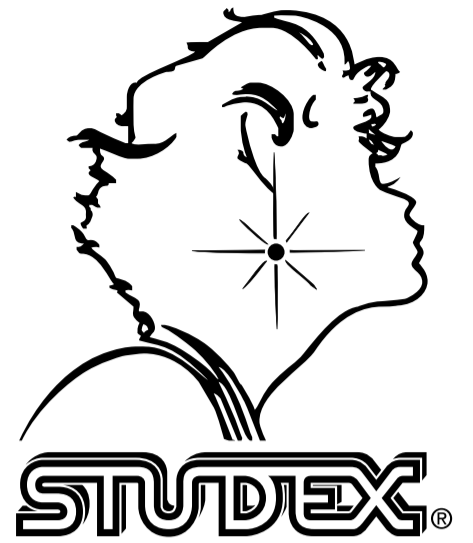




Zusatzumsatz & Kundenbindung

Studex – My first earring

Als weltweit größter Hersteller von Ohrloch-Stechsystemen ist das US-Unternehmen Studex seit 1978 bekannt. Seit mehr als drei Jahrzehnten garantieren diese Stechsysteme einen attraktiven zusätzlichen Umsatz, der vom Fachhandel nicht unterschätzt werden sollte. Schließlich handelt es sich bei der Zielgruppe um Mädchen und deren Mütter.



Unter www.ohrlochstechen.info finden Juweliere und ihre großen und kleinen Kunden Antworten auf alle Fragen rund ums Ohrlochstechen.

Kindgerechte Verpackung mit Emotion: Im „Schatz-Kästchen“ von Studex können Kinder ihre ersten Ohrringe und andere kleine Schätze aufbewahren.

Welche Frau erinnert sich nicht, wo und wann sie ihre Ohren gestochen bekam? Meist ist das Ohrlochstechen und die dabei erstandenen Ohrringe der erste Kontakt der Schmuckkundinnen von morgen mit einem Juwelier. Ein Potenzial, das noch immer allzu oft übersehen wird.

Stammkunden gewinnen

Und das Folgegeschäft, das sich daraus ergeben kann, ist durchaus lukrativ. Denn die kleinen Kunden von heute können die Schmuckfans von morgen werden. Mit dem passenden Angebot kann man diese Zielgruppe bereits in jungem Alter für das Thema Schmuck begeistern und zu Stammkunden machen. Dem trägt Studex seit letztem Jahr mit „My first earring“ Rechnung.

„Ohrlochstechen kann zu einem besonderem Moment werden, der zwischen Juwelier und Kunden ein lebenslanges Vertrauensverhältnis aufbaut“, ist das Unternehmen überzeugt. Deswegen bietet Studex nicht nur ein Ohrlochstechsystem mit einfacher Handhabung und optimaler Hygiene, sondern auch eine große Auswahl an Erstohrsteckern und ein rosa „Schatz-Kästchen“, in dem kleine Damen ihre ersten Ohrringe und andere kleine Schätze aufbewahren können.“

„Das Folgegeschäft, das sich durch Ohrlochstechen ergibt, kann für den Fachhandel überaus lukrativ sein.“

Juergen Weiss, Studex Europa

Drei Jahrzehnte Erfahrung

Was das US-System von anderen Ohrloch-Stechsystemen unterscheidet? „Unser ‚System 75‘ zeichnet sich vor allem durch höchste Hygiene und 100 Prozent Sterilität aus. Der Ohrstecker kommt bei keinem Arbeitsschritt mit der Haut des Juweliers in Berührung. Eine unkomplizierte Handhabung garantiert einfaches Arbeiten. ‚Stechen statt Schießen‘ lautet die Devise. Somit wird ein fast schmerzloser und geräuschloser Stechvorgang ermöglicht“, erklärt Juergen Weiss, Geschäftsführer von Studex Europa. Wie das Ohrlochstechen genau funktioniert, sieht man auch bei dem überaus lehrreichen Schulungsvideo auf der Studex-Homepage unter www.studex.com. Außerdem finden Juweliere und ihre Kunden unter www.ohrlochstechen.info Antworten auf alle Fragen.

Attraktive Präsentation

Die praktischen Displays garantieren eine optimale Präsentation. Reinigungs- und Pflegeprodukte runden das Sortiment ab und ermöglichen eine kompetente Kundebetreuung – vom Ohrlochstechen bis zur Nachbehandlung. Der Starterkoffer enthält zwei Ohrloch-Stechapparate, Ohrstecker, Alkoholtupfer, Markierstift und Ear Care Lotion. Perfekte Ergänzung sind Acryldisplays in verschiedenen Größen, für die Präsentation der unterschiedlichen Ohrstecker. Weiterer Pluspunkt: die „Ear Piercing Station“, ein praktisches Möbel das als Aufsteller, Stauraum und (aufklappbare) Sitzgelegenheit für

den Kunden beim Ohrlochstechen zu gleich fungiert. Der Juwelier hat dabei alles griffbereit.

Große Auswahl an Erststeckern

Weiterer Pluspunkt: Nur das Studex-System gibt dem Konsumenten die Möglichkeit, bereits beim allerersten Ohrring aus vielen Motiven auszuwählen. Anstatt der herkömmlichen Medizinstecker können Ohrstecker in verschiedenen Farben und Formen eingesetzt werden“, unterstreicht Weiss den Unterschied zu anderen Anbietern in diesem Segment. Großer Wert wird dabei auf die Verträglichkeit gelegt. So entspricht der verwendete Chirurgenstahl der EU-Nickelverordnung. „Absolutes Highlight ist aber, dass bei uns als Erststecker auch Echtgoldstecker mit 14 oder 18 Karat oder Titanstecker in unterschiedlichen Farben und Formen getragen werden können“, schwärmt Weiss von der Vielseitigkeit des Studex- Systems. ■

Studex setzt auf Kinder

Eine Konsumentenstudie von Studex ergab, dass rund 50 Prozent der Klientel zwischen 5 und 12 Jahren alt ist, 30 Prozent sind zwischen 12 und 20 Jahre. Die Entscheidung für das erste Ohrlochstechen wird in über 80 Prozent von den Eltern getroffen. Dabei ist für 64 Prozent die Schmerzlosigkeit und für 55 Prozent die hygienische Arbeitsweise von großer Bedeutung.