

## Opas luonnonkosmetiikan myyntiin

Emilia Tallila

Opinnäytetyö  
Myyntityön koulutusohjelma  
2017



<b>Tekijä(t)</b> Emilia Tallila	
<b>Koulutusohjelma</b> Myyntityön koulutusohjelma	
<b>Opinnäytetyön otsikko</b> Opas luonnonkosmetiikan myyntiin	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 24 + 17
<b>Opinnäytetyön otsikko englanniksi</b> Guide for natural cosmetics sales	
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on luoda Flow kosmetiikan jälleenmyyjille opas heidän kasvojenhoitotuotteistaan. Tavoitteena on luoda yleisellä tasolla ohjeistava opas luonnonkosmetiikasta, sekä asiakkaan kohtaamisesta. Työssä siis avataan yleisellä tasolla luonnonkosmetiikkaa ja sen myyntiä, sekä mitä myyjän tulee omassa käyttäytymisessään ottaa huomioon myyntitilanteessa, sekä itse myyntiprosessia.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostuu teoriasta, jossa kuvataan aloittelevalle luonnonkosmetiikan myyjälle mitä luonnonkosmetiikka oikeastaan on, ja mitä kyseinen käsite pitää sisällään. Työssä ohjeistetaan myös myyjää oman kehonkielen havainnoimiseen asiakas kohtaamisessa, sekä asiakkaalle annetun ensivaikutelman tärkeyteen myyntiprosessia ajatellen.</p> <p>Opinnäytetyön toiminnallisena osuutena eli produktina syntyi koulutusmateriaali, josta toimexiantajayrityksen jälleenmyyjät hyötyvät Flow kosmetiikan kasvojenhoitotuotteiden oikeaoppisesta mynnistä asiakkailleen. Tuotekoulutusmateriaalissa hahmotetaan jälleenmyyjille selkeät ohjeet asiakkaille oikeiden tuotteiden löytämisessä heidän oman ihotyypinsä mukaisesti.</p> <p>Opinnäytetyön tuotoksena syntynyt Power Point -esitys on helppolukuinen koulutusmateriaali uusille, sekä miksi ei vanhoillekin jälleenmyyjille. Esityksen tuotekohtaiset myyntiargumentit helpottavat tuotteiden myyntiä asiakkaille. Kuvioiden perusteella pystytään löytämään nopeasti asiakkaan ihotyypille sopivat tuotteet. Näin lisätään asiakkaiden tyytyväisyyttä itse tuotteisiin, että myös asiakaspalvelun laatuun. Esitys toimii myös hyvänä tukimateriaalina itse myyntitilanteessa.</p> <p>Opinnäytetyö toteutettiin aikavälillä maaliskuu-toukokuu sekä elokuu-lokakuu 2017.</p>	
<b>Asiasanat</b> Luonnonkosmetiikka, myynti, myyntiprosessi, asenne	

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
1.1	Toimeksiantajan esittely .....	2
1.2	Opinnäytetyön tavoitteet .....	2
1.3	Opinnäytetyön rakenne .....	3
2	Luonnonkosmetiikka .....	4
2.1	Eteeriset öljyt .....	5
2.2	Luonnonkosmetiikan myynti .....	6
3	Asiakkaan kohtaaminen .....	7
3.1	Ensivaikutelman luominen ja myyjän asenne .....	7
3.2	Kehonkieli myyntitilanteessa .....	10
3.3	Asiakkaan tarpeen kartoitus .....	11
3.1	Tuotetuntemus .....	13
3.2	Ratkaisun esittäminen .....	14
4	Toiminnallinen tuotos .....	15
4.1	Projektisuunnitelma ja aikataulu .....	16
4.2	Aineisto ja sen keruumenetelmät .....	17
4.3	Toteutus .....	17
5	Pohdinta .....	19
5.1	Kehittämisen- ja jatkotutkimusehdotukset .....	19
5.2	Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi .....	20
	Lähteet .....	22
	Liitteet .....	24

# 1 Johdanto

Kuluttajien tuotetietoisuus, sekä vaatimus henkilökohtaiselle palvelulle kasvavat koko ajan. Luonnonkosmetiikan säilöntäaineettomuus ja luonnosta peräisin olevien raaka-aineiden käyttö tekevät isoa jalansijaa kosmetiikka-alalla. Kuluttajat haluavat vähentää keinotekoisien kemikaalien määrää iholla ja vaihtaa sen ruokaympyrästä löytyviin, luonnosta villinä löytyviin raaka-aineisiin. Eteerisillä öljyillä on suurin osuus luonnonkosmetiikan tuotannossa. Nämä öljyt ovat kevyitä haihtuvia yhdisteitä, joita saadaan tuotettua eri hedelmistä sekä kasveista. Eteeriset öljyt vaikuttavat sekä henkisesti, että fyysisesti koko kehoon säädellen mielialaa, sekä esimerkiksi lievittäen tulehduksia.

Kuluttajat hakevat yhä enemmän palveluelämyksiä ja ovatkin hyvin tietoisia yleisesti tarjotavasta asiakaspalvelun tasosta. He osaavat vaatia enemmän ja ovatkin myös valmiita maksamaan hyvästä palvelusta enemmän kuin aikaisemmin. Asiakkaat haluavat saada tunteen, että myyjät ovat liikkeessä vain heitä varten. Kilpailu ostavista asiakkaista on kovaa ja uusiakin yrityksiäkin kaatuu tiuhaan, kun myyntiä ja asiakkaita ei vaan ole tarpeeksi. Yrityksen yleisin tapa haalia asiakkaat, on erottua kilpailijoista jollakin yrityksen toiminnan osa-alueella. Tässä kohtaa moni yritys pyrkii erottumaan kilpailijoistaan palveluelämyksen tarjoajana. Hyvään palvelukokemukseen vaikuttaa olennaisesti asiakkaan ensikohtaaminen myyjän kanssa. Ensikohtaamisella asiakas luo yrityksestä kuvan, johon on jälkeenpäin enää vaikea vaikuttaa. Myyjän tulee säilyttää positiivinen asenne, ryhti sekä katsekontakti asiakkaaseen myyntitilanteen aikana. Soljuvalla keskusteluyhteydellä myyjä saa selvitettyä asiakkaan tarpeen ja näin tarjottua hänelle kokonaisvaltaista ratkaisua.

Myyntitilanteessa asiakkaan tarpeen kartoitus on keskeisessä roolissa koko myyntiprosessia. Tämä on se vaihe, kun myyjä selvittää erinäisillä kysymyksillä asiakkaan tarpeen. Avoimilla kysymyksillä myyjä pystyy kartoittamaan asiakkaan myös tiedostamattomat tarpeet. Tarvekartoituksen perusteella myyjä pystyy tarjoamaan asiakkaalle kokonaisvaltaisen ratkaisun hänen ongelmaansa. Tuotetietous on ratkaisun esittämisessä hyvin tärkeä osa-alue. Jos myyjä ei tunne myymiään tuotteita, ei asiakkaan ole luultavasti kovin vakuuttunut tuotteesta ja alkaa epäillä ostopäätöksen tekemistä. Myyjän tuntiessa tuotteen sa hän osaa kartoittaa niistä juuri kyseisen asiakkaan tarpeeseen sopivat, sekä kertoa asiakkaalle miksi juuri ne ovat ratkaisu hänen ongelmaansa. Ratkaisu esitetään yleensä tuotteen ominaisuuksien, sekä niistä kertyvien hyötyjen kautta. Asiakas haluaa kuulla miksi hänen tulisi ostaa juuri kyseinen tuote, eikä sitä viereistä halvempaa tuotetta. Tuotteesta asiakkaalle kertyviä hyötyjä on usein raha, ajan säästö taikka terveyshyödyt. Nykyisin

kuitenkin asiakkaat ovat valmiimpia maksamaan enemmän, eikä raha ole aina se haetuin hyöty. Tuotteen korkeatasoisilla raaka-aineilla, sekä eettisyydellä on iso merkitys nykypäivän tuotemyynnissä.

Opinnäytetyön tarkoituksena on avata luonnonkosmetiikan myyjille, taikka miksi ei ihan kenelle tahansa tuotemyyjälle, mitä tulisi ottaa huomioon asiakkaan kohtaamisessa.

Työssä havainnoidaan myyjän oman kehonkielen tärkeyttä asiakkaan kohtaamisessa, sekä kuvataan itse myyntiprosessia. Opinnäytetyön tuotoksena syntyvän oppaan tulisi ohjeistaa vain, ja ainoastaan Flow kosmetiikan jälleenmyyjiä myyntitilanteessa. Tuotoksessa perehdytään siihen, mitä asiakkaalta tulee selvittää oikean tuotteen löytämiseksi asiakkaan tarpeeseen, ja keskeiset myyntiargumentit suositeltavasta tuotteesta.

### **1.1 Toimeksiantajan esittely**

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii suomalainen luonnonkosmetiikkaa myyvä yritys Flow kosmetiikka. Flow kosmetiikka sai alkunsa vuonna 2004, kun yhtiön perustaja Riitta Jänkälä aloitti saippuoiden sekä aromaterapiatuotteiden myynnillä. Tuotevalikoima onkin laajentunut siitä erilaisilla ihon- ja hiustenhoitotuotteilla. Tuotteet valmistaa Vihreä Kosmetiikka Finland Oy, joka on Hyvinkäällä toimiva perheyritys. Heillä on yli kymmenen vuoden kokemus luonnonkosmetiikan valmistamisesta. Tuotantotiloissa työskentelee kuusi henkilöä, ja joidenkin tuotteiden valmistus on ulkoistettu alihankkijalle Sipooseen. Flow kosmetiikan tuotteet on valmistettu noudattamalla eurooppalaisen Cosmos-luomukosmetiikkastandardin vaatimuksia. Tuotteissa käytetyt raaka-aineet ovat kaikki sertifioituja ja villinä kasvaneita, tosin valmiilla tuotteilla ei ole luomusertifiointeja kustannuseräisistä syistä. Sertifikaatit ovat kalliita ja pienelle perheyritykselle se olisi liian kallis investointi. Tuotteet ovat kuitenkin yhtä luonnonmukaisia kuin sertifioidut luomukosmetiikkatuotteet. (Flow kosmetiikka.)

Toimeksiantaja valikoitui opinnäytetyön kirjoittajan kiinnostuksesta luonnonkosmetiikkaan sekä myyntiprosessiin. Flow kosmetiikka on suomalainen perheyritys, jonka raaka-aineet ja tuotanto kiinnostavat kirjoittajaa. Kirjoittaja ei ole aikaisemmin työskennellyt yrityksessä, taikka työskennellyt kirjoitushetkellä.

### **1.2 Opinnäytetyön tavoitteet**

Opinnäytetyön tavoitteena on kompakti esitys luonnonkosmetiikasta, siinä usein käytetyistä eteerisistä öljyistä, että sen myynnistä. Oppaassa puidaan myös myyjien asenteen, sekä ulkoisen olemuksen vaikutusta asiakkaaseen heidän ensikohtaamisella. Työssä

käydään rajatusti myös läpi myyntitilanteessa tapahtuva tarvekartoitus, esitetään tuotetuntemuksen tärkeys sekä lyhyesti ratkaisun esittäminen asiakkaalle. Myyjä pystyy vaikuttamaan asiakkaaseen heti tämän astuessa sisään liikkeeseen. Jokainen meistä tekee tiedostamattaan johtopäätöksiä ihmisistä jo pelkän ensivaikutelman perusteella. Pystymme vaikuttamaan asiakkaiden ostomielentilaan jo heidän astuessaan sisään liikkeeseen. Myyntitilanteessa kuuntelu on myyjän tärkein työkalu. Tämän avulla selvitetään mitä asiakas tarvitsee ja pystytään vastaamaan juuri hänen tarpeisiinsa. Tässä vaiheessa taas korostuu tuotetuntemuksen tärkeys, jolloin myyjän täytyy tietää mitä myy. Asiakas ostaa hyötyjä, joita tulee tuotteen ominaisuuksista. Myyntitilanteen voi ratkaista juuri ne sanat, joilla myyjä esittelee kyseisestä tuotteesta koituvan hyödyn asiakkaan ongelmien ratkaisuun.

Teorian aineisto on koottu erinäisistä kirja- sekä nettilähteistä. Ensimmäinen pääotsikko luonnonkosmetiikasta koostuu tasapuolisesti molemmista lähteistä, kun taas asiakkaan kohtaamisen pääotsikko on hieman enemmän kirjallisuus painotteinen. Aihealueista keskitytään avaamaan lyhyesti laajempi kokonaisuus pysähtymättä liikaa yhteen alaotsikkoon. Teoria on suunnattu kenelle tahansa luonnonkosmetiikasta kiinnostuneille, sekä alalle tuleville uusille myyjille. Sitä voi hyödyntää myös luonnonkosmetiikkaa myyvät yritykset myyjiensä ohjeistamiseen asiakkaan kohtaamisessa sekä myyntiprosessissa.

Tuotoksen aineisto on koottu Flow kosmetiikan vanhasta tuotekoulutuspaketista, heidän omilta nettisivuiltaan sekä asiakkaiden arvioinneista tuotteista nettisivuilla. Tuotoksen toteutuksessa on myös käytetty Flow kosmetiikan yhteyshenkilön antamia vinkkejä sekä vierailua yhtiön tuotantotiloissa Hyvinkäällä. Tuotos on tarkoitettu vain ja ainoastaan Flow kosmetiikan jälleenmyyjille, jotka myyvät heidän tuotteitaan.

