

SOS auf dem Kopf

Wirksam, erforscht, hautverträglich: Produkte aus der Apotheke können **haarige Notfälle** beheben. Beraten Sie Ihre Kunden individuell und räumen Sie direkt mit zahlreichen Fake News zur Haarpflege auf.

Spätestens wenn konventionelle Shampoos und andere Pflegekomponenten aus dem Handel nicht den gewünschten Effekt bringen, wählen viele Kunden den Weg in die Apotheke. Dermo- und Naturkosmetik sowie Doctor Brands aus

Ihrem Sortiment können sogar weit mehr als irritierte Kopfhaut in Balance bringen, Schuppen lindern oder Sonnenschutz bieten.

Ihre Produkte können mehr
Ganz gleich ob Shampoo, Spülung, Spray oder Stylinghelfer:

Was im Apothekensortiment zu finden ist, ist meist wissenschaftlich gut untersucht und enthält Wirkstoffe die speziell für bestimmte Bedürfnisse konzipiert sind. Dabei gibt es eine Reihe an Produkten ohne künstliche Farb- und Duftstoffe, mit abgestimmtem pH-Wert, ohne Silikone, Filmbildner oder Konservierungsstoffe. Sogar Kultprodukte, wie zum Beispiel Tagescreme fürs Haar oder Sonnenschutzspray, das gleichzeitig als Glanz-Booster fungiert, finden sich in Ihrem Sortiment. Viele Kunden, die mit einer bestimmten Vorstellung und entsprechenden Wünschen zu Ihnen kommen, haben sich oft schon vorab informiert. Das kann der Tipp einer Freundin sein, die Empfehlung via Social-Media-Kanälen (Influencer haben einen stärkeren Einfluss als allgemein vermutet) oder Produktvorstellungen in Magazinen und auf Internetseiten. Sie haben einen Schatz, den weder ein Influencer noch die Vorstellung im Internet oder der Zeitschrift hat: Bei Ihnen kann die Kundin riechen, fühlen, auftragen und anfassen. Das Sahnehäubchen ist Ihre Fachkompetenz und individuelle Beratung. Arbeiten Sie dazu mit Produktproben der Hersteller oder füllen Sie eine kleine Menge eines Produktes speziell für Ihre Kunden ab, so fühlen sie sich individuell sehr gut beraten. Nehmen

Sie Angebote, Rabattaktionen und Gewinnspiele, die seitens der Hersteller angeboten werden, an. Bei der Planung sind Ihnen die jeweiligen Außendienstmitarbeiter behilflich. So können Sie Kunden die besonderen Eigenschaften bestimmter Pflegeprodukte näherbringen und Angebote helfen dabei, dass sie bei Ihnen und nicht im Internet kaufen.

Anamnese – der Weg zum passenden Produkt Manch ein Kunde ist nicht zwingend auf der Suche nach einem speziellen Produkt und möchte sich vielleicht erst einmal in Ihrem Sortiment umschauen. Zwei gute Möglichkeiten dem Kunden etwas Zeit zur Orientierung zu geben ist einerseits ihn nicht direkt mit Informationen zu überfrachten und in seinem Schatten stehen zu bleiben. Andererseits können Sie sich kurz zeigen und darauf hinweisen, dass sie bei Fragen oder Beratungswünschen gerne zur Verfügung stehen. Meistens kommen Kunden dann auf Sie zu und haben spezielle Fragen. Damit Sie passende Produkte empfehlen können, hilft die Pflegeanamnese. Fragen Sie: Wie oft werden die Haare gewaschen und wie heiß ist die Wassertemperatur? Welches Shampoo und weitere Produkte zur Reinigung, Pflege und Styling kommen zum Einsatz? Sie



