

# **IKW-Trendseminar**

## **Parfum, Pflege, Make-up und Emotion**

**Neue Chancen für Entwicklung, Marketing und Vertrieb**

**Fachseminar für Praktiker, die fundierte Tools und Anregungen für ihre eigene Arbeit suchen und wissen wollen was der neueste Forschungsstand ist und was die Innovationen und Trends in der Parfümerie sind.**



**13. Oktober 2014, 10.00 – 18.00 Uhr**  
**Marriott Hotel Frankfurt am Main**

### **Zielgruppe**

Mitarbeiter von Firmen aus Entwicklung, Marketing, Vertrieb und Öffentlichkeitsarbeit.

### **Teilnehmerzahl**

Maximal 25 Teilnehmer.

### **Preis**

1.250,- Euro + 19 % MwSt.

**In den letzten Jahren gab es in der Kosmetik enorme Entwicklungen. Die Produkte werden anspruchsvoller, aber auch die Verbraucher passen sich den neuen Gewohnheiten an. Für Marketing und Beratung gibt es bereits bahnbrechende Weiterentwicklungen und Chancen, bei denen die Grenzen zwischen on- und offline verschwinden und die die Verkaufspsychologie gerade revolutionieren.**

Wohin gehen jetzt aber die Trends und Entwicklungen, wie kann man sie für sich nutzen und wie und wo positioniert man sich am besten mit der nächsten Generation von Duft-, Pflege- und Make-up-Produkten, bei der die Übergänge fließender werden. Wie geht man auf die unterschiedlichen nationalen und internationalen Märkte, die Mentalitäten der Verbraucher ein und welche Chancen gibt es für die Produkte? Wie kann man die Entwicklung, das Marketing und den Verkauf der Produkte emotional faszinierender gestalten und präsentieren – denn z. B. Düfte können in sehr naher Zukunft mehr als nur himmlisch gut riechen? Welche Methoden gibt es on- und offline Neukunden zu gewinnen, auch wenn der Handelspartner z. B. ein stationärer Einzelhändler nicht in einer 1A-Lage ist? Wie kann man bestehende Kunden noch mehr faszinieren, um sich von anderen Distributionskanälen besser abzugrenzen? Wie kann man Promotions optimieren, z. B. Handelspartner von Fachgeschäften zum „Concept store“ vernetzen, etwa im Rahmen von Vlogging Cross-Promotions und damit den klassischen Querverkauf mit Social Shopping kombinieren.

Zusammen mit Dr. Joachim Mensing als Industrieinsider bündelt der IKW Trendwissen für seine Mitglieder, schafft einen nationalen und internationalen Überblick und regt mit kreativen Workshops zu eigenen innovativen Entwicklungen an. An einigen Beispielen wie z. B. Beauty Blogging, zielgruppenorientiertes Beauty Box Sampling, Apple's iBeacon App, oder der 3D Beauty Mirror, wird aufgezeigt, dass diese Marketing-Tools immer mehr Einfluss auf die Entwicklung und Optimierung der Produkte und deren Darbietung haben.

## Über Dr. Joachim Mensing

Dr. Joachim Mensing ist Diplom-Psychologe und Soziologe mit 30 Jahren Berufspraxis in der Parfümerie. Er ist Vorstand der Moodform Gruppe in Miami Beach, die sich auf die Entwicklung von Parfums, Kosmetik und Make-up, sowie deren Beratung und Verkauf spezialisiert hat.

In seiner bisherigen Laufbahn war er bei verschiedenen Unternehmen wie Guerlain in Paris, bei Estée Lauder in New York und bei Lancaster im Bereich Coty Prestige in Wiesbaden, New York und Paris tätig. Er arbeitete an diversen Parfum-, Make-up- und Kosmetikmarken und einige dieser Marken und Produkte erhielten nationale und internationale Auszeichnungen, z. B. den begehrten Fifi-Award.

