

THEMENÜBERSICHT

- 1. BACKOFFICE**
 - 1.1. TELEFONLISTEN**
VERWALTUNG & FILIALEN →LIEGEN BEI

- 2. MARKETING**
 - 2.1. COTY-PROMOTION (BEAUTY ALLIANCE) 2020**
 - 2.2. BEAUTY-CARD – GEWINNSPIEL**
 - 2.3. DIOR MAILING**
 - 2.4. RABATTAKTION**
 - 2.5. POS SUPPORT**
 - 2.6. ZWEITPLATZIERUNG**

- 3. EINKAUF**
 - 3.1. RÜCKRUF WEIHNACHTSACCESSOIRES**
 - 3.2. SISLEY ABVERKAUFSAKTION**
 - 3.3. LETHAL COSMETICS KOLLEKTION**
 - 3.4. KNOWLEDGE OHNE CELLOPHAN**
 - 3.5. 2 LIEFERTERMINE NEUHEIT FERRAGAMO**
 - 3.6. SCHULUNGSANGEBOT FÜR KOSMETIKERINNEN**

- 4. AKADEMIE**
 - 4.1. ONLINE – OFFLINE PEISE**

WICHTIG!

Stellen Sie bitte sicher, dass alle aufgeführten Informationen vertraulich sind und nur für Mitarbeiter der Parfümerie Pieper zugänglich.

2. MARKETING

2.1. COTY-PROMOTION (BEAUTY ALLIANCE) 2020

WAS?

Thema 1:

JIL SANDER SOFTLY SERENE Damenduft-Neuheit

Das neue „Home-Cocooning“-Ritual, um vom anstrengenden Alltag zu entspannen und wieder zu sich selbst zu finden – mit Eau de Parfum, Duschgel, Körper- und Massageöl und Handcreme.

Thema 2:

CK EVERYONE Unisex-Duftneuheit

Die Freiheit, der Welt zu zeigen, wer man ist. Keine Regeln. Keine Stereotypen. Keine Grenzen. Immer Authentisch. I am one. I am many. I am everyone.

WANN?

12.02. - 25.02.2020

WER?

Alle autorisierten Filialen

WIE?

Kundengeschenk 1:

JIL SANDER SOFTLY SERENE Showergel (30 ml)

Geschenk-Aktion 1:

Beim Kauf eines JIL SANDER SOFTLY-Duftes erhält die Kundin/der Kunde eine JIL SANDER PARFUMS Pouch als Geschenk.

Geschenk-Aktion 2:

Beim Kauf eines CK EVERYONE-Duftes erhält die Kundin/der Kunde einen CK EVERYONE-Schlüsselanhänger als Geschenk.

Dekoration:

Wird individuell mit der Deko-Abteilung abgestimmt.

FRAGEN AN? POS Marketing – Lisa Schankin – 136



2.2. BEAUTY-CARD - GEWINNSPIEL

- WAS?** **Auslosung BEAUTY-CARD Gewinnspiel Oktober-Dezember 2019**
Wir haben die Gewinner unseres letzten Gewinnspiels ermittelt.
Dafür haben wir 250 Parfümerie Pieper Gescheine im Wert von 25,00€ verlost.
- WANN?** 15.02. – 31.03.2020
- WER?** Alle Filialen
- WIE?** Die Gewinner werden von uns schriftlich benachrichtigt und können sich den Gewinn in Ihrer Filiale vom 15.02. bis zum 31.03.2020 abholen.
Jede Filiale erhält die entsprechende Anzahl an Gutscheinen in Höhe ihrer Gewinner plus Lieferschein in KW06/07.
Bitte kontrollieren Sie die dort angegebene Anzahl mit Ihrer tatsächlich erhaltenen Gutscheinmenge. Bei Unstimmigkeiten bitte sofort beim Beauty-Card Team melden.
Die Gutscheine sind bereits mit 25€ aufgeladen und müssen nur noch zusammen mit einem Gutscheineinleger (dort tragen Sie 25€ und das aktuelle Datum ein) in eine Gutscheinbox gelegt werden.
Jeder Kunde muss zur Gewinnabholung sein Anschreiben mitbringen und Sie tragen jeden Abholer auf dem Lieferschein aus.
Bitte schicken Sie nach dem 31.03.2020 alle nicht abgeholten Gutscheine sowie Lieferscheine wieder zurück an das Beauty-Card Team.
- FRAGEN AN** Beauty-Card Team