### **1.3 Opinnäytetyön rakenne**

Opinnäytetyö koostuu kahdesta osasta, teoriaosuudesta ja toiminnallisesta osuudesta. Työn ensimmäisenä aiheena käydään rajatusti läpi käsitettä luonnonkosmetiikka, mitä se on ja kuinka se eroaa ”normaalista” kosmetiikasta sekä hieman luonnonkosmetiikan sertifiointista. Ensimmäisen osan lopussa käydään myös läpi luonnonkosmetiikassa paljon käytettyjä eteerisiä öljyjä ja niiden käyttömahdollisuuksia hyvinvoinnin tukena. Työn toisena pääaiheena on asiakaskohtaamiseen valmistautuminen ja siihen vaikuttavien asioiden läpikäynti. Tässä osassa käydään läpi mitä myyjä voi omalla kehonkielellään viestiä asiakkaalle myyntitilanteessa. Osassa havainnollistetaan myös itse myyntiprosessia.

Tuotoksena työlle on Flow kosmetiikan kasvojenhoitotuotteista koottu opas jälleenmyyjille helpottamaan kasvojenhoitotuotteiden myyntiä. Tässä osassa on koottu yhteen tiivis paketti Flow kosmetiikan kasvojenhoitotuotteiden keskeisistä myyntiargumenteista ja helpotetaan kartoittamaan kullekin ihotyypille sopivat tuotteet eri työkalujen avulla. Tuotos ohjaa myyjää huomioimaan asiakkaan tarpeet tuotteiden jälleenmyynnissä. Tuotoksena produkti, joka on valmis koulutusmateriaali Flow kosmetiikan kasvojenhoitotuotteista jälleenmyyjille hyödynnettäväksi omissa myyntiprosesseissaan.

## **2 Luonnonkosmetiikka**

Kuluttajat tulevat yhä tietoisemmiksi tuotteidensa raaka-aineista sekä vaarallisten kemikaalien haitoista. Kosmetiikassa käytetään yhä enemmän ja enemmän erilaisia keinotekoisia kemikaaleja sekä hajusteita. Kuluttaja altistuu jatkuvasti uusille aineille ihollaan, sekä allergisten reaktioiden riski kasvaa. Yhden päivän aikana kuluttaja saattaa altistua jopa yli 20 erilaiselle hajusteelle. Suu- sekä hengitysteiden kautta pääsee kulkeutumaan suuri määrä erinäisiä kemikaaleja elimistöön. Esimerkkeinä huulipunat- sekä rasvat, hammastahnat, suihkutettavat deodorantit yms. kulkeutuvat kehoihimme jokapäiväisessä arjessa. Myös kosmetiikan ympäristölle aiheutuvat haitat jättävät jälkeensä ison hiilijalanjäljen ympäristöömme (Luonnonkosmetiikka 2016.)

Luonnonkosmetiikka on ympäristöystävällinen sekä luonnollinen tapa pitää huolta itsestään, sekä ihostaan. Tuotteista saatavat kosmeettiset hyödyt tulevat usein tuotteista, joita löydämme myös omasta ruokaympyrästä joka päivä. Luonnonkosmetiikassa käytettävät kylmäpuristetut öljyt sekä erilaiset kasviuutteet on saatu luonnollisesti hyödynnettävään muotoon, sekä eri raaka-aineiden yhteisvaikutukset (Luonnonkosmetiikka 2016.)

Sertifioidussa luonnonkosmetiikassa pystytään takaamaan puhtaasti kasviperäisten aineiden käyttö. Merkinnän saanut kosmetiikka ei myöskään sisällä uhanalaisia kasveja eikä geenimuunneltuja raaka-aineita. Luonnonkosmetiikan sertifiointiin keskittyneitä organisaatioita löytyy jo maailmanlaajuisesti. Kyseiset organisaatiot tekevät yhteistyötä pyrkiessään säätelemään vaadittavien kriteerien yhdenmukaisuutta. Eroavuuksia myöskin löytyy, esimerkiksi jotkut painottavat luomutuotantoa olevien raaka-aineiden hyödyntämistä eri tavoin, kun taas toiset organisaatiot suhtautuvat erilailla tuotteissa käytettävien synteettisten ainesosien käyttöön. (Luonnonkosmetiikka 2016.)

Yhteisinä kriteereinä jokaiselle organisaation hyväksymälle sertifioidulle tuotteelle on kuitenkin seuraavat;

- luonnollisten-sekä luomulaatuisten raaka-aineiden suosiminen
- villikasvien käyttö vastuullisella tavalla
- raaka-aineiden mahdollisimman minimaalinen prosessointi
- mitään tuotteita, taikka niiden valmistukseen käytettyjä raaka-aineita ei tule olla testattu eläimillä
- tuotannon, käytön ja hävittämisen aikana ympäristölle aiheutuvat haitat minimoitava
- tuotteiden markkinoinnissa ja pakkausmerkinnöillä tule antaa kuluttajalle oikeaa tietoa. (Luonnonkosmetiikka 2016.)

## 2.1 Eteeriset öljyt

Eteerisiä öljyt ovat helposti haihtuvia sekä kevyitä yhdisteitä, ja niitä tuotetaan useimmiten höyrytislamalla erilaisia hedelmiä, kukkia sekä puun osia (Gilbert, 2011. 17.) Niiden voimakkailla tuoksuilla pystytään vaikuttamaan ihmisen fysiologisiin toimintoihin, että tunne-elämän tasapainoon. Eteerisillä öljyillä on monia vaikutuksia niin henkisesti kuin fyysisestikin esimerkiksi hillitsemään ja estämään tulehduksia, vilkastuttamaan verenkiertoa, lievittämään kipua sekä poistamaan kehosta erinäisiä kuona-aineita sekä myrkkyyä. Öljyt tukevat myös kehon hormonaalista säätelyä. (Luontoemo. 2017.)

Eteerisiä öljyjä voidaan hyödyntää monissa ei käyttötarkoituksissa, kuten esimerkiksi aromaterapeuttisessa hieronnassa muutama tippa öljyä sekoitetaan johonkin öljypohjan esimerkiksi seesamiöljyyn. Aikuisen kokovartalohierontaan riittää noin 5-8 tippaa ja lapsille annostus on vain puolet tästä. Jokaisella eteerisellä öljyllä on omat hoitavat vaikutuksensa ja ne valitaan asiakkaan toiveiden mukaan. Halutaanko sitten rentoutusta, virkistystä jne. Aromakylvyt ovat toinen hyvä tapa hyödyntää öljyjen vaikutuksia. Lämpimässä vedessä ihohuokokset avautuvat, jolloin kylpyveteen sekoitettu öljy pääsee helpommin imeytymään ja näin vaikuttamaan verenkiertoon. Tuoksulyhtyjen avulla taas pystytään helpommin vaikuttamaan erilaisiin tunnetiloihin. Niiden avulla voidaan lisätä hyvän olon- ja onnellisuuden tunnetta, lievittää masennusta sekä muita negatiivisia tuntemuksia. Voidaan käyttää myös pyykin pesussa sekä saunatuoksuna. (Flow kosmetiikka.)

Nämä öljyt ovat hyvin voimakkaita eikä näitä missään tapauksessa tule käyttää laimentamattomana suoraan iholla. Öljyt voivat tällöin herkästi aiheuttaa allergisen reaktion sekä aktivoida kuukautisvuotoja, jolloin tuotetta ei suositella raskaana oleville. (Gilbert, 2011.)

17.) Tosin muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta, kuten esimerkiksi teepuu- ja laventeliöljyjä voidaan käyttää tarvittaessa suoraan iholle erilaisten haavojen, finniin taikka syylien hoidossa (Flow kosmetiikka.)

## 2.2 Luonnonkosmetiikan myynti

Nykyäänä kilpailu asiakkaista on kovaa. Yrityksen pysyessä kilpailukykyisenä, on tämän erotuttava kilpailijoistaan tavalla, joka on hankala jäljitellä. Yhä useammin yritykset panostavat tässä palveluun. Henkilökunnan palveluosaaminen on hankalasti kopioitavissa oleva keino erottua massasta. Hyvällä palveluosaamisella yritys pystyy muuntamaan yksinkertaisenkin tuotteen palveluelämykseksi. Tyytyväinen asiakas puhuu yrityksen puolesta, jossa henkilökunta on vuorovaikutustaitoista sekä palveluaitista. Tällöin yrityksenkään ei tarvitse myydä tuotteitaan huonoilla katteilla, koska hintaan sisältyy myös ammattitaitoinen palvelu. (Flink, Kerttula, Nordling & Rautio. 2015. 67.)

Asiakkaan mielenkiinto herätetään vaikuttamalla asiakkaan ostopäätökseen kertomalla uutuuksista, korostamalla sen sopivuutta asiakkaalle, taikka edullisella hinnalla. (Vauhtia myyntiin 2014.)

Luonnonkosmetiikan sekä ns. tavallisen kosmetiikan suurin ero on tottakai purkin sisältö. ”Tavalliset” meikit yleensä sisältävät keinotekoisesti tuotettuja mineraaliöljyjä, silikoneja, parabeeneja sekä parfyymejä. Mikään näistä aineista ei ole luontaisesti kosketuksissa ihomme. Luonnonkosmetiikassa taas käytetään kasveja, kasviöljyjä sekä mineraaleja, jotka ovat puhtaasti luonnosta olevaa alkuperää. Mineraalit ovat teollisen kaivostoiminnan ylijäämätuotetta, joka jauhetaan sekä puhdistetaan. Mineraalituotteet ovat myös kuivia, joten bakteerit eivät pääse näin tarttumaan tuotteeseen sekä pilaamaan sitä. Puhtaiden mineraalien ei tulisi vaikuttaa myöskään ympäristöön. Luonnonkosmetiikka saattaa myös aiheuttaa käyttäjilleen suhteessa vähemmän ihoreaktioita sekä parantaa kutinaa. (Björkgren Jones, 2015. 55-56.)

Luonnonkosmetiikassa sana ”säilöntäaineeton” on erittäin ratkaisevassa asemassa tuotteiden myynnissä. Tuotteen myynnissä tämä nostaa välittömästi tuotteen arvoa. Tosin kaupallista kosmetiikkaa on hyvin vähän, joka pystyisi valmistamaan isoja eriä ilman säilöntäaineita kauan ennen niiden myyntiä. Vesipohjaiset tuotteet pilaantuvat herkästi ja saattavat muuttua jopa haitallisiksi ilman säilöntäaineita. Vaihtoehtona tälle on valmistaa tuote täysin ilman vettä. Myös kasvipohjaisia hauteita sisältävät tuotteet ovat herkkiä pilaantumiselle vesiperäisten bakteerien, sienien taikka hiivan vaikutuksesta. (Gilbert, 2011. 24.)

### **3 Asiakkaan kohtaaminen**

Asiakaspalvelussa päätoimintoja ovat ihmisten kohtaaminen sekä vuorovaikuttaminen. Tämä on yksi niistä harvoista yrityksen toiminnoista, joissa yritys pääsee konkreettisesti vaikuttamaan asiakkaansa yrityskuvaan. Kuitenkin asiakaskohtaamiset tuovat mukanaan myös erilaisia haasteita. Myyjä ei koskaan voi tietää missä mielentilassa asiakas tulee liikkeeseen, tai mikä hänen tarpeensa on juuri sinä päivänä. Tämän vuoksi palvelutilanteen ennakointi ja siihen valmistautuminen on haastavaa. Kuitenkin pohjimmiltaan myyjään kohdistuvat odotukset ovat joka kulttuurissa saman tyyliiset; asiakas haluaa, että hänet hyväksytään, häntä kuunnellaan, ymmärretään ja arvostetaan. (Flink ym. 2015. 74.)

Jokainen meistä on ostava asiakas. Ostamme erilaisia palveluita ja tavaroita omiin tarpeisiimme. Olemme kuluttaja-asiakkaita. Kysymme usein ostopäätökseemme neuvoja sekä suosituksia läheisiltämme, taikka muilta kuluttajilta erilaisten kanavien välityksellä. Ostopäätöksen teemme kuitenkin yleensä yksin, ja tavoitteenamme onkin saada täydellinen tyytymisen tunne tuotteeseemme. (Löytänä & Kortesus 2011,122.)

Välillisellä asiakaspalvelulla tarkoitetaan vaikuttamista asiakkaaseen joko fyysisellä kohtaamisella, puhelimitse, postitse taikka sähköpostitse. Välittömällä asiakaspalvelulla taas tarkoitetaan kaikkea liiketoimintaa tukevia toimintoja ja mahdollistetaan yrityksen toiminnan pyörittäminen. (Flink ym. 2015.76.)

Yrityksellä löytyy myös sekä sisäisiä, että ulkoisia asiakkaita. Sisäisillä asiakkailla tarkoitetaan yhteistyökumppaneita, tavarantoimittajia, omaa henkilökuntaa sekä henkilöitä, jotka huolehtivat yrityksen ulkoistamista palveluista, kuten esimerkiksi kiinteistöhuollosta. (Flink ym. 2015. 76.)

