

... und Wellness-Träume werden wahr!

Ruhe finden, entspannen, pflegen, berührt werden, Energie tanken, in eine andere Welt eintauchen, sich verwöhnen lassen und mit allen Sinne genießen – dies sind nur einige der Wünsche und Erwartungen, die unsere Kunden mit dem Thema Wellness verbinden. Eine große Chance für uns Kosmetik-Profis, unseren Kunden noch mehr Erlebnisse anzubieten.

Wer das Thema Wellness mit den Augen seiner Kunden betrachtet, wird merken, dass nicht immer nur große Wellness-Einrichtungen die Pluspunkte auf Ihrer Seite haben, sondern sich gerade dem persönlich geführten Institut viele Möglichkeiten bieten. Am Anfang Ihrer Überlegungen, ob Sie Wellness-Treatments in Ihr Programm aufnehmen wollen, steht eine Bestandsaufnahme Ihrer Möglichkeiten – folgende **Checkliste** kann Ihnen dabei helfen.

- Anzahl der Verwöhräume
- Massagebett (beheizt ?)
- Dusche
- Badewanne
- Whirlwanne
- Sauna/Infrarotsauna
- Softpack/Hydrojet etc.
- Sonnenbank
- Farblichtstrahler
- Pulsationsmassage; Ultraschall, Softlaser, Magnetfeld etc.
- Stepper, Sportgeräte etc.

Schauen Sie sich mit offenen Augen in Ihren Räumen um – vielleicht ist manches Gerät schon ein wenig in Vergessenheit geraten. Als Nächstes schreiben Sie bitte alle Behandlungen auf, die Sie bereits anbieten.

Checkliste

- Gesichtsbehandlungen
- Massagen

- La Stone, Hot Stone Sensitive Massage etc.
- Körperpackungen
- Körperpeelings
- Sauna-Treatments
- Ernährungsberatung
- Azidose-Beratung
- Cellulitebehandlungen
- Thalasso-Therapie
- Yoga, Chi Gong etc.

Nun werden Sie vielleicht erstaunt sein, wie viel Sie bis jetzt schon erlernt haben und anbieten können. Oder Sie bemerken, dass Sie sich bisher nur auf ein Gebiet spezialisiert haben. Wer erkennt, dass ihm das ein oder andere Highlight noch fehlt, kann sich nun seine Lieferanten und deren Angebote genauer ansehen. Welche Firmen führen Sie, welche Wellness-Treatments bieten diese an? Eine weitere Möglichkeit besteht darin, Workshops eines firmenunabhängigen Ausbildungsinstitutes zu besuchen.

Menü oder à la carte ?

Bevor Sie sich für neue Behandlungen entscheiden, prüfen Sie, was Ihre ganz persönlichen Stärken und Vorlieben sind. Nur Treatments, die Sie selbst begeistern, werden auch zu „Rennern“ in Ihrem Institut. Nachdem Sie sich nun einen detaillierten Überblick über Ihre Räume, Einrichtung, Geräte und auch Ausbildungen verschafft haben, fällt es Ihnen leicht, Ihre persönliche Wellness-Philosophie zu definieren.

Machen Sie den Kunden Appetit auf das Wohlbefinden aus Ihren Händen. Bieten Sie Verwöhn-Menüs nach Jahreszeiten oder auf ein Thema bezogen an. So fällt die Wahl für ein komplettes Programm leicht. Die folgenden beiden Beispiele sind aus dem Programm der „Casa Vitale“. Könnten Sie einer „Lichtblickmassage im Winter“ widerstehen, wenn folgender Text Sie einlädt?

„**Lichtblicke im Winter** – diese Entspannungsmassage verzaubert graue Wintertage. Die köstlichen Aromen von Vanille, Zimt, Orangen und Koriander ergeben ein unwiderstehliches Massageöl, das für Sie nach Ihren Vorlieben frisch gemischt



wird. Das vorgewärmte Massagebett wartet auf Sie. Kerzenschein zaubert die besondere Atmosphäre für diese Wohlfühlmassage. Langsame, fließende Bewegungen lockern sanft verkrampte Muskeln. Schultern und Nacken entspannen und werden wieder geschmeidig. Körper und Seele finden ihre Balance und Energie zurück.

Gönnen Sie sich und anderen einen Lichtblick an einem Wintertag. Diese Massage können Sie in Form eines exklusiv verpackten Geschenkgutscheines verschenken.“

Oder Sie bieten ein umfangreiches Sommerspecial an (siehe Kasten rechts). Diese beiden Beispiele zeigen Ihnen bestimmt Möglichkeiten auf, aus Ihren bestehenden Behandlungen und einigen besonderen Neuheiten Wellness-Menüs zu komponieren. Nicht immer muss ein neues Depot aufgenommen werden, um fehlende Treatments zu ergänzen – fehlendes Know-how kann beispielsweise auch in einer Wellness-Weiterbildung erworben werden.

Die Behandlungsprogramme können mit Körperpeelings wie z.B. einer Massage mit dem Hamam-Handschuh oder einem Meersalz-Öl-Peeling abgerundet werden. Bieten Sie Massagen mit individuellen Massageölen nach Jahreszeit an. Pflegen Sie die sonnengebräunte Haut Ihrer Kunden mit einer Aloe-Vera-Frischblattmassage oder einem besonderen Kamillenöl.



Monika Bröhl-Dillenburg

Die Inhaberin der „Casa Vitale“ in Köln ist seit über 20 Jahren im Bereich Kosmetik tätig. Sie ist u.a. Drogistin, Kosmetikerin und psychologische Beraterin. 1998 gründete sie die „Casa Vitale“ als Institut für Wellness & Thalasso. Seit 2001 gibt sie ihr Wissen in Seminaren und Ausbildungen weiter.