2.3. DIOR MAILING

- WAS?** Klappkarte im Umschlag an 32.000 gültige Beauty-Card Kunden
- WANN?** 17.02. – 29.02.2020
- WER?** Alle autor. Filialen
- WIE?** Bei Vorlage des Mailings erhält der Kunde 1 Luxusminiatur des Duftes Miss Dior Rose N´Roses
Die Testmuster erhalten Sie in KW 7/8
- FRAGEN AN** Beauty-Card Team

2.4. RABATTAKTION

WAS? 20 % Aktion & Valentinstag

WANN? 05.02. – 09.02.2020 - 20 % Aktion
10.02. – 14.02.2020 - Valentinstag

WER? Alle Filialen

WIE? *Im Zuge unserer 20% - und Valentinsaktion haben Sie Fensteraufkleber bekommen. Diese sind **wiederverwendbar**. Beachten Sie dabei bitte folgende Schritte nach der Aktion:

Die Fensteraufkleber sind wiederverwendbar!
Bitte gehen Sie vorsichtig damit um.*

1. Ausgangssituation: Aufkleber hängt an der Scheibe



2. Folie vorsichtig von der Scheibe nehmen. Dabei am besten von oben die **Folie leicht einrollen**.



3. Folie wieder auf die Trägerfolie legen. Kleiner Tipp: setzen Sie die Folie unten an...



4. ... und streichen Sie diese glatt nach oben.



5. Bitte flach liegend einlagern. Das Deko-Team nimmt die Sachen beim nächsten Dekoeinsatz wieder mit.

FRAGEN AN: POS MARKETING – Ivana Golubovic – 141

2.5. POS SUPPORT

WAS? POS Support Bestellformulare

WANN? Immer

WER? Alle Filialen

WIE? Liebe Kolleginnen und Kollegen,

seit Anfang Januar finden Sie auf Ihren Tablets den Online-Katalog „POS Support“ mit einer Auflistung der standardisierten Werbemittel & Beschilderungen mit den jeweiligen Artikelnummern. Über das zeitgleich ausgehändigte Bestellformular ordern Sie die jeweiligen Artikel aus dem Katalog.

Da uns in letzter Zeit vermehrt Anfragen über die Zusendung neuer Bestellformulare erreichen, möchte ich Sie nochmal darauf hinweisen, dass Sie bitte **eigenständig neue Kopien des Bestellformulars anfertigen sobald sich Ihr Bestand verringert.**

Vielen Dank!

FRAGEN AN? POS Marketing - Gina Tonding - 138.

2.6. ZWEITPLATZIERUNG

WAS? ZWEITPLATZIERUNG DIOR
CAPTURE TOTALE CELL ENERGY

WANN? Mitte KW 6 – KW 8 (05.02. – 22.02.2020)

WER? Alle Filialen

WIE? **Material**
- L-Einleger

Bitte platzieren Sie die Zweitplatzierung unverzüglich, sobald Sie den Einleger erhalten.

Es ist zwingend notwendig, dass Sie die Zweitplatzierung den gesamten Aktionszeitraum aufgebaut lassen, da feste Vereinbarungen mit unserern Industriepartnern getroffen sind.

FRAGEN AN? POS Marketing - Gina Tonding -138.



3. EINKAUF

3.1. RÜCKRUF WEIHNACHTSACCESSOIRES

WAS? Bitte schicken Sie alle Weihnachtsaccessoires inklusive der Wundertüten an das Lager 999 bruchstark verpackt in Packpapier zurück. Falls Sie nicht ausreichend Packpapier vorrätig haben, fordern Sie sich dies telefonisch im Lager ab. Bitte entfernen Sie die Etiketten nur bei den Wundertüten. Vielen Dank für Ihre Unterstützung.