#### **3.1 Ensivaikutelman luominen ja myyjän asenne**

Jokainen meistä tekee tiedostamattomasti päätelmiä ihmisestä hänen antamansa ensivaikutelman perusteella. Ensikohtaamisessa kiinnitämme huomiota lähestymistapaan, sanojen käyttöön sekä elekieleen. Myyjä pystyy vaikuttamaan asiakkaaseensa heti hänen astuessaan sisään liikkeeseen. Asiakas otetaan vastaan hymyllä, joka luo positiivista ilmapiiriä tilanteeseen. Tosin myyjän tulee osata lukea myös tilannetta, ylipositiivinen asenne taikka teennäisyys paistavat herkästi läpi asiakkaalle ja saattavat jopa kääntää myyjän itseään vastaan. Reipas asenne ja ryhti viestivät asiakkaalle myyjän asenteesta. Tärkeintä mitä myyjän tulee huomioida, on säilyttää soljuva keskusteluyhteys asiakkaaseen sekä hyvä katsekontakti. Myyjän tehtävänä on saada selville se asiakkaan pohjimmainen tarve,

jotta asiakkaalle pystytään tarjoamaan akuutin tarpeen sijasta kokonaisvaltaisempi ratkaisu. (Hänti, Kairisto-Mertanen & Kock. 2016.134-135.)

Kaikki ovat syntyneet tähän maailman ilman asenteita ja ennakkoluuloja. Ihminen alkaa keräämään tietoa jo varhain lapsuudessa vanhempien käytöksestä ja suhtautumisesta itseensä, toisiinsa sekä muihin ihmisiin. Näistä työstämme pohjan elämänasenteellemme ja omaan arvostukseemme sekä tapaan, jolla arvostamme muita. Tärkeimpänä kanssakäymisen perustana toimii asiakaspalvelija oma asenne työtä kohtaan. (Flink ym. 2015. 79.)

Asenteisiin on aina liitoksissa myös tunteita, ja näin tarttuvat myös helposti toisiin ihmisiin. Ihminen on kuitenkin hyvin sokea omalle asenteelleen ja sille, kuinka se näkyy ulospäin. Taulukossa 2. kuvataan neljää ihmisen perusasennetta ja sitä, kuinka suhtaudumme itseemme sekä toisiin ihmisiin. Suhtautumisemme asioihin elää jatkuvasti näiden asenteiden välillä, joskus jopa yhden vuorovaikutustilanteen aikana. (Flink ym. 2015. 81.)

Kaikkietävä on terveellä tavalla oman arvonsa tunteva ihminen, joka seisoo omilla jaloillaan ja on hyvää seuraa. Hänen kanssaan pystyy keskustelemaan asioista ja olemaan myös eri mieltä. Hän nostaa kuitenkin oman arvonsa muiden yläpuolelle, joka näkyy ylimielisyytenä sekä koppavuutena. Työyhteisössä tämä näkyy muiden pomottamisena ja omien toimintatapojensa korostamisena. Asiakaspalvelutyössä hän esittää hankalia kysymyksiä ja viljelee lyhenteitä. Hän saa asiakkaan tunteman itsensä tyhmäksi ja aiheuttaa näin hänelle hankalan olon. (Flink ym. 2015. 82.)

Altavastaja on Kaikkietävän vastakohta, hän arvostaa enemmän muita kuin itseään. Työyhteisössä tällainen henkilö vähättelee itseään ja tukeutuukin usein muihin suoriutukseen annetusta tehtävästä. Hän vetäytyy mielellään syrjään ja karttaa mielellään uusia kekseliäisyyttä kaipaavia tehtäviä. Asiakaspalvelijana hän on asiakkaan vietävissä, ja ei osaa hoitaa tilannetta niin kuin alan ammattilaisen kuuluisi. Välttelee vuorovaikutustilanteita ja jos ei tiedä jotain, ohjaa mieluummin asiakkaan toiselle myyjälle ottamatta asiasta itse selvää. (Flink ym. 2015. 83.)

Mitä väliä? -asenne on valitettavasti yleisin asiakaspalautteissa todettu asenne. Henkilö osoittaa nimensä mukaisesti välinpitämättömyyttä ja arvostamattomuutta itseään, sekä muita kohtaan. Työyhteisössä yleensä tunnetaan ilonpilaajana ja uusien ideoiden lyttääjänä. Asiakaspalvelijana ei tervehdi asiakkaita ja jättää heidät yksin hortoilemaan liikkeeseen. Ajattelee usein että, ”homma ei kuulu minulle” ja jättää työn tekemättä. (Flink ym. 2015. 83.)

Arvostavalla henkilöllä on myönteinen asenne niin itseensä kuin muihinkin. Hän tuntee itsensä arvokkaaksi ja saa työt etenemään vauhdikkaasti myötävaikuttamalla onnistumisiin ja hyviin tuloksiin. Positiivinen asennoituminen ja muiden ihmisten tasavertainen kohtaaminen, niin työkavereiden kuin asiakkaidenkin on hänelle ominaista. Hän on läsnä työpaikalla katsellen kelloa ja laskien, mitä tehtäviä kerkeää vielä tekemään. Ainoa näistä neljästä asenteesta joka mahdollistaa mallikkaan yhteistyön. Asiakaspalvelijana hän on hyvä kuuntelija ja osaa esittää juuri ne kysymykset, joiden vastaukset kuuntelemalla hän osaa suositella asiakkaalle juuri hänen tarpeisiinsa sopivan ratkaisun. Puhuttelee asiakasta omalla kehonkielellään ja näyttää näin olevansa tilanteessa läsnä. (Flink ym. 2015. 84.)

Taulukko 2. Neljä asiakaspalvelun ja elämän perusasennetta. Asiakaspalvelun ammattilaiseksi. 2015.

<p style="text-align: center;"><b>Altavastaaja</b></p> <p>Minä-/Sinä+</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ei ota vastuuta, sysää hankalat tehtävät muille</li> <li>• Vähättelee itseään sekä osaamistaan</li> <li>• Varmistelee</li> <li>• Pyytelee anteeksi</li> <li>• Myötäilee, ei sano mielipidettään</li> <li>• Ei koe itseään kehityskelpoisena</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Arvostava</b></p> <p>Minä+/Sinä+</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Noudattaa täsmällisesti työaikoja, koska arvostaa muita</li> <li>• Kuuntelee muita ja kertoo myös omat mielipiteensä</li> <li>• Pitää itseään ammattilaisena ja haluaa kehittyä</li> <li>• Huolehtii itsestään, olemuksestaan ja hyvinvoinnistaan</li> <li>• Tunnistaa myös muiden tarpeita ja näkee vaivaa muiden eteen</li> <li>• Tietää että voi vaikuttaa omaan ja muiden elämään</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Mitä väliä? –asenne</b></p> <p>Minä-/Sinä-</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ”olen vaan töissä täällä”</li> <li>• Kyyninen</li> <li>• Pessimisti</li> <li>• Ei arvosta uusia ideoita</li> <li>• Kritisoi kaikkea</li> <li>• On kyllästynyt elämäänsä</li> <li>• Imee energiaa</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Kaikkietävä</b></p> <p>Minä+/Sinä-</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Besserwisser</li> <li>• Ylimielinen, koppava, tyykeä</li> <li>• Elvistelijä</li> <li>• Huutaa päälle</li> <li>• Ei kuuntele</li> <li>• Vika on aina muissa</li> <li>• Omii muiden ideat ja käyttää niitä ominaan</li> <li>• Oma tapa on ainoa tapa</li> </ul>

Taulukossa 2 kuvataan neljä keskeistä asennetta, joita esiintyy niin asiakaspalvelussa kuin jokapäiväisessä arjessakin.

Flink ym. (2015, 79) kertoo myös, että asiakastyytyväisyystutkimuksissa ykkössijaa pitävät vuodesta toiseen työyhteisöt, joissa asenne ja ilmapiiri ovat kunnossa. Asiakaspalvelun laatua mitatuissa tutkimuksissa osoitetaan, että asiakkaat aistivat ilmapiiriin hyvinkin her-

kästi. Nämä ilmenevät myös non-verbaalista käytöksestä; eleistä, ilmeistä ja kehon kielestä.

Myyjä pystyy lisäämään uskottavuuttaan sekä aitouden tunnettaan asiakkaalle tuomalla omaa persoonaansa mukaan asiakaskohtaamiseen. Myyjän asenne tarttuu herkästi myös asiakkaaseen. Sosiaalisten käyttäytymistyylien tuntemus täytyy myös tiedostaa. Toiset asiakkaat tarvitsevat faktatietoa pystyäkseen tekemään ostopäätöksen, kun taas toiset menevät täysin tunnepohjalta. Myyjän tulee huomioida jokainen myyntitilanne myös asiakkaan kannalta, sijoittaessaan itsensä asiakkaan asemaan. Miltä oma esitys näyttää asiakkaan silmissä tai olisiko jotain voinut perustella enemmän, taikka jotain mitä olisi pitänyt jättää sanomatta. Huumoria tosin kannattaa käyttää harkiten. (Hänti ym. 2016, 147.)

### **3.2 Kehonkieli myyntitilanteessa**

Ennen uskottiin, että ihmisten tunteita pystyi tulkitsemaan vain kasvojen ilmeiden perusteella. Uusimpien tutkimuksien mukaan koko kehon olemus pystyy olemaan yhtä tulkinnanvarainen keino tunteiden viestinnässä sekä päätöksenteon tukena, kuin edellä mainittu kasvojen ilmehdintä. Myyntitilanteessa kehon suuntautumisella on myös positiivinen vaikutus. Mitä enemmän myyjän keho on suunnattuna asiakkaaseen päin, saadaan aikaiseksi positiivinen olemus. (Goman. 2008.41-43.)

Katseella sekä katsekontaktilla viestimme kuitenkin suurimman osan tunteistamme. Jo pelkästään silmien räpäyttelystä pystymme aistimaan hermostuneisuuden sekä jännityksen. Normaali silmien räpäytyksen väli on 6-8 räpäytystä minuutissa. Esimerkiksi jos henkilö valehtelee, tämä lukema kasvaa dramaattisesti. Tähän voi kuitenkin vaikuttaa tila missä henkilö on sillä hetkellä, valaistus taikka jännityksen määrä. Pitkänomainen räpäyttely on tiedostamaton ele, jolla yritetään sulkea pois henkilö keskustelun aikana. Jos henkilön silmät ovat kiinni enemmän kuin sekunnin, viestii tämä yleensä henkilön olevan pitkästynyt keskusteluun. (Goman. 2008. 53.)

Koko kasvojen ilmeillä pystymme lukemaan henkilön mielialaa. Ilmeen aitouden voi lukea myös sen pituudesta. Jos henkilön ilme kestää kauemmin kuin 5-10 sekuntia, voi sen helposti tulkita teeskentelyksi. Todellisen tunteen ilmaisu kestää lyhyemmän aikaa. Huulien nutristaminen on yleinen ele tilanteen mietiskelylle. Suun liikuttelulla sivuille voidaan myös tulkita erimielisyytenä jollekin asialle. Hymy on yleisesti käytetyin oikeiden, sekä epäaitojen tunteiden ilmaisutapa. Aitoa hymyä on vaikea teeskennellä. Kun henkilö aidosti hymyilee, muodostuu hänelle otsaan ja silmäkulmiin ryppyjä, sekä myös poskipäät kohoaa.

vat. Hymyn tuottamiseen ei paljon tarvita, mutta se usein näyttää vain siltä kun henkilö virnistäisi. (Goman. 2008. 66, 72-73, 76.)

Käsien liikkeet taas ovat vanhin kommunikaatio tekijä. Usein kun henkilö on intohimoinen puhumalleen asialle, hän usein kertoo asiaa käsillään. Käsien asennosta voimme myös lukea henkilön itseluottamuksesta. Sormien puristelu ja peukaloiden piilottamisesta voidaan päätellä henkilön huonosta itsetunnosta. Kun taas esimerkiksi sormien päiden pitäminen vastakkain kertoo henkilön korkeasta itsetunnosta. Henkilö voi viestiä muille negatiivisuudestaan taikka erimielisyydestään ristimällä kädet eteen ns. ”muuriksi”. Tämä on äärimmäinen suljettu ele, jo viestii kanssakäyjälleen voimakasta tunnetta (Goman. 2008. 83,85,94-95, 99-100.)

### **3.3 Asiakkaan tarpeen kartoitus**

Tarvekartoitus on keskeisessä roolissa myyntitilanteessa. Tarvekartoituksessa myyjä kyselee asiakkaalta kysymyksiä ja tätä kautta kartoittaa asiakkaan tarpeen. Kokenut myyjä osaa myös lukea asiakasta rivien välistä sekä non-verbaalia viestintää. Usein saattaa olla tilanne, ettei asiakas itsekään tiedä varsinaisesti mitä on tullut hakemaan. Oikeilla kysymyksillä myyjä pystyy selvittämään myös asiakkaalle mitä hän tarvitsee. Myyjän tehtävänä on saada selville se syvimmän tarpeen tarve, jotta asiakkaalle pystytään tarjoamaan akuutin puutteen sijasta kokonaisvaltaisempi ratkaisu. Kokonaisvaltaista ratkaisua myydessä pystytään rakentamaan yksittäistä tarvetta laajempi kokonaiskuva etsimällä tämän aiheuttavia syitä, sekä seurauksia. Hyvä myyjä toimii tässä tilanteessa lääkärin tavoin, ensin kartoitetaan taudinkuva ja sen jälkeen hoidetaan potilas. Avaamalla tarpeiden taustat, myyjä pystyy konsultoimaan myös asiakkaan tuleviakin tarpeita, ja tätä kautta kerätä asiakkaan luottamusta itselleen. Ammattimainen myyjä osaa tuoda esille myös asiakkaan tiedostamattomat tarpeet. Näin ollen asiakas haluaa todennäköisesti jatkaa yhteistyötä myyjän kanssa myös tulevaisuudessakin. (Hänti ym. 2016, 138-140.)

