



FOTO: TATIANA SHEPELEVA/SHUTTERSTOCK.COM



KEINE ANGST VOR KI

„Künstliche Intelligenz gefährdet Jobs!“ Ach, ist das so? Jedenfalls lautet so die allgemeine Einschätzung zu dem Thema. Was künstliche Intelligenz kann und wie wir im Beauty-Business zukünftig profitieren werden, lesen Sie in diesem Artikel.



ONLINE MEHR ERFAHREN! 

Exklusiv für Online-Abonnenten: Wie Sie herauskristallisieren, ob und welche Trends wirklich zu Ihnen und Ihrem Institut passen, erfahren Sie von Francesco Reich auf unserer Internetseite unter www.beauty-forum.com. Geben Sie einfach die Nummer 155943 im Suchfeld ein.

Vielleicht erinnern Sie sich noch an den Aufschrei, als die ersten Supermärkte Terminals einführten, an denen die Kunden ihre Ware selbst abkassieren konnten.

Die ersten Selbstbedienungskassen gab es bereits im Jahr 2004, also vor zwanzig Jahren. Und hat das dazu geführt, dass es nun, zwanzig Jahre später, kein Kassenpersonal mehr gäbe? Nein, ganz im Gegenteil. Die Selbstbedienungskasse konnte sich nicht flächendeckend durchsetzen, die Panikmache war deutlich überzogen und hat die ein oder andere Kassenkraft damals zumindest mental in Existenzängste versetzt.

Dieses Beispiel ist nur eines von vielen, und es gibt auch Wirtschaftszweige, da haben Maschinen und Computer den Arbeitsplatz eines Menschen vollständig ersetzt. Das Kassenbeispiel soll hier lediglich dazu dienen, um auf Folgendes aufmerksam zu machen.

DIE KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Künstliche Intelligenzsysteme stecken noch in den Kinderschuhen und können trotzdem schon eine ganze Menge!

Der Chat-Bot „ChatGPT“ beantwortet Fragen des Lebens, schreibt uns E-Mail-Entwürfe und ganze Aufsätze, wenn wir wollen. Chat-Roboter beantworten im Kundenservice wichtige Fragen und leiten Anrufe

aufgrund von Schlagwörtern in die richtige Richtung.

KI erstellt aus Worten Bilder (sogenannte „Word-to-picture“) und kann Stimmen nachahmen, die täuschend echt sind. Wo Licht ist, dort ist auch Schatten, und es ist unsere Aufgabe, aufmerksam zu sein und nicht den Kopf in den Sand zu stecken!

UND IM BEAUTY-BUSINESS?

Zunächst ist es erfreulich, dass KI derzeit noch nicht in der Lage ist, kosmetische Behandlungen durch-

Tipp für mehr Gelassenheit

Wir können auf Entwicklungen und Neuerungen hysterisch, entmutigt, traurig oder fassungslos reagieren. Wir können uns aber auch entspannt zurücklehnen, die Fakten sammeln und beobachten:

- Wie entwickeln sich die Themen?
- Welche Fakten liegen vor?
- Lohnt es sich, missmutig zu werden?
- Und wann ist für mich persönlich der beste Zeitpunkt, um mich einem neuen Thema zu öffnen?

zuführen. So lange KI keine Hände hat, wird das auch so bleiben.

Denn eine künstliche Intelligenz kann derzeit weder Ampullen auftragen, Fußnägel fachgerecht kürzen, Haare entfernen oder noch eine Entspannungsmassage verabreichen. Unsere Jobs sind in diesem Bereich für viele Jahre sehr sicher!

Gleichzeitig wird KI auch im Kosmetikbusiness verstärkt Einzug halten – etwa in diesen Bereichen:

- Marketing/Texte
- Kundenservice
- Warenbestand und -bestellungen
- Behandlungspläne und Hautanalyse
- Make-up

So kann künstliche Intelligenz in diesen vier Feldern unterstützen:

1 TEXTE

- ChatGPT macht es bereits vor: In Zukunft wird es für uns noch einfacher, aussagekräftige Texte in Sekunden online erstellen zu lassen.
- Egal, ob für die eigene Webseite, Flyer, den nächsten Social-Media-Post – Texte müssen wir uns schon jetzt nicht mehr mühsam ausdenken.

2 KUNDENSERVICE

- Auch im Kundenservice wird uns künstliche Intelligenz stark unterstützen: KI kann Anrufe entgegennehmen, während wir in einer Behandlung sind, und den Kunden telefonisch bis zur Terminbuchung begleiten.