© puhha / iStock / Getty Images

können dabei behilflich sein, indem Sie Vorschläge machen, etwa: Shampoo für trockenes Haar, Haarspray mit extra starkem Halt? Viele Kunden merken sich nicht so genau, was sie da im Bad stehen haben oder möchten den Produktnamen nicht nennen. Dann können Ihre Vorschläge eine willkommene Hilfe leisten. Fragen Sie auch wie groß die jeweilige Produktmenge ist, die verwendet wird? Wie werden die Haare getrocknet? Kommt eine Haarkur zum Einsatz und wenn ja wie häufig? Was gibt es an Stylingprodukten fürs Haar? Wie häufig werden Glätteisen oder Lockenwickler verwendet? Wird gefärbt? Wenn ja, zuhause oder beim Friseur? All das gibt Ihnen wichtige Anhaltspunkte was an Produkten in Frage kommen kann. Oft kommt viel zu viel aufs Haar und es ist wenig verwunderlich, dass sie auf Dauer schlechter frisierbar sind oder Kopfhautprobleme entstehen. Ähnlich wie bei einer Polymedikation ist hier weniger mehr. Je nach Haartyp machen Shampoo und Spülung sowie ein Stylingprodukt und ab und zu eine Haarkur Sinn. Das kann die Haarbeschaffenheit auf Dauer verbessern und es schont gleichzeitig den Geldbeutel, wenn nicht ständig neue Produkte gekauft werden, die aktuelle Bad-Hair-Situationen kitzen sollen.

Entlarven Sie falsche Fakten Ich lasse die Haare regelmäßig schneiden, damit sie dicker werden. Eine Spülung bleibt immer besonders lange im Haar, damit sie intensiver wirken kann und meine Haare muss ich täglich waschen, sonst liegen sie einfach nicht. – Typische Dinge, die Kunden berichten. Räumen Sie mit Fake News in Sachen Haarpflege auf, auch das unterstreicht Ihre Fach-

kompetenz. Haare regelmäßig zu schneiden macht Sinn, um Haarbruch und Spliss zu reduzieren. Das mag im Einzelfall ein Gefühl von dickeren Haaren vermitteln, weil dünne, gespaltene Spitzen der Schere zum Opfer fallen. Spülungen bleiben am besten nur kurz im Haar: Sie sorgen im Wesentlichen für eine bessere Kämmbarkeit und haben nicht die Pflegeeigenschaften einer Haarkur. Auch bei einer Haarkur gilt: Insbesondere bei trockenen, colorierten oder langen Haaren lieber öfter eine Kur nur zehn bis dreißig Minuten (je nach Anwendungsempfehlung auf der Packung) einwirken lassen als stundenlang. Die Haare nehmen nur begrenzt pflegende Inhaltsstoffe auf, sodass längere Einwirkzeiten unnötig sind.

Ausnahme von der Regel sind Overnight Haarkuren. Ein Geheimtipp ist es nach dem Ausspülen der Haarkur eine kleine Menge Spülung im Haar zu verteilen, kurz einwirken lassen und gründlich auswaschen. Das versiegelt praktisch die pflegenden Inhaltsstoffe der Kur im Haar.

Tägliches oder sehr häufiges Haarewaschen ist oft auch eine Sache der Gewohnheit. Wenn ein Kunde partout nicht davon abrücken möchte, empfehlen Sie milde, feuchtigkeitsspende Shampoos und Spülungen. Und dabei jeweils eine äußerst kleine Anwendungsmenge. Ein hilfreiches Produkt, um tägliches Haarewaschen zu umgehen, Fülle und Volumen in die Frisur zu bringen, ist Trockenshampoo. Empfehlen Sie dies anstelle von täglichem Waschen. ■

*Kirsten Metternich von Wolff,
Freie Journalistin*

Hochdosiert & 3-fach aktiv:

Curazink® ImmunPlus



Curazink® ImmunPlus

- Einzigartige Kombination aus Zink, Selen und Vitamin C
- Eines der höchstdosierten Zink-Produkte auf dem Markt
- Nur 1 x täglich



**Curazink®
ImmunPlus**

STADA

125 JAHRE

Unser Auftrag – Ihre Gesundheit