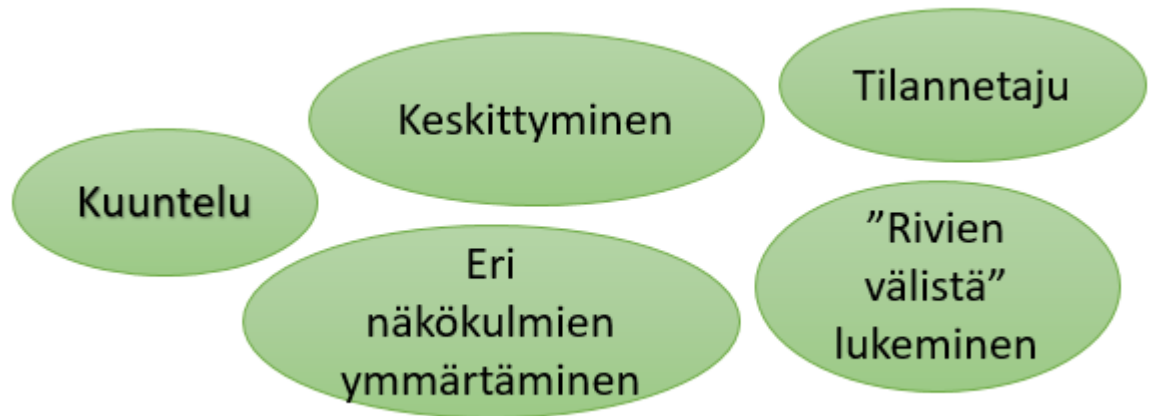
Myyjä pystyy tekemään asiakkaalleen tarvekartoituksen kahden tyyppisillä kysymyksillä, avoimilla taikka suljetuilla. Avoimilla kysymyksillä asiakkaalta kysytään jokin kysymys mikä vastaamiseen tarvitaan enemmän, kun kyllä tai ei. Kun taas vastaavasti suljettuihin kysymyksiin riittää vastaus kyllä tai ei. Tunnustellakseen onko asiakas vähäpuheisempaa vai puheliaampaa tyyppiä, on myyntitilanne helpompi aloittaa suljetuilla kysymyksillä. Myös avainsanojen toistaminen auttaa asiakasta kertomaan erilaisesta näkemyksestään myyjän kanssa. Kuten esimerkiksi; asiakas: ” Tuote on hyvän tuoksuinen, mutta sen koostumus tuntuu erikoiselta” johon myyjä vastaa ” ai erikoiselta?”. Näin saadaan asiakas kertomaan lisää näkemyksestään ilman, että myyjän tarvitsee esittää sanaa ”miksi?”. Miksi-

sanan käyttöä tulisi välttää mahdollisimman paljon, koska se saa helposti asiakkaalle tunteen, että myyjä lähtee väittelemään asiakkaan mielipiteen kanssa. Tällöin asiakkaalle voi helposti tulla tunne joutuvansa puolustusjalkaan ja voi perääntyä tilanteesta. Helpolla avaavalla kysymyksellä voi myös selvittää mitä asiakas tarkoittaa. Esimerkiksi; asiakas ” En usko tuotteen hyötyjen vastaavan tarpeitani”, johon myyjä vastaa ” millaisia hyötyjä etsitte?”. (Leppänen. 2007. 92-94.)

Häntin ym. (2016, 139) selvittämän tutkimuksen mukaan kyselevät myyjät ovat menestyneempiä koska pysyvät kartoittamaan millainen kulloinkin kohdattava asiakas on, sekä mitkä ovat hänen tarpeensa sekä valintakriteerinsä. Myyjän tulee myös puhumisen lisäksi osata kuunnella asiakkaan vastaukset ja näin ymmärtää minkälaisesta tarpeesta on kyse. Ulkoa opeteltu myyntipuhe ei saa asiakkaalle tunnetta olevansa yritykselle millään tavalla tärkeä.

Leppänen (2007, 72) myös korostaa asiakkaan kuuntelemisen painoarvoa myyntitilanteessa puhumisen sijaan. Asiakkaan tulee saada antaa puhua loppuun keskeyttämättä tätä. Tämä osoittaa myyjältä herkeämätöntä asiakkaan tarpeiden kuuntelemista. Kuuntelemisen lisäksi myyjän olisi hyvä osata tunnistaa asiakkaan kehon kielestä ja tunnistamaan tätä kautta asiakkaan ostosignaaleja. Non-verbaalissa viestinnässä asiakas pystyy antamaan tiedostamattaan myyjälle viestejä siitä, onko aikeissa ostaa tuotetta vaiko ei. Yksi myyntipuheita synnyttävänä tekijänä on pelko myyjän esittämien kysymyksien vastauksissa. Myyjä ei välttämättä ole perehtynyt tuotteisiinsa tarpeeksi osatakseen vastata hänelle esitettyihin kysymyksiin. Toinen syy saattaa olla, että myyjä luulee heti tietävänsä mitä asiakas haluaa ja alkaa täten kertomaan vain tuotteet/palvelun hyödyistä. Näin myyjä kehoo loputtomiin tuotteen hyvistä ominaisuuksista, jonka hyötyjä ei ole kohdennettu juuri kyseisen asiakkaan tarpeisiin. Tämän taustalla on virheellinen oletamus, että kaikki tarvitsevat tuotetta.

Kuviossa 1 havainnollistetaan viisi huippumyyjälle kuuluvaa ominaisuutta.



Kuvio 1. havainnollistaa viisi huippumyyjän eri ominaisuutta (Hyvän myyjän ominaisuudet. Vauhtia myyntiin. 2014.)

### 3.1 Tuotetuntemus

Tuotetuntemus on myynnin peruskivi. Myyjän on tiedettävä mitä myy. Asiakkaiden ostokäyttäytyminen muuttuu myös uusien trendien saatossa. Kausituotteet ja eri sesongit vaikuttavat myös olennaisena osana eri tuotteiden myynnissä. Tuotteet sekä palvelut kehittyvät jatkuvasti, joten aallon harjalla pysyminen on myynnillisesti tärkeää myös kilpailutilanteissa. Kilpailijoiden seuranta sekä tietous heidän tuotteistaan ja palveluistaan, antaa etulyöntiasemaa omien tuotteiden myynnissä. Näin on helpompi perustella asiakkaalle miksi omat tuotteet ovat kilpailijoihin nähden parempia, sekä mitä etuja ja hyötyjä näistä koostuu kilpailijoihin nähden. (Vauhtia myyntiin 2014.)

Yritykset toimivat poikkeavien tuotteiden kohdalla turvallisuushakuisesti. Kuitenkin nykypäivänä yrityksen tulee erottua kilpailijoistaan menestyäkseen nykypäivän kovassa kilpailussa. Yrityksellä tulisi olla jokin omaperäinen sekä poikkeava tuote/palvelu, joka erottaa yrityksen kilpailijoista. Tuotteen erilaistaminen tulee olla tiedossa jo suunnittelu vaiheessa. Vaikkakin myös valmiin tuotteen hienosäätö on parempi vaihtoehto kuin tavanomaiset massatuotteet. (Leppänen, 2007. 25-26.)

Tuotteen voi määritellä kokoonpanona fyysisiä sekä psykologisia ominaisuuksia, jotka tuottavat ostajalleen tyydytystä. Myyjä pystyy vahvistamaan sekä eriyttämään näitä ominaisuuksia asiakkaalle. Kyseisiä ominaisuuksia voidaan vahvistaa sekä eriyttää yrityksen kilpailuedun luomiseksi sekä säilyttämiseksi. Siitä seuraa tietoisuus tuotteesta, sen hyödyistä, käytöstä sekä esittelystä, joka on tärkeää myyjälle. On yllättävää, että ostajista tehdyissä tutkimuksissa paljastuu myyjistä jätetyn palautteen lisäksi, että tuotetietouden puute oli yleistä näissä tapauksissa. Yksityiskohtainen tuotetietous yksistään ei ole riittä-

vä, mutta on pakollinen edellytys ja suuri tekijä vaikuttavaan myymiseen. (Donaldson, 2007. 63.)

Oleellisena osana tuotetietoutta on yksityiskohtainen tietoisuus kilpailijoiden tuotteista. Myyjien tulee tietää ja ymmärtää kilpailijoiden myyntipolitiikkaa, organisaatiota, hinnoittelua sekä markkinointitaktiikoita. Kilpailevien tuotteiden tietoisuus tuo positiivisia etuja oman tuotteen myyntiin korostaen tuotteen sopivuutta juuri kyseiselle asiakkaalle muistuen, mitä kilpailijat tuotteillaan tarjoavat. Kokeneet myyjät myös pystyvät lähes poikkeuksetta vahvistamaan myyntiin kuuluvan kultaisen säännön ”älä tyrmää vastustajaasi”. Vahvuuksien pitää tulla enemmän positiivisesta kuin negatiivisesta kritiikistä. (Donaldson, 2007. 63.)

Kilpailijoiden tuotteiden mustamaalaaminen taikka huonoon valoon saattaminen, eivät ole ammattitaitoisen myyjän toimintatapoja. Oikeiden myyntiargumenttien sekä tuotteesta asiakkaalle koituvien hyötyjen esittäminen, nostavat yrityksesi sekä henkilökuntasi kuvaa asiakkaiden silmissä.

Myyjän on tunnettava myytävät tuotteensa sekä palvelunsa hyvin, jotta osaa löytää jokaiselle asiakkaalle omanlaisensa ratkaisun. Asiakkaan kuunteleminen on avain oikeiden tuotteiden löytämiseen asiakkaan tarpeita ajatellen. Kuuntelemalla asiakasta myyjä pystyy vertailemaan eri tuotteiden hyötyjä sekä hintoja, ja näin perustelemaan asiakkaalle miksi juuri kyseinen tuote on ratkaisu hänen ongelmaansa. Ei myöskään riitä, että myyjä osaa luetella teknisiä tietoja tuotteesta vaan hänellä pitää olla myös omakohtaista kokemusta, jonka pohjalta perustella asiakkaalle tuotteesta taikka palvelusta koituvia hyötyjä. (Vauhtia myyntiin 2014.)

### **3.2 Ratkaisun esittäminen**

Monelle myyjälle kaupan päättäminen on koko kaupantekotilanteen stressaavin osuus. Pelätyin vaihe on ostopäätöskysymyksen esittäminen. Kuitenkin juuri tämän kysymyksen esittäminen erottaa myyjän tuote-esittelijästä. (Rummukainen, 2008. 121.)

Myyjän ammattimainen tuoteratkaisun esittäminen perustuu asiakkaalta tarvekartoituksessa kerättyjen tarpeiden ratkaisemiseen myyvällä ja ytimekkäällä tavalla. Myyjän tulee saada asiakkaalle tunne, että ratkaisu on mietitty juuri hänen tarpeitaan ajatellen. Tässä vaiheessa myyjää testataan löytämän juuri kyseiselle asiakkaalle parhaat myyntiargumentit. Asiakas ostaa aina etuja ja hyötyjä. Tämä tulee muistaa esittelyä suunniteltaessa. Oman tuotteen tuntemus sekä kilpailijoiden kartoitus, osoittautuu taas tässäkin kohtaa

tärkeäksi myyntivaltiksi. Myös asiakkaan kaikkien aistien hyödyntäminen kuten näkemisen ja kuulemisen lisäksi, asiakkaan kannattaa antaa testata tuotetta itse, jolloin konkreettinen tuntuma tuotteeseen voi olla asiakkaalle se ratkaiseva tekijä. (Hänti ym. 2016, 146-148.)

Tuote-esittelyssä asiakkaalle tuodaan esille tuotteesta hänelle kertyvien ominaisuuksien hyödyt, jotka auttavat hänen ongelmaansa. Ratkaisua kannattaa ensisijaisesti hakea sieltä laadukkaammasta päästä, jolloin siirtyminen halvempaan vaihtoehtoon on helpompaa kuin toisin päin. (Rubanovitch & Aalto 2007, 99, 106.)

Mikkonen (Merkonomi Hannu Mikkonen) painottaa tyypillisesti asiakkaalle kertyviä hyötyjä tuotteesta olevan: rahan- ja ajan säästö, terveellisyys, turvallisuus, mukavuus ja mielihyvä. Myös tuotteen laatu on osattava perustella konkreettisesti esimerkiksi korkeatasoisilla raaka-aineilla, sen käyttöominaisuuksilla taikka ympäristöystävyydellä.

Ratkaisun ehdottamisen eri menetelmiä on monia ja niistä varmasti jokainen myyjä löytää itselleen mukavimman tavan ehdottaa kaupan päättämistä. Kuitenkin kuluttajakaupassa myyntiprosessi on paljon nopeampi kuin yrityskaupassa, jolloin harvin kaupan päätöstä saadaan päätökseen ensimmäiseltä istumalta. Kuluttajakaupassa kaupan päätöksen ehdottamisen tulee dynaamista ja suhteellisen aktiivista. Rubanovitschin ja Aallon (2007, 131,134) mukaan kaupan päättämiskysymyksen tulee olla suora ja yksinkertainen, kuten esimerkiksi pyytävässä muodossa; "laitetaanko pakettiin?" tai vaikkapa "kokeilletteko tätä".

#### **4 Toiminnallinen tuotos**

Tässä kappaleessa kuvataan projektisuunnitelma ja aikataulu, sekä avataan mistä tuotoksessa käytetty materiaali on kerätty ja mitä se sisältää. Kappaleessa kuvataan myös työn toteutus.