# Seminar und Workshop im Detail

10.00 – 12.30 Uhr

**Neue Ansätze** und Technologien in Beratung und Verkauf

**Wie kann man Produkte entwickeln und präsentieren, damit sie emotional begeistern?**

Es wird ein Überblick über Ergebnisse gegeben und ausgewählte Studien der Verbraucherforschung werden vorgestellt. Die Teilnehmer werden die Geheimnisse der derzeit besten Beauty Blogger kennen lernen. Allein vier Damen erreichen monatlich 18 Millionen Beauty-Fans, knapp 600.000 täglich.

Mittlerweile kann man sehr konkret auf Fragen antworten, was es braucht um den Kunden zu begeistern, z. B.:

- Wie man Kompetenz vermittelt, die auch emotional fasziniert.
- Was besser verkauft wird und emotional mehr anspricht: viel oder gezielte Auswahl.
- Wie man Produkte gezielt präsentiert, damit sie emotional begeistern.
- Welche Produktgestaltung und Präsentationen emotional besonders Vorfreude auslösen.
- Wie man on- und offline Neukunden gewinnt, sie berät und an sie verkauft.
- Wie man bestehende Kunden immer wieder neu emotional fasziniert.

12.30 – 14.00 Uhr

**Mittagspause**

14.00 – 16.00 Uhr

**Zukunftstrends**, neue Marktentwicklungen und Chancen für die Parfümerie

**Der Duft ist heute ein entscheidendes Marketinginstrument. Nicht nur in der Feinparfümerie und funktionalen Parfümerie, sondern bei allen Produkten in der kosmetischen Welt.**

Die Parfümerie steht am Vorabend einer Innovationsrevolution. Es finden im Moment Entwicklungen statt, die nicht nur für Parfümeure und die Industrie bahnbrechend sind, sondern Verbrauchern ganz neue Möglichkeiten bieten Duft und Kosmetik zu erleben und für sich einzusetzen. Die „Zukunft der Parfümerie“ bestimmen 7 große Innovationen und Trends in Duft, Pflege, Make-up und Emotion.

Dieser Teil des Seminars gibt einen Insidereinblick:

> **Parfum- und Kosmetikindustrie**

Wer sie lenkt, hinter den Trends steht, die treibenden Kräfte sind und sie bestimmt.

> **Zielgruppen**

Wie aktuelle Trendgruppen aussehen, wie man sie erreicht und fasziniert.

> **Gehirnforschung**

Wie Duft und Kosmetik im Gehirn wirken – was an Wirkung bereits möglich ist.

> **Produktinnovation**

Was die nächste Generation von Duft- und Pflegeprodukten bietet.

> **Therapie**

Wie über Molekulare Stimmungsmodulation durch Duft, im Rahmen von Meditation und Achtsamkeitsübungen innere und äußere Schönheit entsteht.

> **Marketing und Positionierung**

Welche Entdeckungen aus der Neurobiologie, Psychologie und Social Media, Hersteller und Handel völlig neue Chancen geben und wie man Dufttrends bzw. Innovationen verifiziert.

> **Produktentwicklung**

Wie man Trends schneller umsetzt und Entwicklungszeiten verkürzt.

16.00 – 16.30 Uhr

**Kaffeepause**

16.30 – 18.00 Uhr

**Trendworkshop**

**Die Entdeckung der multisensorischen Welt hinter Trends und innovativen Produkten, wie sie emotional wirken, was ihr Faszinationsgeheimnis ist.**

Die Seminarteilnehmer lernen die Symphonie der Sinne – Maximierung des Duftgenusses durch Sinnesverschmelzungen in ihrer Arbeit mit Trendmaterialien kennen, dabei wird ihnen ein Grundwissen in Synästhesie und psychologischer Ästhetik vermittelt. Am Beispiel des "Farbrosetten-Testes" und des "Moodform-Systems" – zwei weit verbreitete Entwicklungs-, Marketing- und Beratungsinstrumente – wird erläutert wie persönliche Duftvorlieben über Farben und Formen zu erkennen sind.

Zum Abschluss werden Beispiele gezeigt, wie solche Konzepte konkret umgesetzt wurden, um die Seminarteilnehmer für neue Produktentwicklungen und Ansprachen zu stimulieren.