



**Name und Adresse Ihrer Apotheke**

---

**E-Mail-Adresse**

---

**Cosmetique Active Kundennummer**

---

**Name:**

---

**oder Team:**

---

**Anmeldeschluss**

Anmeldeschluss für die Teilnahme am Grand Prix Dermocosmétique ist der 8. Februar 2008.

**Rücksendung an:**

Ihre Bewerbungsmappe sollten Sie bis 15. Februar 2008 per Post einreichen an folgende Adresse:

Cosmétique Active Deutschland GmbH  
Stichwort Interpharm / Barbara Heukamp  
Georg-Glock-Str. 18, 40474 Düsseldorf

Bitte achten Sie darauf, dass Sie Ihrer Bewerbung auch den Fragebogen Ihres Apothekenleiters / Ihrer Apothekenleiterin beilegen. Und nun viel Glück!

## Das Beratungsgespräch

### Ein kurzer Leitfaden

Kein Beratungsgespräch gleicht dem anderen. Einen roten Faden gibt es aber dennoch. Mit den folgenden neun Fragen und möglichen Antworten möchten wir Ihnen einen kurzen Leitfaden an die Hand geben, worauf Sie bei einem guten Beratungsgespräch achten sollten. Gehen Sie Frage für Frage durch, entscheiden Sie sich für eine oder mehrere Antworten und/oder formulieren Sie in den freien Zeilen selber, was Ihnen an dem Punkt wichtig erscheint.

Das Ziel für Ihre Teilnahme am „Grand Prix Dermokosmetik“ in der Rubrik „Beratungsgespräch zum erfolgreichen Verkaufsabschluss“:

Ein kurzer persönlicher Beratungsdialo g in schriftlicher Form.

## 1. Begrüßung und erster Eindruck

Eine gute Kosmetikberatung beginnt – unabhängig von der Durchführung einer Aktion – bereits, sobald die Kundin\* Ihre Apotheke betritt. Schon der erste Eindruck zählt und wirkt auf die (Kauf-)Laune Ihrer Kundin ein. Dazu gehört auch eine freundliche Begrüßung. Wie begrüßen Sie Ihre Kundin und verschaffen ihr einen guten „ersten Eindruck“?

- Ich nicke ihr grüßend zu, auch wenn ich gerade jemand anderen berate.
  - Ich signalisiere ihr, dass ich mich um sie kümmere, sobald ich Zeit habe oder mobilisiere eine Kollegin.
  - Ich halte Blickkontakt, auch nach dem Gruß.
  - Ich bin freundlich und lächle sie an.
  - Ich lasse ihr Zeit, sich in Ruhe umzusehen und halte mich sichtbar für Fragen bereit.
  - Ich spreche sie an und biete ihr meine Beratung an, wenn gewünscht.
  - Ich spreche sie direkt an und frage, ob ich ihr konkret helfen kann.
- 
- Ich persönlich begrüße eine Kundin so:

## 2. Ausgangssituation

Die Ansatzpunkte für eine kompetente Beratung sind vielfältig. Aus welcher Situation schaffen Sie es, Ihre Kundin für Kosmetik zu interessieren?

- Kein besonderer Wunsch. Die Kundin will einfach mal schauen, was es Neues gibt.
- Unbestimmter Kosmetikwunsch. Das Interesse für Kosmetik ist schon da.
- Kundin kommt aufgrund angekündigter spezieller Aktion im Schaufenster, per Flyer, etc.
- Ein konkreter Kosmetik-/Produktwunsch liegt bereits vor.
- Kundin hat einen Produktwunsch aus dem OTC-Bereich (und ich nehme Bezug zu einer passenden Kosmetik).
- Kundin hat ein Rezept (und ich nehme Bezug zu einer passenden Kosmetik).
- Kundin nutzt unseren Service wie Blutdruck-/Blutzuckermessen (und ich leite zu Kosmetik über).
  
- Ich persönlich schaffe es aus folgender Situation:

## 3. Die Ansprache

Je nach Ausgangssituation ist die Ansprache unterschiedlich. Werden Sie nicht bereits von der Kundin auf Kosmetik angesprochen, ist der schwierigste Part für Sie: Die Überleitung zum Thema Kosmetik. Wie sprechen Sie die Kundin am besten auf das Thema Kosmetik an?

- Beispiel 1: Kundin kauft ein Produkt gegen Haarausfall –  
„Haben Sie eigentlich schon mal unser ganz mildes Shampoo ausprobiert?“
- Beispiel 2: Rezept mit Diabetikerbedarf –  
„Wenn Sie möchten, habe ich noch einen Tipp für Ihre trockene Haut.“
- Beispiel 3: Kundin schaut sich „nur mal um“ –  
„Wenn Sie sich für Kosmetik interessieren, hätte ich da etwas ganz Neues ...“
  
- Ich persönlich spreche meine Kundin so an:

## 4. Fragen stellen

Ganz wichtig beim Beratungsgespräch: Fragen stellen. Nur so lernen Sie die Interessen, Bedürfnisse, Vorlieben, Abneigungen/Allergien und auch Preisvorstellungen Ihrer Kundin kennen. Dabei kommt es in der Regel darauf an, die Kundin nicht zu überrumpeln, sondern durch Ihre Fragen interessante Möglichkeiten für die Kundin zu eröffnen.

Welche Fragen stellen Sie? Und wie?

- Ich frage so, dass die Kundin nur mit ja oder nein antworten muss. So komme ich schneller ans Ziel.

Beispiele:

„Möchten Sie eine neue Pflegecreme ausprobieren?“

„Soll die Pflegecreme auch eine besondere Anti-Aging-Wirkung haben?“

„Verwenden Sie neben der Pflegecreme eine Reinigungsmilch oder -lotion?“

- Ich stelle die Fragen so, dass die Kundin gar nicht mit ja oder nein antworten kann.