Opinnäytetyö on tuotettu toiminnallisena työnä, jossa toimeksiantaja halusi koota yhteen kouluttavan materiaalin omien tuotteidensa myyntiä varten. Työ on kokonaisuudessaan kouluttava paketti kenelle tahansa kenelle luonnonkosmetiikka, taikka asiakkaan kohtaaminen myyntityössä ei ole entuudestaan tuttua. Teoriaosuudessa avataan keskeiset pääkohdat molemmista otsikoista ja avataan vielä hieman myyjän omaan ulkoiseen olemukseen, sekä kehonkieleen vaikuttavia tekijöitä myyntitilanteessa. Teoriassa kerrotaan yleisesti, kuinka asiakkaalle myydään hyötyjä tuotteen ominaisuuksien kautta ja tuotoksessa nämä ominaisuudet kuvastetaan käytännössä. Tuotoksena syntynyt Power Poin-esitys on suunnattu jälleenmyyjille kenelle ei ole entuudestaan tuttua myydä luonnonkosmetiikkaa, taikka vain kyseisen merkin tuotteita. Tuotoksessa on listattu myyntiä helpottavia myyn-

tiargumentteja tuotteista ja koottu työkaluja tunnistamaan asiakkaiden tarpeita. Tuotokse-  
na opinnäytetyölle on koottu paketti Flow kosmetiikan kasvojenhoitotuotteet koulutusmate-  
riaali, joka löytyy tämän opinnäytetyön lopusta liitteenä 1.

#### 4.1 Projektisuunnitelma ja aikataulu

Aikataulu toteutui kurssin toteutussuunnitelman mukaisesti pitkällä aikataululla. Viikolla 12  
sain aiheen toimeksiantajayritykseltä ja pääsin aloittamaan teorian kirjoittamisen heti sa-  
malla viikolla. Teoriaa kirjoitin pitkälle viikoilla 12-20, jonka jälkeen lähdin reissuun ja opin-  
näytetyön kirjoittaminen loppui kesän ajaksi. Kesän jälkeen tarkoitus oli aloittaa suoraan  
produktin työstämisen aloittamisella, mutta teoria oli vielä sen verran kesken, etten pääs-  
syt aloittamaan sen työstämistä heti. Tielle tuli myös ongelmia tuotoksen sisällön kanssa  
ja jouduin sopimaan yhtiön työntekijän kanssa tapaamisen jonkin ajan päähän, jossa kat-  
soimme yhdessä mitä työn haluttiin sisältävän. Tässä välissä ehdin kirjoittamaan teorian  
pitkälti viikoilla 34-35. Tästä sain työstettyä produktin valmiiksi viikoilla 36-38. Viimeiset  
viilaukset työhön valmistuivat myös viikolla 40 ennen aikataulun viimeistä vaihetta viikolla  
42, jolloin on työn viimeinen julkaisupäivä.

Taulukossa 4 on kuvattu opinnäytetyön aikataulu. Opinnäytetyö valmistui aikataulussa.

Taulukko 4. Opinnäytetyön aikataulu.

Vk 10-11	Kurssin viimeisten tehtävien palautus ja aiheen hahmot- taminen
Vk 12-20	Teorian kirjoittaminen
Vk 20-33	Kesäloma
Vk 34-35	Teorian viimeistely
Vk 36-38	Produktin valmistus
Vk 39-40	Yhteenveto ja viimeistely
Vk 41	Lopputarkastaminen ja valmiin työn esitys 4. lukukau- den opiskelijoille
Vk 42	Kypsyysnäyte ja työn julkaiseminen

Taulukko 3. Opinnäytetyön valmistumisen riskitekijät

Riski	Jos riski toteutuu ?	Kuinka ehkäisen sen toteutumisen?
Sairastuminen	Aikataulusta on varattu 3vk sairastamiseen.	Pidän itseni terveenä nukkumalla hyvin sekä syömällä oikein. Muistan myös hengähtää välillä.
Paljon töitä	Aikataulun noudattaminen pitää minut aikataulussa, joten siinä pysymisessä takaa ettei työ myöhästy.	En ota ylimääräisiä työvuoroja.
Aikataulussa pysyminen	Työtä on paljon, joten aikataulussa tyätty pysyä parhaalla mahdollisella tavalla.	En jätä töitä rästiin eli teen joka viikko työtä eteenpäin.

Taulukossa 3 on kuvattu opinnäytetyön valmistumista hidastavat riskitekijät sekä kuinka ehkäistä tämä tekijät.

#### 4.2 Aineisto ja sen keruumenetelmät

Opinnäytetyö koostuu teoriasta, joka on tuotettu erinäisiä internet -sekä kirjallisuuslähteitä hyödyntäen. Lähteiden keräämisessä kirjoittaja on kiinnittänyt erityistä huomiota lähteiden luotettavuuteen. Kriittisyydellä kirjoittaja huomioi lähteiden julkaisuvuotia, sisällön muotoilua sekä julkaisijan asiantuntijuutta. Teoriaan on pyritty kokoamaan lähteet uusimmista painoksista, joissa tieto olisi mahdollisimman ajankohtaista. Internetistä löydetyistä lähteistä kirjoittaja suhtautuu erityisen kriittisesti lähteiden laatuun sekä luotettavuuteen.

Teoriaan on myös sisällytetty kirjoittajan omaa havainnointia sekä käytännön kokemusta aiheista. Kirjoittajan omat havainnot perustuvat aikaisempaan kosmetologin koulutus taustaan, sekä muutaman vuoden luonnonkosmetiikan parissa työskentelemiseen. Kirjoittaja hyödyntää myös omaa myyjän ammattitaustaansa kuluneen kuuden vuoden ajalta, erinäisissä myyntiä harjoittavissa yrityksissä.

Opinnäytetyön tuotoksen eli produktin aineiston keruumenetelmänä on käytetty Flow kosmetiikan entuudestaan käyttämää tuotekoulutuspakettia, yhteyshenkilön antamia neuvoja sekä yhtiön omia internetsivuja. Kirjoittaja myös hyödyntää produktissa omaa kosmetologin taustaansa, sekä myyntikokemusta kosmetiikan parista.

#### 4.3 Toteutus

Itselläni on kauneudenhoito-alan koulutus muutaman vuoden takaa, sekä muutaman vuoden kokemus kosmetiikan myynnistä kuluttajille. Myynnin parista työkokemusta löytyy

muutamasta isommasta konseptista vuosien varrelta, sekä nykyiseltä työnantajalta Veljekset Halonen Oy: lta. Innostus ja halu kehittää itseäni kosmetiikan parissa sekä hyödyntää työssä omaa osaamistani alalta, oli itselleni selvää jo ennen prosessin aloittamista.

Aloitin prosessin etsimällä kosmetiikka myyvän yrityksen, jolla oli tarvetta kehittää jokin kosmetiikkaan keskittyvä tuotos. Tuotoksella hain juuri opasta taikka koulutusmateriaalia. Yritys löytyi nopeasti ja pääsimme helposti yhteisymmärrykseen siitä, että teen heidän jälleenmyyjilleen tarkoitetun Power Point-esityksen heidän kasvojenhoitotuotteistaan. Produktin esitystavaksi valikoitui Power Point-esitys sen mutkattoman käytön ja kokonaisuuden helpon hahmottamisen perusteella. Toimeksiantaja yritys ei pystynyt hyödyntämään teoriaosuutta opinnäytetyössä omaan käyttönsä. Päätimme palata asiaan syksyllä, kun teoriaosuus oli kirjoitettu ja produktin työstäminen alkoi.

Ajatuksesta poiketen aloitin produktin työstämisen vasta teoriaosuuden valmistuttua. Tarkoituksena oli hahmottaa produkti osuutta samanaikaisesti teoriaosuuden kanssa. Produkti- sekä teoriaosuus valmistuivat molemmat kuitenkin ajallaan. Aineiston keräämisessä kesti kuitenkin odotettua kauemmin, joten katsoin parhaaksi kerätä teorian ensin, jonka jälkeen pystyin keskittymään täysin produktin työstämiseen. Teoriaosuuden pääotsikot hahmoteltuani rajasin työn alaotsikot ja lähdin kartoittamaan teoriaa otsikon perusteella. Teoriaosuuden viimeistelin produktin tultua valmiiksi, kuitenkin muutama viikko ennen opinnäytetyön palauttamista.

Produktin työstäminen alkoi ajallaan syksyllä. Kävin Flow kosmetiikan tuotantotiloissa Hyvinkäällä prosessin alussa pitämässä pienen palaverin yhteyshenkilön kanssa aiheeseen liittyen. Kartoitimme paperille minkälainen Power Point-esityksen tulisi olla sisällöltään sekä kokonaisuudeltaan. Pääkohtina oli tuotteista löytyvien keskeisten myyntiargumenttien löytyminen helposti ja tiivistetysti. Tuotteista tuli myös löytyä ainesosaluettelot sekä käyttöohjeet, joihin myyjä pystyi palaamaan tarkemmin tarvittaessa. Asiakkaalle oikean tuotteen löytämiseen tein helpottavat kuviot, joissa jokainen kasvojenhoitotuote on sijoitettu ihotyypin mukaan. Taulukkojen lukemisen helpottamiseksi laadin myyjän avuksi muutamien helpottavan kysymyksen asiakkaalle, joilla asiakas voidaan sijoittaa kyseiseen taulukkoon. Tämän kuvion myyjä voi ottaa myös avukseen myyntitilanteeseen. Aloitin työstämisen järjestelemällä kasvojenhoitotuotteet puhdistus-, naamio- sekä hoitotuotteisiin, sekä tein näistä tuotekortit. Hahmotettuani tuotevalikoiman pystyin laatimaan tuotteista taulukot, joihin sijoitin avaamani tuotteet. Ensimmäiselle dialle myös avasin muutamalla sanalla luonnonkosmetiikkaa ja kirjoitin asiakkaan ihotyypin löytämiseen helpottavat kysymykset. Työn visuaalista ilmettä lisäsin kyseisten tuotteiden kuvilla. Helppolukuisuutta ja keveyttä työhön tulee erinäisistä kuvioista.

## 5 Pohdinta

Tässä kappaleessa tarkastellaan toiminnallisen opinnäytetyön tuloksia ja arvioidaan niitä viitaten tavoitteisiin. Kappaleessa arvioidaan opinnäytetyön sekä tuotoksen merkityksellisyttä, tarpeellisuutta, hyödyllisyyttä ja ajankohtaisuutta toimeksiantajalle.

### 5.1 Kehittämisen- ja jatkotutkimusehdotukset

Opinnäytetyön tuotoksena syntynyt Power Point-esitys vastaa toimeksiantajan vaatimia kriteerejä. Tuotoksen avulla toimeksiantajayritys pystyy omalta taholtaan varmistamaan jälleenmyyjensä oikean ohjeistuksen Flow kosmetiikan kasvojenhoitotuotteista. Tuotos parantaa jälleenmyyjien tuotetietoutta ja ymmärrystä asiakkaan tarpeista. Se myös ohjaa luonnonkosmetiikan pariin henkilöitä, kenelle luonnonkosmetiikka ei välttämättä ole vielä entuudestaan tuttu käsite.

Opinnäytetyön teoriaosuuden tavoitteena on kokonaisvaltainen ohjeistus luonnonkosmetiikan sekä asiakkaan kohtaamisen pariin. Teorian ensimmäisessä pääotsikossa lukijalle avataan mitä luonnonkosmetiikka on, ja mitä tämä käsite pitää sisällään. Lukijalle avataan myös luonnonkosmetiikassa usein käytetyt eteeriset öljyt ja niiden laajat käyttö- sekä hyötymahdollisuudet. Teorian toisena pääotsikkona oleva asiakkaan kohtaaminen taas tavoittelee myyjää ymmärtämään kiinnittää huomiota omaan käyttäytymiseensä asiakkaan kohtaamisessa. Myyjän ulkoinen olemus, asenne sekä asiakkaalle antama ensivaikutelma ovat kaikki tärkeitä osa-alueita myyntitilanteen onnistumisen kannalta. Myyjä kuitenkin edustaa yritystään jokaisella asiakaskohtaamisella ja luo näin kuvaa yrityksestä ulospäin. Kun myyjä on kiinnittänyt ensin huomiota omaan olemukseensa, aletaan teoriaosuudessa käymään läpi myyntiprosessia ja sen keskeisiä vaiheita. Tavoitteena ohjeistaa lukijaa ymmärtämään tarvekartoituksen, tuotetuntemuksen sekä ratkaisun esittämisen tärkeys myyntiprosessin onnistumisen kannalta. Tavoitteet saavutettiin mielestäni hyvin. Kokonaisuutena luonnonkosmetiikasta sekä asiakaskohtaamisesta koottu paketti, joka vastaa tavoiteltua opasta aiheista. Kehittämissuhteena teoriaa voisi tuoda työhön vielä hieman lisää. Luonnonkosmetiikasta voisi kertoa vielä enemmän, jolloin teosta voisi hyödyntää vieläkin paremmin myös muut luonnonkosmetiikasta kiinnostuneet lukijat sekä käyttäjät. Myös asiakaskohtaamisen teoriaan aineistoa lisäämällä voisi materiaali hyödyntää esimerkiksi koulutustarkoituksissa.

