

Jung, schön & digital

Wie es der schönen Branche mit den jungen KundInnen und Millennials ginge, das wollten wir diesmal wissen. Facit? Wie jede & jeder wollen auch sie v. a. eines: Kompetente Beratung.

autorin: Martha Miklin



Maria Dinstl,
Inhaberin der
TOPSI Parfumerien
und Kosmetiksalons

Übers Bedürfnis zum Produkt

Millennials sind digital aufgewachsen. Sie suchen Lösungen für ihre Probleme im Netz. Aus meiner Sicht ist es wichtig, sie im Moment abzuholen und über Alltags- und Lifestylebedürfnisse zum Produkt zu führen. Man muss ehrlicher Teil der Community werden. Steht die Verkaufsabsicht im Vordergrund, wird das durchschaut und vielfach ignoriert.



Hannelore Höbling,
Geschäftsführerin
Parfumerie
Höbling

Von Webshop bis Schminkschule

Die jungen KundInnen verfolgen Trends aus Blogs und tauschen sich online auch mit anderen darüber aus. Sie bestellen gerne über das Internet – mit unserem Web-Shop sind wir da gut vorbereitet. Was wir sonst tun? Eigens für junge Damen haben wir eine Art Schminkschule ins Leben gerufen, bei der sie mit Freundinnen lernen, sich typgerecht zu stylen.



Reinhard Jechart,
Inhaber Jechart-
Parfumerien

Schon vorab top-informiert

Viele der jungen Menschen, die zu uns kommen und sich beraten lassen, kennen uns schon durch ihre Eltern. Andere sind bereits vorab top-informiert, v.a. durch das Internet, und wissen ganz genau, was sie suchen. Wie wir auf die junge Zielgruppe eingehen? Ab und zu laden wir Schulklassen ein und informieren über Hautpflege und Make up.