WANN? sofort

WER? Alle Filialen

FRAGEN AN? Category Management – Manuela Fouquet-Freeman – 551

3.2. SISLEY ABVERKAUFSAKTION

WAS? Passend zu der BA Promotion mit Sisley startet eine Abverkaufsaktion.

Folgende Produkte gibt es zu gewinnen:

10 besten Verkäufer/innen erhalten 1 Sisleÿa Creme

20 besten Verkäufer/innen erhalten 1 Hydra Global

30 besten Verkäufer/innen erhalten 1 Masque a la Rose Noire



Wir wünschen Ihnen viel Spaß und Erfolg beim Abverkauf!

WANN? vom 5. Februar – 19. Februar 2020

WER? 04, 06, 08, 09, 10, 14, 18, 20, 29, 36, 42, 45, 47, 48, 49, 54, 58, 60, 61, 65, 70, 77, 80, 83, 85, 88, 90, 92, 93, 95, 96, 97, 99, 108, 109, 116, 118, 121, 124, 128, 132, 134, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145

FRAGEN AN? Category Management – Manuela Fouquet-Freeman – 551



3.3. LETHAL COSMETICS KOLLEKTION

WAS? Am 29.02.2020 wird die Marke Lethal zusammen mit einer berühmten Influencerin launchen. Die Kollektion (bestehend aus einer Palette, 2 Lippenstiften und einem Lipgloss) wird exklusiv in unseren Filialen und den Onlineshops von Pieper und Lethal zu kaufen sein. Kein anderer Mitbewerber wird diese Artikel somit erhalten.

Untenstehend finden Sie die Filialen, die wir gemeinsam mit den Bereichsleitern für den Verkauf der Kollektion vorgesehen haben.

In den folgenden Wochen werden Sie selbstverständlich noch weitere detaillierte Informationen von uns erhalten.

Wir wünschen Ihnen vorab schon einmal viel Spaß und Erfolg beim Abverkauf!

WANN? Ab 29.02.2019

WER? 03, 08, 10, 14, 16, 17, 18, 22, 24, 25, 27, 32, 33, 37, 42, 45, 46, 50, 54, 72, 74, 75, 80, 81, 82, 83, 85, 88, 96, 99, 100, 103, 107, 110, 112, 115, 116, 118, 119, 121, 122, 128, 134, 135, 140, 141, 148, 149, 406, 501

FRAGEN AN? Category Management –Kyra Dorsch– 557

3.4. KNOWLEDGE OHNE CELLOPHAN

WAS? Wir bereiten Knowledge auf die Zukunft vor, unter Berücksichtigung der ökologischen und sozialen Gesichtspunkte. Die aktuelle Charge von dem EDT wird ohne Cellophan ausgeliefert, diese bekommen Sie in den nächsten zwei Wochen ausgeliefert. Der Deckel von der Box ist mit runden Sicherungsetiketten an den Seiten befestigt, sodass die Box weiterhin geschützt bleibt.

Bitte verkaufen Sie zuerst die Charge mit Cellophan aus, damit wir schneller ein einheitliches Bild in den Filialen haben.

WANN? Ab sofort

WER? Alle Filialen

FRAGEN AN? Category Management –Sven Becker - 558
Category Management –Funda Dogan - 552



3.5. 2 LIEFERTERMINE NEUHEIT FERRAGAMO

WAS? Bei der Neuheit Ferragamo von Salvatore Ferragamo werden Sie die Lieferungen in zwei Lieferterminen erhalten.

WANN? Ab sofort

WER? 2, 5, 6, 9, 11, 13, 14, 16, 17, 19, 23, 25, 26, 31, 33, 35, 37, 38, 40, 41, 43, 51, 54, 55, 58, 59, 61, 62, 66, 67, 68, 70, 75, 77, 79, 81, 84, 92, 95, 98, 100, 102, 104, 108, 110, 111, 112, 114, 117, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 135, 145, 149, 501

FRAGEN AN? Category Management – Sven Becker – 558

3.6. SCHULUNGSANGEBOT FÜR KOSMETIKERINNEN

WAS? Die Marken Declare und Juvena möchten gern im März oder April allen Kosmetikerinnen eine Schulung mit deren Behandlungsmöglichkeiten anbieten. Dazu benötigt Frau Paus vorab die Information, der möglichen Interessenten. Die Schulungen würden im Beauty Forum in Herne stattfinden und wären ca. ½ Tag. Bitte melden Sie sich bei Interesse telefonisch unter 0163/3112980 oder per Mail an c.paus@gmx.de

Anbei eine kurze Übersicht der Behandlung.