Produktiosuus on suunnattu täysin Flow kosmetiikan jälleenmyyjille. Tavoitteena käydä yksityiskohtaisesti läpi kukin tuote ja sen pääraaka-aineet, helpottaen näin tuotteiden jälleenmyyntiä. Siitä ei hyödy kukaan muu, kuin kyseisen brändin henkilökunta, uudet työntekijät taikka jälleenmyyjät. Tavoitteena kasvattaa jälleenmyyjien tietoisuutta kasvojenhoitotuotteista sekä niiden myynnistä. Tavoitteisiin päästiin tässäkin osiossa hyvin. Kehittämishdotuksena Power Point-esitykseen pystyy lisäämään jatkossa Flow kosmetiikan muutkin tuotteet, joihin sisältyy erinäisiä mineraalimeikkejä sekä vartalonhoitotuotteita. Tällöin esitys olisi kattavampi tuotekoulutuspaketti heidän kaikista myytävistä tuotteistaan.

## **5.2 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi**

Opinnäytetyön prosessi aloitettiin keväällä 2017. Prosessi alkoi tutkimus- ja kehittämistyöpajakurssilla, jossa aluksi ohjaajat ketoivat mikä opinnäytetyö yleisesti on. He ohjeistivat yleisissä asioissa ja alkoivat jo painostamaan opinnäytetyön aiheen valinnassa. Ja hyvä että lähtivätkin painostamaan, koska aikataulu oli suhteellisen tiukka ja sitä ei itse vielä tuolloin täysin sisäistänyt. Aiheen valinta oli itselleni suhteellisen helppo. Halusin aiheen olevan kosmetiikan parista, sekä tarkemmin ottaen myynnistä. Olen lapsesta asti ollut kiinnostunut kosmetiikasta sekä myynnistä. Aikaisempi kosmetologitaustani innoittaa minua kehittymään lisää kosmetiikan parissa ja haluan tulevaisuudessa luona urani sen ympärille. Haastavaksi osoittautui toimeksiantajan löytäminen, joka pystyi antamaan toimeenpantava aiheen. En kuitenkaan itse työskennellyt sillä hetkellä kosmetiikan myyntiin keskittyvässä yrityksessä, josta olisin saanut aihetta opinnäytetyölleni. Aiheen rajaaminen oli toinen haaste. Halusin työn teoriaosuuden sisältävän asiaa kosmetiikasta, mutta sisällyttäen siihen myyjän olemukseen vaikuttavat tekijät, sekä itse myyntiprosessin. Teorian rungon saatuaani kasaan pääsin aloittamaan teorian aineiston keruun. Teorian kerääminen onnistui aluksi moitteitta. Lähdettyäni vain kirjoittamaan pääsin työssäni nopeasti eteenpäin ja sain teoriaa helposti tuotettua. Haasteelliseksi osoittautuikin tekstin pitäminen aiheessa. Teksti lähti helposti vaeltelemaan eteenpäin ja eteenpäin, jolloin se ei enää pysynyt rajauksissaan. Tehtyäni ensin jokaisen otsikon alle itselleni selvityksen mihin tekstin laajuuden tuli pysähtyä, sain pidettyä aiheet hallinnassa. Sain teoriaosuuden hyvälle mallille ennen kesäloman aloittamista. Tarkoitukseni oli jatkaa työtä myös kesällä, jolloin välttyisin turhalta stressiltä koulun alettua taas syksyllä. Toisin kuitenkin kävi ja kesän työt, sekä muut ilot veivät ajan opinnäytetyön edistämiseltä. Syksyllä työn tekeminen alkoikin taas vauhdilla. Opinnäytetyön kanssa päällekkäin tuli muutama uusi kurssi, jotka vaativat myös oman panoksensa hyvään arvosanaan. Tämä aika oli taas pois opinnäytetyön edistymiseltä. Tilannetta ei myöskään helpottanut myyjän työni Halosella, jossa vietin muutama illan viikosta. Tässä vaiheessa tein itselleni aikataulun, jota noudattamalla saisin kaikki työt tehtyä ajallaan. Vaikka olinkin opinnäytetyön aikataulusta myöhässä, viimeisen

loppukirin ansiosta sain kuin sainkin teoriaosuuden viimeisetkin otsikot pakettiin ja työn palautettua ajallaan. Ajanhallinta korostui hurjasti ja ilman sitä, en välttämättä olisi saanut työtä ajallaan valmiiksi. Ajanhallintaa harjoitimme jo aikaisemmin opinnoissamme erillisellä kurssilla, ja huomasinkin sen hyödyn aikatauluja tehdessäni. On hyvä harjoittaa kyseisiä taitoja ennen tähän prosessiin lähtemistä.

Opinnäytetyö oli kokonaisuudessaan hyvin opettavainen prosessi. Opin itsestäni paljon uutta ja kiinnitän nykyään sellaisiin asioihin huomiota, joihin en ennen kiinnittänyt. Ajanhallinta, stressin sietokyky, lähteiden etsintä ja käyttö, sekä viittauksien teko harjaantuivat prosessin aikana huomasti. Paljon opin myös omasta itsestäni myyjänä ja juurikin ensikoh- taamisen vaikutusta myyntitilanteessa. Kiinnitän nykyään enemmän huomiota omaan il- maisuuni sekä kehonkieleen asiakkaiden kanssa. Osaan olla nyt myös itsekriittisempi omassa myyntiprosessissani ja tiedän myös mitä osa-alueita minun tulee siinä kehittää. Produktiosassa opin myös paljon materiaalien kokoamisesta sekä Power Pointin käytössä pääsin hyödyntämään aikaisempien kurssien oppejani. Pääsin palauttelemaan myös mie- leeni kosmetologikoulussa opittujani asioita ja havainnoimaan niitä työssäni. Kaikki koulussa tekemämme työ valmistaa meitä tähän prosessiin ja niistä tuleekin ottaa kaikki tieto talteen. Sitä taitoa ja tietoa tullaan tarvitsemaan niin nyt kuin tulevaisuudessa- kin.

## Lähteet

Björkegren Jones, K. 2015. Luonnonkaunis ja terve iho. Viisas Elämä.

Donaldson, B. 2007. Sales Management. Principles, process and practice. Third edition. Palgrave macmillan. China.

Flink, K-M. Kerttula, T. Nordling, A-M. & Rautio, V. 2015. Asiakaspalvelun ammattilaiseksi. Edita. Helsinki

Flow kosmetiikka. Eteeriset öljyt. Luettavissa: <https://www.flowkosmetiikka.fi/Eteeriset-oljyt/Ohjeita-ja-vinkkejae-eteeristen-oeljyjen-kaeyttoeoen-1>. Luettu: 22.8.2017.

Flow kosmetiikka. Tuotekoulutus 2016. (Salainen.)

Gilbert, K. 2012. Luonnollista kauneutta. WSOY. Kiina.

Goman Kinsey Carol. 2008. The Nonverbal Advantage, Secrets and Science of Body Language at Work. Barrett-Koehler Publisher. San Francisco.

Hänti, S. Kairisto-Mertanen, L. & Kock, H. 2016. Oivaltava myyntityö. Edita. Keuruu.

Leppänen Erkki. 2007. Asiakaslähtöinen myyntityö. Yrityskirjat. Jyväskylä.

Luonnonkosmetiikka ry 2016. Mistä tunnistaa aidon luonnonkosmetiikan? Luettavissa: <http://www.luonnonkosmetiikka.fi/luonnonkosmetiikka/mita-on-luonnonkosmetiikka/>. Luettu: 27.3.2017.

Löytänä, J. Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Kariston Kirjapaino Oy. Hämeenlinna.

Merkonomi Hannu Mikkonen. Tuote-esittely. Luettavissa: <http://merkonomi.hannumikkonen.com/myynti/tuoteesi.html>. Luettu: 22.8.2017.

Rubanovitsch M.D. & Aalto, E. 2007. Myy enemmän-myy paremmin. WSOYpro. Porvoo.

Rummukainen Tuija. 2008. Huippumyyjä. Yrityskirjat Oy. Helsinki.

Vauhtiamyynä 2014. Ennen myyntikeskustelua. Luettavissa:  
<https://vauhtiamyynäin.wordpress.com>. Luettu: 30.3.2017.

## **Liitteet**

Liite 1. Kasvojenhoitotuotteet – Koulutusmateriaali jälleenmyyjille  
Flow kosmetiikan kasvojenhoitotuotteet

# Kasvojenhoitotuotteet –

## Koulutusmateriaali jälleenmyyjille

Flow kosmetiikan kasvojenhoitotuotteet

## Luonnonkosmetiikka

- Luonnonkosmetiikan käyttäjät ovat yleisemmin kiinnostuneita tuotteiden alkuperästä ja tuotteissa käytetyistä raaka-ainesta
- Flow kosmetiikan tuotteet valmistetaan noudattamalla eurooppalaisen Cosmos-luonnonkosmetiikkastandardin vaatimuksia
- Flow kosmetiikan tuotteissa käytetyt raaka-aineet on sertifioitu ja villinä kasvaneita, mutta itse tuotteilla ei ole luomusertifikaatteja kustannusperäisistä syistä -> ovat kuitenkin yhtä luonnonmukaisia kuin sertifioidut luomukosmetiikkatuotteet
- Eteeriset öljyt ovat luonnonkosmetiikassa usein käytettyjä niiden aromaterapeuttisten (henkinen + fyysinen) vaikutusten johdosta
- Suurin osa Flow kosmetiikan tuotteista on säilöntäaineettomia

## Asiakkaan kohtaamisen kulmakivet



### Tarvekartoituksen tekeminen on tärkeää asiakkaalle oikean ratkaisun löytämiseksi

- Tyypillisiä kysymyksiä on avoimet kysymykset, joihin ei voi vastata vain kyllä tai ei
- Miksi? -sanan käyttöä tulisi välttää mahdollisimman paljon, koska se saa helposti asiakkaalle tunteen, että myyjä lähtee väittelemään asiakkaan miellipiteen kanssa. Kuten esimerkiksi; asiakas: "Tuote on muuten hyvä, mutta se tuntuu erikoiselta" johon myyjä vastaa "erikoiselta?". Näin saadaan asiakas kertomaan lisää näkemyksestään ilman, että myyjän tarvitsee esittää sanaa "miksi?".

### Tarvekartoitus kysymyksillä pyritään selvittämään:

- Mikä on asiakkaan "ongelma"
- Minkälainen ihotyyppi asiakkaalla on
- Minkälaisia hyötyjä hän hakee tuotteelta/tuotteilta

### -> Esitellään asiakkaalle sopivat tuotteet

- Vain muutama eri vaihtoehto, ei enempää ettei asiakas mene sekaisin
- Esitellään tuotteen ominaisuudet ja näistä asiakkaalle kertyvät hyödyt
- Perustellaan miksi tuote sopii juuri kyseiselle asiakkaalle tuotteen ominaisuuksien ja hyötyjen kautta

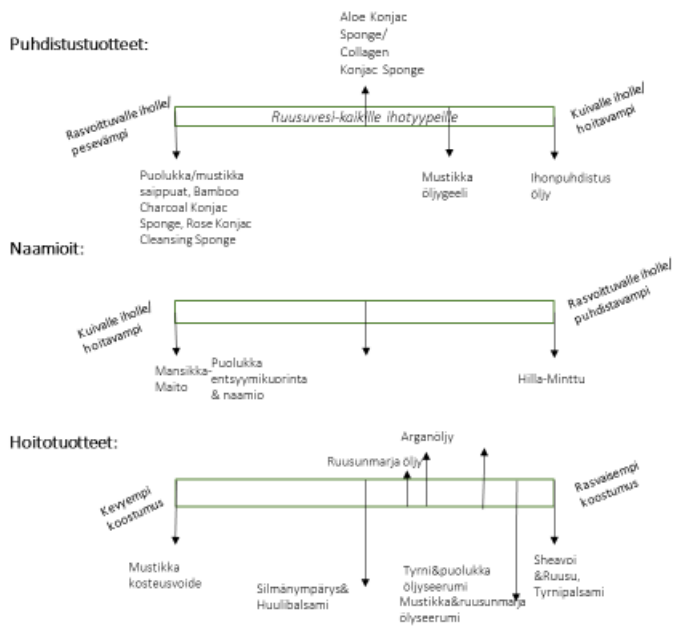
## Tyypillisiä tarvekartoituksen kysymyksiä joilla selvitetään mitä asiakas tarvitsee

### Ihotyyppin määrittely:

- Onko iho "kiristävä" tai hilseilevä -> kuiva iho
- Onko ihossa paljon epäpuhtauksia tai tuntuuko usein rasvaiselta -> rasvainen iho
- Tuntuuko ihon rasvoittuvan vain kasvojen T-alueelta tai asiakkaalla ei ole kuiva eikä rasvainen iho -> sekaivo
- Onko jotain iho-ongelmaa esim. herkkä iho, couperosa, hajuherkkä jne.
- Mitä on aikaisemmin käyttänyt/omat mieltymykset
- Pitääkö tuoksusta

### Tuotteen/tuotteiden määrittely:

- Kuuluuko säännölliseen ihonhoitorutiiniin puhdistus ja hoitotuote aamuin illoin -> suositeltavaa!
- Naamio sekä kuorinta 1-2krt/vk riippuen ihon kuivuudesta- jos kuiva iho harvemmin-> suositeltavaa!
- Jos iho kuivuu paljon esim. talvella -> seerumi ja hoitotuote päällekkäin
- Jos haluaa esim. kesäksi vain kevyen kosteuteksen pelkkä seerumikin riittää



- Seuraavissa 2:ssa diassa on kuvattu muutama kasvojenhoitotuotteiden myyntiä helpottava työkalu, joita hyödyntämällä löydetään helpommin asiakkaalle sopivat tuotteet koko Flow kasvojenhoitotuotteiden valikoimasta

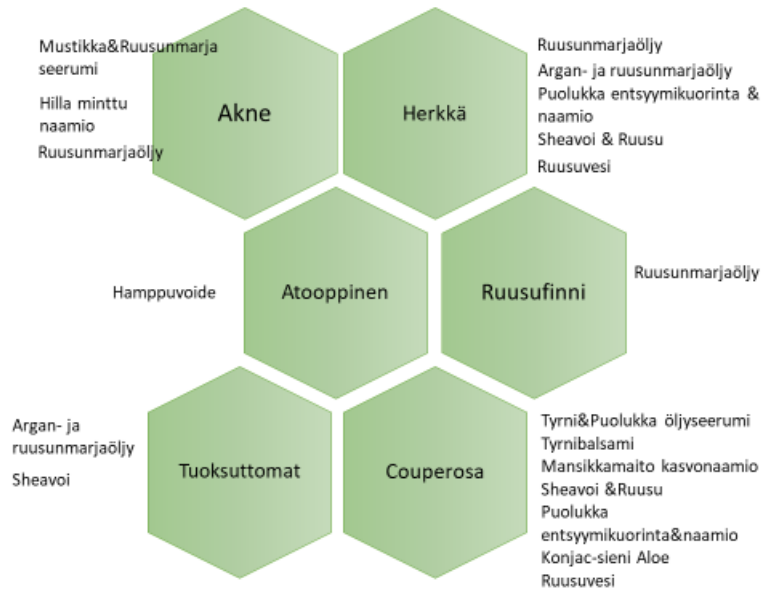
Ensimmäisen dian työkalulla kartoitetaan valikoimasta asiakkaalle sopivat puhdistustuotteet, naamiot ja hoitotuotteet.

