinem Leben dabei nicht gut geht?

Sofern Sie eine Ahnung haben, in das eine oder andere Extrem zu tendieren, **beobachten Sie sich noch genauer!** Es bietet sich nach drei Monaten an, **eine ehrliche Zwischenbilanz** zu ziehen. Wie hat sich Ihr Leben in den letzten drei Monaten verändert? Verläuft alles nach Plan? Oder haben Sie schon jetzt schlaflose

Nächte, weil ein Stimmchen im Hinterkopf die Wahrheit kennt? „Das ist doch nichts für mich.“ Das zu erkennen gehört zu der Fertigkeit des Korrigierens mit dazu.

### MEIN TIPP



**Sprechen Sie vertrauensvoll mit Ihrer Familie oder Freunden über Ihre Selbstständigkeit.**

Doch woran merkt man, ob man kurz davor ist, vorschnell aufzugeben, oder ob das korrigierende Eingreifen berechtigt und richtig ist? **Das vorschnelle Aufgeben ist dadurch gekennzeichnet**, dass es aus objektiver Sicht durchaus möglich wäre, die bestehenden Herausforderungen zu meistern. Es fehlt jedoch schlicht an Lust, Engagement oder an dem letzten Fünkchen Begeisterung und der Ausdauer, es wirklich durchzuziehen.

### WENN ES DOCH NICHTS IST?

Berechtigt ist das Umdenken und das „die Reißleine ziehen“ dann, wenn es auch **aus objektiver Sicht unmöglich** wäre, das Vorhaben erfolgreich voranzutreiben. Das ist immer dann der Fall, wenn Umstände von außen unüberwindbar sind oder Umstände in uns, also innerhalb einer



**Smalltalk, Rhetorik und Souveränität in Kundengesprächen: Auch hier macht Übung den Meister.**

Person, so schwerwiegend sind, dass das Festhalten an den ursprünglichen Plänen nur zum Scheitern verurteilt sein kann.

### MEIN FAZIT

Diesen kleinen, aber feinen Unterschied möchte ich Ihnen abschließend anhand einer Anekdote präsentieren. Bei einem Casting sagte der Schauspieler Sabin Tambrea einst: **„Ob ich reiten kann? Ja. Ich muss es nur noch lernen!“**

Wollen ist eben wie müssen. Nur freiwillig. Und häufig – eigentlich fast immer, – entscheidet das Wollen über Erfolg oder Niederlage. Die Bereitschaft zu lernen bringt uns immer voran. **Die Frage ist also:** Wie sehr wollen Sie? Ich bin sicher, wenn Sie sich bis hierhin durch den Artikel gearbeitet haben, dann wollen Sie es wirklich. Und ich wünsche Ihnen **alle Funken der Begeisterung**, mehr Ups als Downs und ein Quäntchen Glück. Das gehört schließlich immer mit dazu. □

## ALLES AUF EINEN BLICK

### Die Wochen 1 bis 4

- Türen auf, Licht an! „Ich bin da“ signalisieren
- Postingplan für Social Media erstellen
- Flyeraktion in der Nachbarschaft
- Eintragung in Online-Portale
- Warensystem einpflegen
- Erste Schritte Buchhaltung und Kassensystem aktivieren

### Die Wochen 5 bis 8

- Steht der rote Faden? Ihr Businessplan ist Ihr Anker!
- Controlling als gelebtes Instrument, feste Termine dafür setzen
- Hat sich ein Kundenstamm aufgebaut? Was hat sich getan?

- Weitere Etappenziele für den Kundengewinn benennen
- Maßnahmen für die Umsetzung festlegen
- Die Gewinnformel ( $G = E - K$ ) kennen und leben
- Planzahlen zu Ist-Zahlen: Wie sehen Ihre Zahlen aus?

### Wochen 9 bis 14

- Thema Produktverkauf angehen
- Kommunikation: Kommen Sie mit Ihren Kunden klar?
- Check: Behandlungskonzept und Preise
- Personalfragen
- Fazit und ehrliches Feedback: Wie läuft es bisher? Geht es mir gut?

## VORHERIGE TEILE

**Teil 1:** Die Institutsgründung, Tag 1 bis 30, **Webnummer: 155723**

**Teil 2:** Die Institutsgründung, Tag 31 bis 60, **Webnummer: 155868**

### FRANCESCO REICH



Der Autor ist Dipl.-Kfm. Kfm. Unternehmensberater und Mitinhaber der Vital Kosmetikakademie. Sein Fokus liegt auf den Bereichen Controlling, Finanzen und Marketing in der Kosmetik- und Wellnessbranche.

[www.vital-kosmetikakademie.de](http://www.vital-kosmetikakademie.de)