MASTER CAVIAR

140 Minuten Verwöhnzeit | Preisempfehlung € 140,- +*

140 min

MASTER CAVIAR BEHANDLUNG Mit der MasterCaviar-Behandlung verwöhnen Sie Ihre Kundin auf allerhöchstem Niveau. Die einzigartige Juvena SkinNova SC Technology wird hier ergänzt durch den luxuriösen Kaviar-Seide-Komplex. Der pure Luxus wertvollster Ingredienzien wie Seide, Mineralien und Spurenelemente unterstützt zusätzlich die Leuchtkraft der Haut, verleiht ihr noch mehr Widerstandskraft und erhält sie glatter, praller und samtweich. Wertvolle Öle und Hyaluronsäure runden dieses wundervolle Pflegerlebnis perfekt ab. Bevor die Kundin im Stuhl zurückgebettet wird, erlebt sie noch im Sitzen den ersten Verwöhn-Schritt, eine Schulter- und Nackenmassage, die sie auf das allumfassende Pflegerlebnis einstimmt. Während des zweistündigen Behandlungsablaufs wird die Kundin konsequent durch Sie betreut und verwöhnt, auch während den Ruhezeiten.

Bieten Sie die MasterCaviar-

Behandlung jeder Kundin an, die:

- ein exklusives und einzigartiges Verwöhn-Erlebnis sucht
- eine Anti-Aging-Behandlung auf allerhöchstem Niveau wünscht
- sichtbare Ergebnisse mit lang anhaltendem Effekt erwartet
- reichhaltige, seidig-geschmeidige Konsistenzen bevorzugt
- bei ihrer Heimpflege die Trennung von Tages- und Nachtpflege bevorzugt

Pflegeschritt	Produkt	Zeit
SCHULTER- UND NACKENMASSAGE	MasterCaviar Body Butter	10
REINIGUNG	Reinigungs Zeremonie	
PEELING LOTION	Lifting Peeling Powder Calming Tonic	
VORBEREITUNG	Miracle Boost Essence Miracle Brush	15
EDELSTEINMASSAGE <small>(groß)</small>	Ohne Produkt	5
AKUPRESSUR	MasterCare Express Firming & Smoothing Bio Fleece Mask	10
PURES GOLD	Blattgold (Folie) SkinNova SC Serum	10
BEAUTY CREATION MASSAGE	Massage Cream Relaxing / Stimulating Essence	25
DECOLLETÉ- UND BRUSTMASSAGE	MasterCaviar Body Butter	10
EDELSTEINMASSAGE <small>(klein)</small>	Ohne Produkt	5
MASKE	Gold Zeremonie inklusive Dekolleté	
AUGEN- UND LIPPENKOMPRESSE	Calming Tonic Skin Nova SC Eye Serum	
OHR-REFLEXZONEN-MASSAGE	Ohne Produkt	
HAND- UND ARMMASSAGE	Lifting Peeling Powder MasterCaviar Body Butter	35
ABSCHLUSSPFLEGE	MasterCaviar Concentrate MasterCaviar Day Cream	5
ABSCHLUSSPFLEGE AUGEN	MasterCaviar Eye Cream	5
MAKE-UP	BB Cream CC Cream	5

MASTER CARE

120 Minuten Verwöhnzeit | Preisempfehlung € 120,- +*

120 min

MASTER CARE BEHANDLUNG So wie die MasterCare-Pflegelinie für Zuhause ist auch die Juvena MasterCare-Behandlung eine Synergie aus allen möglichen Anwendungsschritten, für die Kundin, die das Beste für sich und ihre Haut wünscht. Die einzigartige Juvena SkinNova SC Technology in den Produkten erhält die perfekte Mikroumgebung für die Hautzellen und unterstützt mit dem Juvena-Stammzellpeptid den optimalen Zellrhythmus. Sie wird ergänzt durch mehr als 37 weitere Wirkstoffe.