Puhdistustuotteiden taulukossa asiakkaan tarve kartoitetaan sen perusteella onko asiakkaalla kuiva taikka rasvoittuva iho.

Naamioiden työkalulla etsitään asiakkaalle sopiva naamio sen perusteella hakeeko hän puhdistavampaa vai kosteuttavampaa lopputulosta.

Hoitotuotteiden taulukkoa luetaan tuotteiden koostumuksen perusteella. Lähes kaikki hoitotuotteet sopivat herkälle/kaikille ihotyypeille.

- Tässä diassa on kuvattu yleisimmät ihon ongelmatilat, joihin on jokaiseen merkattu erikseen juuri näille iho-ongelmille tarkoitetut hoitotuotteet. Näin voidaan löytää asiakkaalle tuote juuri hänen tarpeeseensa.



## 1. Puhdistus

Luomu Ruusuvesi 100ml – kevyt kasvovesi/meikin puhdistus

### Käsitteitä:

#### Antioksidantit:

Antioksidantit suojaavat ihoa vanhentavia hapettumisreaktioita vastaan. Antioksidantteja esiintyy paljon esimerkiksi pohjoisen luonnosta peräisin olevien marjojen siemenöljyissä.

#### Kollageeni:

Kollageeni on proteiini joka pitää ihon kimmoisana. Elimistö tuottaa kollageenia aminohappojen avulla.

Couperosa- iho: punoittava iho jonka pinnalla katkenneita verisuonia.

- Kaikille ihotyypelle, erityisesti kuivalle ja herkälle iholle
- Kevyen meikin puhdistukseen ja koko kehon virkistykseen
- Hoitaa myös couperosa- sekä ikääntyvää ihoa
- Ei sisällä alkoholia tai muita säilövä aineita
- Ruusun eteerisen öljyn tislauksessa syntyvä tuote

**INCI:** Rosa Damascena Water

VEGAANINEN



## Puolukka kasvosaippua 60g

- Normaalille ja kuivalle iholle
- Meikinpoistoon ja päivittäiseen ihon puhdistamiseen
- Sopivat erinomaisesti käytettäväksi konjac-sienien kanssa
- Vaaleanpunainen savi hoitaa ja puhdistaa ihoa
- Puolukan rasvahapot ja kasviterolit rauhoittavat ihoa
- Lesitiini auttaa ihoa säilyttämään kosteuden
- Vaahtoa pehmeästi
- Ei kuivata ihoa

Käyttö: Vaahtotus kostealla iholla. Pidä silmät suljettuina pesun aikana, saippua kirvelee silmiä. Muista säilyttää saippua alustalla, josta vesi pääsee pois.

INCI: Sodium Cocoate \*, Aqua, Sodium Shea Butterate\*, Lecithin (from sun flower)\*, Montmorillonite, Vaccinium Vitis Idaea Seed Oil\*, Titanium dioxide (CI7789), CI77007, Citrus Sinensis Peel Oil \*, Lavandula Hybrida Oil\*, Boswellia Carterii Oil\*, Vaccinium Vitis Idaea Fruit Powder\*, Rosmarinus Officinalis Leaf Extract\*, Limonene\*, Linalool\*\*, Geraniol\*\*.

\*Villinä kasvanut tai sertifioitu luomu raaka-aine.

\*\* Esiintyy luonnostaan eteerisissä öljyissä.

Koko 60g  
VEGAANINEN



## Mustikka kasvosaippua 60g

- Seka- ja rasvoittuvalle iholle
- Meikinpoistoon ja päivittäiseen ihon puhdistamiseen
- Sopivat erinomaisesti käytettäväksi konjac-sienien kanssa
- Antioksidanttinen ja vitamiinipitoinen mustikka ravitsee ja uudistaa ihoa
- Vihreä savi poistaa ihosta epäpuhtauksia ja ylimääräistä rasvaa
- Lesitiini kosteuttaa ja rauhoittaa ihoa
- Vaahtoa pehmeästi
- Ei tee ihosta pintakuivaa

Käyttö: Vaahtotus kostealla iholla. Pidä silmät suljettuina pesun aikana, saippua kirvelee silmiä. Muista säilyttää saippua alustalla, josta vesi pääsee pois.

INCI: Sodium Cocoate \*, Aqua, \*, Sodium Shea Butterate\*, Lecithin (from sun flower)\*, Montmorillonite, Vaccinium Myrtillus Seed Oil\*, Titanium dioxide (CI77891), CI77007, Citrus Sinensis Peel Oil\*, Cedrus Atlantica Wood Oil\*, Melaleuca Alternifolia Leaf Oil\*, Mentha Piperita Oil\*, Vaccinium Myrtillus Fruit Powder\*, Rosmarinus Officinalis Leaf Extract\*, Limonene\*\*, Linalool\*\*.

\*Villinä kasvanut tai sertifioitu luomu raaka-aine.

\*\* Esiintyy luonnostaan eteerisissä öljyissä.

VEGAANINEN

## Kasvojen puhdistusvoide (öljygeeli)

**Mustikka** 100ml - Syväpuhdistava, kirkastava ja kosteuttava puhdistusvoide.

- Kaikille ihotyypeille
- Öljygeeli muuttuu maitomaiseksi veden kanssa
- Risiini -ja jojobaöljy syväpuhdistavat iholuokokset epäpuhtauksista ja liasta
- Mustikansiemenöljy hoitaa herkkää ihoa ja sen antioksidantit suojaavat ihoa ympäristön haittavaikutuksilta
- Riittoisa

Käyttö: Hiero öljygeeli kuivalle ja hiukan kostealle iholle. Voit poistaa tuotteella myös silmämeikin. Lisää sitten vettä kasvoille ja jatka puhdistusta. Huuhtelee lopuksi runsaalla vedellä. Viimeistelee puhdistus Ruusuvedellä, tai kasvojen hoitosuhkeella.

INCI: Simmondsia Chinensis Seed Oil\*, Cocos Nucifera Oil\*, Ricinus Communis Seed Oil\*, Glycerine\*, Prunus Amygdalus Dulcis Oil\*, Helianthus Annuus Seed Oil\*, Ribes Nigrum Seed Oil\*, Vaccinium Myrtillus Seed Oil\*, Citrus Limonum Peel Oil\*, Sucrose Laurate, Citrus Aurantium Dulcis Fruit Water\*, Rosmarinus Officinalis Leaf Extract\*, Limonene\*\*

\* Sertifioitu luomu raaka-aine tai villinä kasvanut.

\*\*Esiintyy luonnostaan eteerisessä öljyssä.

VEGAANINEN



**Ihonpuhdistusöljy 50ml** - 100% luomu öljypuhdistaja päivittäiseen ihon puhdistukseen

- Kaikille ihotyypeille, erityisesti seka- ja rasvaiselle iholle
- Sopii myös silmämeikin sekä vedenkestävän meikin puhdistukseen
- Risiini -ja jojobaöljy syväpuhdistavat iholuokokset epäpuhtauksista ja liasta
- Mustikansiemen- ja arganöljy hoitavat ihoa ja ylläpitää ihon kosteustasapalnoa
- Ei tuki iholuokosia

Käyttö: Hiero kasvoille pyörivin liikkein ja poista lämpimään veteen kostutetulla vanulla tai pese kasvoispuulla pois, huuhtelee lämpimällä vedellä. Viimeistelee ruusuvedellä.

INCI: Ricinus Communis Seed Oil\*, Argania Spinosa Kernel Oil\*, Simmondsia Chinensis Oil\*, Vaccinium Myrtillus Seed Oil\*, Rosmarinus Officinalis Leaf Extract\*

\* Sertifioitu luomu raaka-aine tai villinä kasvanut.  
VEGAANINEN

## 2. Naamio

### Kasvonaamiojauhe Mansikkamaito 60g

- Kuivalle ja normaalille iholle, sekä couperosalle
- Puhdistaa hellästi, rauhoittaa, kosteuttaa
- Riisijauhe tasoihtaa ihonväriä, ryppyjä ja pigmenttiläiskä

Käyttö: Annostele 2tl naamiojauhetta ja 1tl vettä, sekoita tasaiseksi massaksi. Levitä puhtaalle kasvoille, anna vaikuttaa noin 10min. Huuhtelee lämpimällä vedellä.

Halutessasi voit käyttää veden asemesta esim. ruusuvettä, lisää massan sekaan vähän kasviöljyä ja pari tippaa ihotyypillesi sopivaa eteeristä öljyä tai yrttiä, kermaa, hunajaa tms. Älä levitä aivan silmien ympärille, naamio kiristää hieman.

Inci: Kaolinite (white clay and pink clay), Oryza Sativa Powder, Whole Milk Powder, Fragaria Vesca Fruit Powder\*

\*luomutuotettu raaka-aine

100% luonnollinen

Kaikki raaka-aineet täyttävät eurooppalaiselta luonnonkosmetiikalta vaadittavat kriteerit.

TUOTE EI OLE VEGAANINEN (SIS. MAITOJAUHE)



### Kasvonaamiojauhe Hilla-Minttu 60g

- Seka- ja rasvoittuvalle iholle
- Nokkonen parantaa erilaisia iho-ongelmia ja hillitsee liiallista talineritystä
- Hilla sisältää runsaasti C- ja E-vitamiinia, antioksidantit suojaavat ympäristön haittavaikutuksilta. Antibakteerinen, ehkäisee ja parantaa tulehduksia. Edistää kollageenintuotantoa
- Piparminttu supistaa ihohuokosia ja virkistää ihoa
- Vihreä savi on mineraalipitoinen, imee ihosta epäpuhtauksia ja rasvaa, tasapainottaa talineritystä
- Uudistaa ihosoluja



Käyttö: Annostele 2tl naamiojauhetta ja 1tl vettä pieneen astiaan ja sekoita tasaiseksi massaksi. Levitä puhtaalle kasvoille ja anna vaikuttaa noin 10min. Huuhtelee lämpimällä vedellä.

Halutessasi voit käyttää veden sijaan esimerkiksi ruusuvettä ja lisää massan sekaan hieman kasviöljyä sekä pari tippaa ihotyypillesi sopivaa eteeristä öljyä tai yrttiä, kermaa, hunajaa tms. Älä naamioita levitä aivan silmien ympärille, sillä naamio tuntuu hieman kiristävältä. Käytä 1-2 kertaa viikossa.

INCI: Montmorillonite, Moroccan Lava Clay, Rubus Chamaemorus Fruit Powder, Mentha Piperita Herb\*, Urtica Dioica Herb\*

\*luomuviljelty raaka-aine

Kaikki raaka-aineet täyttävät eurooppalaiselta luonnonkosmetiikalta vaadittavat kriteerit.  
VEGAANI

## Puolukka entsyymikuorinta/kasvonaamiojauhe 100ml- rakeeton koostumus

- Sopii kaikille ihotyypeille, erityisesti herkälle- ja couperosalle iholle
- Kuorinta ja naamio samassa
- Papaijan ja ananaksen entsyymit kuorivat hellävaraisesti iholta kuolleen pintasolukon
- Pohjoisen marjat puolukka ja mansikka kirkastavat ja tasoittavat ihon sävyä

Käyttö: Sekoita 1-2 tl jauhetta pieneen määrään vettä niin, että saat tasaisen massan. Veden sijaan voit käyttää myös esim. kasviöljyä tai kosteusvoidetta. Levitä kosteille kasvoille. Anna vaikuttaa noin 15min ja poista kostealla sienellä.

INCI: Kaolin, Solum Diatomeae, Bentonite, Titanium Dioxide (CI77891), Maltodextrin, Ananas Sativa Extract, Carica Papaya Fruit Juice, Vaccinium Vitis-Idaea Fruit Powder, Fragaria Vesca Fruit Powder, Citric Acid.  
VEGAANINEN



### 1.Vinkki kuivan ihon naamioon:

Kosteuttavan, mutta samalla kuorivan naamion kuivalle iholle saat sekoittamalla Mustikka puhdistusvoidetta sekä Tyrni & Puolukka kosteusvoidetta naamion joukkoon. Tämä naamio poistaa tehokkaasti hilseilevää pintakerrosta ja kosteuttaa samalla ihoa.

