



spiegelt sich auch heute noch in dem ganzheitlichen Ansatz der Marke wieder. Die Kombination zwischen natürlichen Wirkstoffen wie Mineralien und Spurenelementen, patentierten Wirkstoffkomplexen und modernen Texturen waren und sind ein wichtiger Bestandteil der Forschung und Entwicklung. Deswegen sind Pflegeklassiker wie die Pâte Grise und die Crème N° 2, die von Dr. Nadia Payot entwickelt wurden, auch heute noch sehr beliebt und erfolgreich.

Ein wesentlicher Unterschied zu anderen Marken ist der grundsätzliche Konzeptansatz. Bei PAYOT geht es nicht nur um die Unterscheidung von Hauttypen, sondern um Hautzustände. PAYOT hat sich darauf spezialisiert, seine Produkte auf den aktuellen Hautzustand abzustimmen. Die hautzustandsorientierte Systempflege geht ganz gezielt auf den momentanen Hautzustand ein und pflegt daher optimal und ganz individuell.

Ein klarer Vorteil ist natürlich auch die selektive Distribution. Unsere Kosmetikerin muss sich keine Sorgen machen, dass ihre Kundin zur Behandlung kommt und dann die Produkte nicht bei ihr, sondern bei einem Geschäft um die Ecke einkauft.

||| **Was war die wichtigste Veränderung der letzten Zeit, die PAYOT durchlaufen hat?**

Da gibt es eine ganz klare Antwort. Die aktuelle Trennung des Außendienstes! Bis April diesen Jahres gab es eine Außendienstmannschaft für den privaten Fachhandel, die unsere Duftmarken und PAYOT betreut haben. Um unsere Kosmetikkunden jedoch individueller und besser betreuen zu können, haben wir Anfang des Jahres die Entscheidung für zwei Außendienst-Teams getroffen, eines für Duft und eines für Pflege. Mit Frau Hannelore Müller-Leiste haben wir auch eine neue

Vertriebsleitung für das PAYOT-Team eingestellt. Ihre langjährige Erfahrung aus der Duft und Kosmetikbranche wird mit Sicherheit eine Bereicherung für PAYOT und unsere Kunden darstellen.

||| **Was plant Payot als Nächstes, um seine Kunden zu unterstützen?**

Nach dem Kundenbereich auf www.payot.de mit dem Zugriff auf individualisierbare Werbemittel, die Bilddatenbank, aber auch auf Preisliste und Schulungsunterlagen planen wir demnächst, auch mit einem e-learning Programm online zu gehen. Hier hat die Kosmetikerin dann die Möglichkeit, jederzeit auf Schulungsmodulen zu einzelnen Produkten oder Behandlungen zuzugreifen. Alles was dazu nötig ist, ist eine Internetverbindung! Zusätzlich zu den Hotelseminaren und Schulungen natürlich.

||| **Wie ist denn die zukünftige strategische Ausrichtung der Marke?**

Der Fokus liegt jetzt und zukünftig auf dem Institutsmarkt, sie sind die Kernkompetenz der Marke. Da die klassische Institutskundin reiferen Alters ist, liegt natürlich auch der Produktschwerpunkt für uns auf Anti-Aging. Die Umsatzsteigerung in diesem Bereich in den letzten Jahren bestärkt diesen Entschluss. Unser Ziel ist es, unsere Kunden zu unterstützen, ihre bestehenden Kompetenzen noch weiter auszubauen und in der Beratung umzusetzen, damit sie Gewinn machen.



PAYOT
PARIS

||| **PUIG Deutschland GmbH**

www.payot.de
Tel.: 040/3010 2430

||| Standort: Hamburg

||| Marken: PAYOT, Paco Rabanne, Prada, Valentino, Carolina Herrera, Comme des Garçons, Nina Ricci