1. Pures Gold für eine elegante, weiche Ausstrahlung
2. Die Spezialanwendung für Augen und Lippen
3. Eine entspannende Ohr-Reflexzonenmassage
4. Die verwöhnende Hand- und Armmassage, die das Programm abrundet

Während des etwa zweistündigen Behandlungsrituals wird die Kundin konsequent durch Sie betreut und verwöhnt, bleibt auch in ihren Ruhezeiten wie der Maskenpause nicht alleine.

Bieten Sie die MasterCare-Behandlung jeder Kundin an, die:

- ein exklusives und einzigartiges Verwöhn-Erlebnis sucht
- eine Anti-Aging-Behandlung auf allerhöchstem Niveau wünscht
- sich Zeit für ihre Haut / Behandlung nehmen möchte
- sichtbare Ergebnisse mit lang anhaltendem Effekt erwartet

Pflegeschritt	Produkt	Zeit
REINIGUNG	Reinigungs Zeremonie	
PEELING LOTION	Lifting Peeling Powder Calming Tonic	
VORBEREITUNG	Miracle Boost Essence Miracle Brush	20
EDELSTEINMASSAGE (groß)	Ohne Produkt	5
AKUPRESSUR	MasterCare Express Firming & Smoothing Bio Fleece Mask	10
PURES GOLD	Blattgold (Folie) SkinNova SC Serum	10
BEAUTY CREATION MASSAGE	Massage Cream Relaxing / Stimulating Essence	20
EDELSTEINMASSAGE (klein)	Ohne Produkt	5
MASKE	Gold Zeremonie / inklusive Dekolleté	
AUGEN- UND LIPPENKOMPRESSEN	Calming Tonic Skin Nova SC Eye Serum	
OHR-REFLEXZONEN-MASSAGE	Ohne Produkt	
HAND- UND ARMMASSAGE	Lifting Peeling Powder Rich & Intensive Body Care Cream	35
ABSCHLUSSPFLEGE	MasterCream	5
ABSCHLUSSPFLEGE AUGEN	MasterCare Eye & Lip Cream	5
MAKE-UP	BB Cream CC Cream	5

WANN? bis zum 15.02.2020

WER? alle Kosmetikerinnen

FRAGEN AN? Category Management – Manuela Fouquet-Freeman – 551



4. AKADEMIE

4.1. Online – Offline Preise

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

auf Ihren Wunsch hin, finden Sie hier noch einmal Informationen zum Online Handel sowie hilfreiche Argumentationshilfen für Ihr Verkaufsgespräch.

Warum gibt es den Online Handel?

Das Kaufverhalten der Verbraucher hat sich in den letzten Jahren geändert. Vertriebskanäle werden entsprechend persönlicher Vorlieben ausgewählt. Bequemlichkeit beim Einkauf und Verfügbarkeit der Produkte spielen hierbei eine wichtige Rolle. Der Online-Handel ermöglicht dem Kunden dementsprechend eine Rund-um-die-Uhr Nutzung, sodass er sich jederzeit über Produkte und Preise informieren kann. Verbraucher möchten wählen können zwischen traditionellen Kanälen wie z.B. dem stationären Handel und neuen, innovativen Kanälen wie mobilen Anwendungen.

Werden Online – und Offline-Kanäle miteinander vernetzt, dann kann dies zu einer erhöhten Steigerung der Kundenzufriedenheit führen. Aufgrund der neuen Markenpositionierung ist es umso wichtiger einen Multi-Channel Kanal aufzubauen um sowohl unsere beständigen Kunden im stationären Bereich also auch die online-affine Zieleguppe zu erreichen. Dadurch wird die Marke Pieper insgesamt präsenter und spiegelt die Modernität wieder.

Warum herrschen im Online-Handel andere Preise als im stationären Handel?