So bekomme ich mehr brauchbare Informationen.

Beispiele:

„Was erwarten Sie von einer Pflegecreme?“

„Was ist Ihnen bei einer Pflegecreme am wichtigsten?“

„Wie reinigen Sie Ihre Haut vor der Pflege?“

- Ich persönlich stelle folgende Frage(n):

## 5. Beobachten

Respektieren Sie Kundenwünsche. Aber trauen Sie sich auch, selbst Beobachtungen anzustellen. Vielleicht ist der selbst eingeschätzte Hauttyp Ihrer Kundin gar nicht richtig. Vielleicht passt ein Farbton des „immer benutzten“ Make-up doch gar nicht so gut. Welche Beobachtungen stellen Sie an?

- Ich versuche, den Hauttyp richtig zu erkennen.
- Ich versuche, die Kundin einzuschätzen:
  - Ist sie offen für Neues?
  - Wie wichtig ist ihr das eigene Erscheinungsbild?
  - etc.
- Ich versuche herauszukriegen, woher sie ihre bisherigen Informationen her hat, wem sie also bisher vertraut.
- Ich persönlich beobachte meist noch Folgendes:

## 6. Zusammenfassen

Sie haben alle Informationen, die Sie für eine konkrete Produktempfehlung benötigen. Dann ist ja alles gesagt, oder? Keineswegs! Nehmen Sie sich die Zeit und fassen Sie noch einmal zusammen.

Beispiel:

„Sie suchen also eine Tagescreme, die Sie garantiert vertragen, weil Sie schon schlechte Erfahrungen gemacht haben. Ihre Haut fühlt sich eher trocken an, aber es wäre Ihnen unangenehm, wenn die Creme zu sehr fetten würde. Außerdem sollte die Creme nur einen zarten Duft haben, ganz ohne Parfüm wäre Ihnen noch lieber.“

Warum ist eine Zusammenfassung überhaupt nötig?

- Um eventuelle Missverständnisse schon im Vorfeld auszuräumen.
- Damit die Kundin merkt: Ich habe sie wirklich verstanden.
- Um die Prioritäten der Kundin mit meinen Beobachtungen zu bestärken.
- Um mir die „Diagnose“ für meine anschließende Produktempfehlung nochmal bestätigen zu lassen.
  
- Ich persönlich finde eine Zusammenfassung wichtig, weil:

## 7. Produktempfehlung

Sie haben für Ihre Kundin nun ein bestimmtes Produkt ausgewählt, das Sie ihr empfehlen wollen. Wie überzeugen Sie Ihre Kundin am besten?

- Ich gebe ihr das Produkt in die Hand.
- Ich mache ihr deutlich, warum ich gerade dieses Produkt für sie ausgewählt habe.
- Ich lasse sie das Produkt testen.
- Ich gebe ihr Zeit zum Überlegen.
- Ich liste alle Vorteile des Produktes auf.
- Ich verschweige ihr nicht den Preis, vermittele das Produkt dabei als „wertig“.
- Ich biete an, ihr eine Probe mitzugeben oder ihr etwas aus dem Tester für zu Hause abzufüllen.
  
- Ich persönlich überzeuge meine Kundin so:

## 8. Zusatznutzen

Ihre Kundin zeigt Interesse, sie hat Zeit und sie ist offen für Ihre Beratung. Dann können Sie ihr einen Zusatznutzen vermitteln. Die Basis einer Hautpflege ist beispielsweise immer ein Produkt für die Hautreinigung.

Welche weitere Zusatzeempfehlung können Sie geben?

- Lipliner zum Lippenstift
- Handcreme zur Hautpflege für trockene Haut
- Spülung zum Haarshampoo
- Make-up zur getönten Tagescreme
- Hand- und Nagelpflege zum Nagellack
  
- Ich persönlich gebe gerne diese Zusatzeempfehlungen:

## 9. Abschluss

Hat sich Ihre Kundin für Ihre Empfehlung entschieden, ist es nicht vorrangig, den Preis zu nennen und eine Tüte plus weitere Proben anzubieten. Auf was kommt es dann an?

- Die Kaufentscheidung zu bestärken, z.B.: „Da haben Sie sich etwas ganz besonders Gutes ausgesucht.“
- Den Nutzen noch einmal deutlich zu machen, z.B. „Ihre trockene Haut wird sich mit dieser Körperlotion deutlich besser fühlen.“
- Anzuregen, Feedback zu geben, z.B.: „Wenn Sie erste Erfahrungen damit gesammelt haben, sagen Sie mir doch beim nächsten Besuch, wie es Ihnen gefällt. Es interessiert mich.“
- Mir persönlich kommt es auf Folgendes an:

## Und jetzt kommt die Kür:

Ihre Bewerbung für den  
Grand Prix Dermokosmetik 2008 von Cosmétique Active  
(Vichy, La Roche-Posay, Innéov, Skin Ceuticals)

Nach so viel Vorarbeit wird es Ihnen sicher nicht schwer fallen, einen kurzen Beratungsdialo-  
g zu schreiben. Entscheiden Sie sich für eine Ausgangssituation, ein Thema, ein Produkt und eine  
Zusatzeempfehlung und zeigen Sie uns daran, wie ein perfektes Beratungsgespräch aussehen sollte.  
Berücksichtigen Sie dabei bitte alle im Leitfaden genannten Schritte.

\*Da es sich bei Kosmetikinteressierten vorrangig um Frauen handelt, steht hier und im weiteren Verlauf  
die weibliche Bezeichnung für Kunde. Selbstverständlich treffen die Ausführungen auch auf einen  
männlichen Kunden zu.