- Chat-Roboter auf der Webseite werden Fragen beantworten und ebenfalls zur Terminbuchung beitragen.

3 WARENBESTAND UND WARENBESTELLUNGEN

- Spannend wird es, wenn es in Richtung automatisierter Nachbestellungen von Produkten und Waren geht.
- Vermutlich werden wir unsere Lagerbestände noch besser via App verknüpfen und im Blick behalten können, so dass unser gewähltes System Bestellungen eigenständig vornimmt, wenn sich ein Produkt dem Ende zuneigt.
- Auch die Inventur wird so vereinfacht werden.

„KÜNSTLICHE INTELLIGENZ KANN DERZEIT WEDER AMPULLEN AUFTRAGEN, FUSSNÄGEL FACHGERECHT KÜRZEN, HAARE ENTFERNEN ODER NOCH EINE ENTSPANNUNGSMASSAGE VERABREICHEN.“



„WIR KÖNNEN AUF NEUERUNGEN HYSTERISCH, ENTMUTIGT, TRAURIG ODER FASSUNGSLOS REAGIEREN. WIR KÖNNEN UNS ABER AUCH ZURÜCKLEHNEN, DIE FAKTEN SAMMELN UND BEOBACHTEN.“

4 BEHANDLUNGEN UND HAUTANALYSEN

- Hautanalyse-Kameras gibt es schon seit einiger Zeit. Die Geräte machen sowohl für die Beauty-Expertin, als auch für die Kundin anschaulich, wie es um unsere Haut steht.
- Sie analysieren mit ihren Sensoren Falttiefe, den Zustand der Haut, Ausprägungen von Pigmentflecken und andere Hautzustände.
- Die Systeme erstellen dann Behandlungsempfehlungen für das Institut, aber auch Pläne für die Hautpflegeroutine zu Hause.
- Die Analysen können abgespeichert und mit einem Kundenprofil hinterlegt werden. So lassen sich Entwicklungen und Fortschritte bei der Verbesserung von Hautzuständen nachweislich begleiten und dokumentieren.
- Was für ein Verkaufsargument! Ist die Kundin ungeduldig oder mit ihrem Hautzustand nicht zufrieden, ermittelt ein neutraler „Dritter“, nämlich der Computer, woran das liegen könnte, und zeigt auf, was getan werden muss, damit die Kundin schneller an ihr Ziel kommt.
- Damit wird Ihnen im Institut eine Menge rhetorisches Geschick und Zeit für Verkaufsgespräche abgenommen, denn Sie können sich

fast zurücklehnen und auf die Analysen der KI verweisen.

- Personalisierte Hautpflege dank KI ist hier das Stichwort! Durch die Nutzung solcher Systeme können Sie auch Ihre Preisgestaltung deutlich anpassen, denn damit bewegen wir uns im Hightechbereich der Kosmetik.

5 VORSCHAU BEI DEKORATIVER KOSMETIK

- Auch das gibt es jetzt schon: Apps, die uns zeigen, wie wir mit einer bestimmten Brille, einer anderen Haarfarbe oder dunkleren Augenbrauen aussehen würden.
- Viele dieser Anwendungen sind eher für den privaten Spaß gedacht. Doch bestimmte Firmen, etwa Brillenhersteller, setzen jetzt schon auf die KI mit Vorschaugergebnissen!
- Auch in der dekorativen Kosmetik ist hier noch viel Potenzial! So werden computergesteuerte Bilder uns und unseren Kunden zeigen, welche Umsetzung zum Beispiel

das Permanent Make-up genau braucht, um zur Kundin zu passen.

- Welche Härchenzeichnung wirkt im Gesicht am natürlichsten, welche Farbe passt ideal zur Haarfarbe? Wo soll die Lippenkontur abschließen, und steht der Kundin ein permanenter Lidstrich wirklich?
- KI wird uns hier Zeit ersparen, indem das gewünschte Ergebnis, nebst anzuwendenden Produkten und Handgriffen per App oder Analysekamera erstellt und der Fachkraft zur Verfügung gestellt wird.

FAZIT

Der Rest, nämlich die Umsetzung, ist und bleibt individuelles Handwerk. Aber der Weg dorthin kann und wird in Zukunft um einiges schneller zu bewältigen sein.



Francesco Reich

Der Autor ist Unternehmensberater und Mitinhaber der Vital Kosmetikakademie in Berlin. Seinen Fokus legt der Betriebswirt seit Jahren auf die Bereiche Controlling, Finanzen und Marketing in der Kosmetik- und Wellnessbranche. www.vital-kosmetikakademie.de