Der Wunsch eines Händlers ist es, im Markt mit relativ hohen und konstanten, festen Preisen zu agieren. Aber der elektronische Handel steht diesen Überlegungen strikt entgegen: Auf der einen Seite ist das Internet eine gigantische „Preisvergleichsmaschine“, die es jedem Kunden ermöglicht zu sehen, wer der Preiswerteste am Markt ist. Auf der anderen Seite ist es ersichtlich, dass Preise nicht konstant sein müssen, sondern diese sich bei ein und demselben Artikel pro Woche, oder sogar pro Tag mehrfach ändern können. Der Online-Handel ist demnach dynamisch, transparent, schnelllebig und flexibel.

Im Online-Handel ist der Preisdruck enorm und es herrscht ein starker Preiskampf, d.h. der Wettbewerb treibt die Preisspirale nach unten und die Margen schrumpfen. Der Online-Shop muss sich an die Konkurrenz orientieren, die Preise vergleichen und vor allem mitziehen um wettbewerbsfähig zu bleiben. Daher wechseln Preise auch täglich. Vor allem mit Händlern die nicht stationär vertreten sind, herrscht ein großer Konkurrenzkampf. Darüber hinaus ist auch mit dem sogenannten „Graumarkt“ zu kämpfen. Dort sind nicht autorisierte Händler vertreten, die Produkte weitaus günstiger anbieten. Daher muss eine Balance gefunden werden, um sich von den anderen Händlern abheben zu können.

Die Preise des Online-Handels unterliegen dem des stationären Handels, da ihm bestimmte Kosteneinsparungen die Möglichkeit geben, Kaufanreize in Form von niedrigen Preisen zu setzen, wie zum Beispiel die Ladenmiete oder die Kosten des Fachpersonals. Während der stationäre Handel sich darauf



konzentriert die Marge einzuhalten, fokussiert sich der Online-Handel darauf, überall in Deutschland erreichbar zu sein, den Bekanntheitsgrad zu steigern, Reichweite zu generieren und mit der Konkurrenz mitzuhalten.

Warum ist der stationäre Handel weiterhin wertvoll?

kompetente und fachliche Beratung vor Ort

- besonderes Erlebnis für die Kunden anhand von riechen, fühlen, schmecken
- kennenlernen von Make-up Services
- Vertrauen aufbauen / persönliche und individuelle Beratung
- Wohlfühlfaktor durch angenehme Atmosphäre
- Mitgabe von Give-aways

Wie kann ich die Thematik erklären / argumentieren?

- „Natürlich gibt es online auch bei uns Preisunterschiede, wie bei jedem anderen Online- Handel auch, diese Preise wechseln ständig“
- „Wir führen in den Geschäften ebenfalls eine Vielzahl an rabattierten Produkten – darf ich es Ihnen zeigen?“
- „Wir sind ein Multi-Channel Unternehmen, d.h. wir sind stationär und online vertreten, davon profitieren Sie. Wir bieten Ihnen alle Möglichkeiten, wie und wann Sie einkaufen möchten.“
- „Das Netz ist schnelllebig (manchmal auch günstiger), allerdings haben Sie vor Ort eine stabile Preispolitik, den Service und das Fachpersonal...“
- „Im Online Shop sind Sie nur auf Sehen und Hören beschränkt. Stationär haben Sie die Möglichkeit, die Produkte physisch zu greifen, zu testen und zu riechen“.
- Natürlich gehen wir auf die Preise von unserer Online Seite ein. Wenn der Artikel vorrätig ist, bekommen Sie das Produkt zu dem Preis.

Stellen Sie doch mal ihrem Kunden Fragen...

- Darf ich Sie fragen, was Sie an unserer Filiale so mögen/ lieben...?
- Wie wichtig ist Ihnen eine fachliche kompetente und individuelle Beratung...?
- Was schätzen Sie so an uns...?
- Gibt es Ihnen ein gutes Gefühl, freundlich beraten zu werden, persönliche Gespräche führen zu können und alle Produkte fühlen und riechen zu können...?
- Was ist Ihnen am allerwichtigsten...?
- Wie wichtig ist Ihnen der persönliche Kontakt zu uns...?

Sprechen Sie intensiv im Team über dieses Thema und entwickeln Sie sich zusammen weiter. Jedes Geschäft ist anders und braucht persönliche Ansprachen und Argumente.

Viele liebe Grüße

Marketing & Akademie

