

Sortimentsgestaltung kosmetischer Produkte im Institut (Praxis?)

Dipl.-Biol. Helmut Müller

HSM Marketing- und Kommunikations-Service im
Gesundheitswesen , Wiesbaden

Medizin- und Wissenschafts-Journalist

Verkauf von Kosmetika im Institut: Empfehlungen zur Sortimentsgestaltung

Voraussetzung:

- > Gute Qualität (Wirkstoffe, Inhaltsstoffe und Galenik)
- > Auf gehobenem wissenschaftlichem Niveau nachgewiesene Wirksamkeit (Studien, AWBs)
- > Beste Verträglichkeit
- > Identifikation mit Marktsegment „dermatologische Kosmetik“

Verkauf von Kosmetika im Institut: Empfehlungen zur Sortimentsgestaltung

- Übersichtliche Markenstruktur
- Drei Preissegmente:
 - Niedrigpreisiges „Basis-Pflegesortiment“
 - Mittelpreissegment
 - Gehobenes Preissegment
- Übersichtliche, gut strukturierte Produktpalette
- Serie/Marke: Therapieergänzung und kosmetisch orientierte Produkte
- Alle wichtigen Anwendungsbereiche/Lokalisationen abdecken
- Kabinettware und Verkaufsprodukte homogen/übereinstimmend
- Kein Depot-Zwang (flexible Produktauswahl sollte möglich sein)
- Produkte sollten eine „interessante Story“ haben.
- **Individuelles Sortiment (soll sich von anderen abheben)**

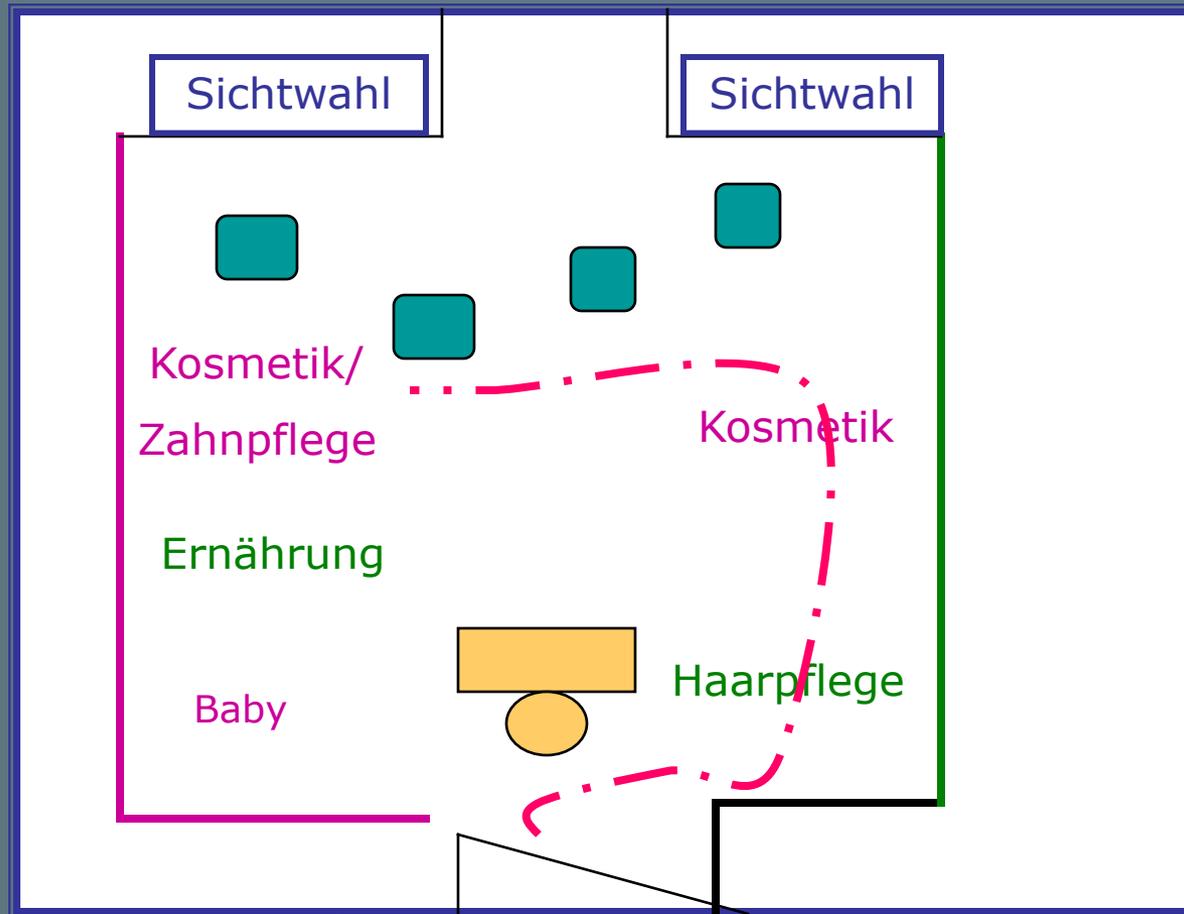


Mit vielen praktischen Beispielen.....

(.....guten und schlechten)



Laufwege





Vielen Dank
für Ihre
Aufmerksamkeit!