OHJE:

1tl Mustikka puhdistusvoidetta  
1tl Puolukka entsyyminaamiojauhetta  
1/3 tl Tyrni & Puolukka voidetta

Muutama suihkaus kasvovettä [Ruusuvesi tai Kanerva hoitosuihke]  
Sekoita tasaiseksi massaksi ja levitä iholle. Anna vaikuttaa 10-15min ja poista kasvoilta huuhtelemalla lämpimällä vedellä.

### 2.Vinkki rasvoittuvan ihon naamioon:

Tämä versio naamioista tasapainottaa rasvoittuvaa ja sekaihoa, mutta kosteuttaa ihon pintaa tehokkaasti sekä poistaa hilseilevää pintakerrosta.

OHJE:

1tl Mustikka puhdistusvoidetta  
1tl Puolukka entsyyminaamiojauhetta  
1/3 tl Mustikka&Ruusunmarja

Muutama suihkaus Kataja kasvojen hoitosuihketta.  
Sekoita tasaiseksi massaksi ja levitä iholle. Anna vaikuttaa 10-15min ja poista kasvoilta huuhtelemalla lämpimällä vedellä.

### 3. Kasvojen hoito

#### Mustikka & Ruusunmarja kasvojen öljyseerumi 30ml –anti- age

- Kaikille ihotyypeille, erityisesti herkälle ja ikääntyvälle iholle
- Mustikan antioksidantit suojaa ja tasoittaa ihon sävyä
- Argansian-, mustaherukan- ja lakansiemenoiljyt ehkäisevät ja parantavat tulehduksia
- Frankinsensi rentouttaa rasvojen lihaksia sekä mieltä

Käyttö: Öljyseerumi sopii sellaisenaan käytettäväksi tai voiteen alle tehohoitona

INCI: Rosa Canina Seed Oil\*, Simmondsia Chinensis Seed Oil\*, Argania Spinosa Kernel Oil\*, Vaccinium Myrtillus Seed Oil\*, Ribes Nigrum Seed Oil\*, Helianthus Annuus Seed Oil\*, Rosa Canina Seed Extract\*, Rubus Chamaemorus Seed Oil\*, Rosmarinus Officinalis Leaf Extract\*, Citrus Grandis Peel Oil\*, Pelargonium Graveolens Flower Oil\*, Boswellia Carterii Oil\*, Cedrus Atlantica Wood Oil\*, Mentha Piperita Oil\*, Melaleuca Alternifolia Leaf Oil\*, Eucalyptus Globulus Leaf Oil\*, Limonene\*\*, Linalool\*\*, Citral\*\*, Citronellol\*\*, Geraniol\*\* .  
\* Villinä kasvanut tai sertifioitu luomu raaka-aine \*\*Esiintyy luonnostaan eteerisessä öljyssä.  
VEGAANINEN



#### Tyrni & Puolukka kasvojen öljyseerumi 30ml

- Kaikille ihotyypeille, erityisesti herkälle ja ärtyneelle iholle
- Puolukan antioksidantit suojaavat ihoa ikääntymisen merkeltä ja tasoittaa ihon sävyä
- Tyrni suojaa UV-säteilyn haitoilta, sekä vahvistaa herkkää, ärtynyttä, kutisevaa ja rasittunutta ihoa
- Frankinsensi-, neroli- ja ruusun ottoöljyt hoitavat sekä ihoa että mieltä

Käyttö: Levitetään voiteen alle

INCI: Rosa Canina Seed Oil\*, Argania Spinosa Kernel Oil\*, Simmondsia Chinensis Seed Oil\*, Ribes Nigrum Seed Oil\*, Hippophae Rhamnoides Seed Oil\*, Vaccinium Vitis-Idaea Seed Oil\*, Helianthus Annuus Seed Oil\*, Vaccinium Myrtillus Seed Oil\*, Rosa Canina Seed Extract\* Rosmarinus Officinalis Leaf Extract\*, Citrus Aurantium Flower Oil\*, Rosa Damascena Flower Oil\*, Boswellia Carterii Oil\*, Limonene\*\* Farnesol\*\*, Geraniol\*\*, Linalool\*\*, Citronellol\*\*, Citral\*\*.  
\* Villinä kasvanut tai sertifioitu luomu raaka-aine \*\*Esiintyy luonnostaan eteerisessä öljyssä.  
VEGAANINEN



### Arganöljy luomu 50ml - kasvojenhoitoöljy

- Herkälle iholle, sopii myös ikääntyvälle iholle
- Ravitsee ja uudistaa ihoa
- Ehkäisee ryppyjen ja juonteiden syntymistä
- Parantaa ihon elastisuutta ja korjaa huonokuntoista ihoa
- Imeytyy nopeasti

Käyttö: kosteusvoiteen tapaan aamuin ja illoin. Sopii myös silmänympäryksille! Kuntouttaa myös vahingoittuneita hiuksia. Käytä muutama tippa kuivien hiusten latvoihin; kiharalle ja karhealle hiuslaadulle voi käyttää myös pituuksiin. Kaunistaa ja vahvistaa myös kynsiä ja kynsinahjoja.

INCI: Argania Spinosa Seed Oil\*

\*Kylmäpuristettu, luomu

VEGAANINEN



### Ruusunmarja ihonhoitoöljy Luomu 30ml

- Sopii kaikille ihotyypeille, myös erittäin herkälle iholle
- Ruusulla antimikrobinen vaikutus, joka poistaa epäpuhtauksia sekä rasvaisuutta
- Anti- age ihoa uudistava vaikutus
- Arpien(paraneminen voi viedä useamman kuukauden), aknearpien, aurinkoihottuman ja auringon polttamien hoitoon/ennaltaehkäisyyn
- Sisältää runsaasti A- vitamiinia
- Imeytyy nopeasti

Käyttö: kosteusvoiteen tapaan aamuin ja illoin. Sopii myös silmänympäryksille! Kuntouttaa myös vahingoittuneita hiuksia. Käytä muutama tippa kuivien hiusten latvoihin; kiharalle ja karhealle hiuslaadulle voi käyttää myös pituuksiin. Kaunistaa ja vahvistaa myös kynsiä ja kynsinahjoja

INCI: Rosa Canina Seed Oil\*, Rosa Canina Fruit Extract\*, Ribes Nigrum seed Oil\*, Rosmarinus Officinalis Leaf Extract\*, Tocopherol.  
VEGAANINEN



## Tyrnipalsami 30ml

- Rasituneelle, ärtyneelle ja ikääntyvälle iholle mihin vain hoitoa kaipaaville iho-alueille
- Sitruunaöljyn antiseptinen ja parantava vaikutus estää tulehduksia, elvyttää väsynttä, elotonta ihoa, parantaa näppyliötä ym. ihon häiriöitä
- Appelsiiniöljy estää mikrobien kasvua ja desinfioid, hidastaa ihon ikääntymistä
- Ruusunmarjansiemenutee uudistaa ihoa, edistää vaurioituneen ihokudoksen paranemista, hoitaa auringonpolttamia ja arpia

Käytä: Rohtunelle huulille ja iholle, kynsinahoilte/kynsille, kyynärpäille, pakkasvoiteena, suojaamaan kylmältä ja kuumalta, huonokuntoisten hiusten hiusten latvoihin ym

**INCI:** Butyrospermum Parkii Butter\*, Ricinus Communis Seed Oil\*, Argania Spinosa Kernel Oil\*, Helianthus Annuus Wax, Hippophae Rhamnoides Seed Oil\*, Rosa Rubiginosa Seed Extract\*, Citrus Limonum Peel Oil\*, Citrus Sinensis Peel Oil\*, Boswellia Carterii Oil\*, Rosa Damascena Flower Oil, Rosmarinus Officinalis Leaf Extract\*, Fragaria Ananassa Extract\*, Cocos Nucifera Extract\*.  
Limonene\*\*, Citral\*\*, Linalool\*\*, Geraniol\*\*  
\* Sertifioitu luomu raaka-aine  
\*\*Esiintyy luonnostaan eteerisessä öljyssä.  
VEGAANINEN



## Mustikka kosteusvoide kasvoille 30ml

- Kaikille ihotyypeille
- Antioksidanttipitoinen mustikka uudistaa ihosoluja ja suojaa ympäristön haittavaikutuksilta
- Laventelin, pelargonian ja nerolin eteeriset öljyt tasapainottavat talineritystä
- Riittoisa

**INCI:** Aqua, Helianthus Annuus Oil\*, Cetearyl Glucoside/ Cetearyl Alcohol, Lavandula Angustifolia Extract\* Argania Spinosa Seed Oil\*, Vaccinium Myrtillus Seed Oil\*, Glycerol, Butyrospermum Parkii Butter\*, Rosmarinus Officinalis Extract\*, Citrus Aurantium Extract\*, Tocopherol Acetate (from Glysine Soja, Helianthus Annuus), Lavandula Angustifolia Oil\*, Pelargonium Graveolens Oil\*, Dehydroacetic Acid, Benzyl Alcohol, Rosmarinus Officinalis Leaf Extract\*, Citrus Aurantium Nerol Oil, Lactic Acid. Limonene\*\* Citronellol\*\*, Geraniol\*\*, Linalool\*\*, Citral\*\*

\* Sertifioitu luomu raaka-aine

\*\*Esiintyy luonnostaan eteerisessä öljyssä.

Kalkki raaka-aineet täyttävät sertifioidulta luomukosmetiikalta vaadittavat kriteerit.

VEGANI



## Silmienympäryys & Huulipalsami 15ml

- Herkälle, turvonneelle ja tummalle silmänympärysiholle & herkälle ja kuivalle huultenympärysiholle
- Porkkanasiemenöljy lievittää tulehdusta ja turvotusta
- Mustikan- ja puolukansiemenöljyt kosteuttavat, rauhoittavat sekä tasoittavat ihon sävyä
- Ruusunmarjanuute edistää kollageeninmuodostusta, joka hoitaa ihovaurioita ja ryppyjä
- Imeytyy nopeasti
- Riittäosa, pieni määrä riittää

INCI: Argania Spinosa Kernel Oil\*, Caprylic/ Capric Triglyceride, Helianthus Annuus Wax, Vaccinium Vitis-Idaea Seed Oil\*, Vaccinium Myrtillus Seed Oil\*, Tocopherol, Rosa Rubiginosa Seed Extract\*, Vanilla Planifolia Oil\*, Rosa Damascena Flower Oil, Daucus Carota (Carrot Seed Oil)\*, Rosmarinus Officinalis Leaf Extract\*.

Limonene\*\*, Citral\*\*, Linalool\*\*, Geraniol\*\*  
\* Villinä kasvanut tai sertifioitu luomu raaka-aine  
\*\*Esiintyy luonnostaan eteerisessä öljyssä

VEGAANINEN



## Sheavoi & Ruusu 150ml

- sopii kaikille ihotyypille, erityisesti kuivan, herkän ja couperottisen ihon hoitoon
- Sopii kaikille ihoalueilla; kädet, jalat, kasvot
- Paksun koostumuksen ansiosta mainio talvivoiteeksi
- Ruusun tuoksu tasapainottaa tunteita ja lievittää stressiä

Huom. Säilytä helteisellä säällä jääkaapissa, jos tuote sulaa koostumus saattaa muuttua

INCI: Butyrospermum Parkii Butter\*, Rosa Rubiginosa Oil\*, Rosa Damascena Absolute, Rosmarinus Officinalis Leaf Extract\*, Citronellol \*\*, Geraniol\*\*, Citral\*\*

\* Luomuviljelty raaka-aine

\*\*Esiintyy luonnostaan eteerisessä öljyssä

Sertifioituja luomu raaka-aineita 99,5%. Kaikki raaka-aineet täyttävät eurooppalaiselta luomuosmetiikalta vaadittavat kriteerit.

VEGAANINEN



## Hoitosalva 30ml

- Vahva mehiläisvahapohjainen hoitosalva yskän lievitykseen, tukkoisuuteen, huuliherpekseen, haavoihin, huulivoiteeksi, hyönteisten puremiin, lihaskipuihin ym.
- Sis. Mehiläisvaha, seesamiöljy, rosmariini antioksidantti, eteeriset öljyt: teepuu, eukalyptus, laventeli ja santelipuu.

Käyttö: Yskään- Sivele keuhkoputken ja keuhkojen alueelle rintakehään ja selkään. Irrottaa ilmaa ja lievittää yskää. Nenän tukkoisuuteen- Levitä nenänpieliin ja poskionteloiden päälle. Huom. Varo levittämistä silmiin.

INCI: Sesamum Indicum Oil, Cera Flava, Melaleuca Alternifolia Oil, Eucalyptus Globulus Oil, Lavandula Angustifolia Oil, Santalum Austrocaledium Viell, Rosmarinus Officinalis Leaf Extract.

TUOTE EI OLE VEGAANINEN (sis. mehiläisvaha)



### Musliiniiliina –Kaikille ihotyypeille

- Hyvän Olon Maailman Ihonhoidon Ihmiesien lisäksi tarjolla on nyt maailmalla ihastusta herättäneet Musliiniiliinat. Hyvän Olon Maailman oma Musliiniiliina on valmistettu 100 % luomupuuvillasta. Nimi "Musliini" tarkoittaa kankaan sidontatapaa
- Kangas on hieman karhea, kuorii ihoa hellävaraisesti puhdistuksen yhteydessä. Kasvojen puhdistukseen tarkoitettu ekologinen musliiniiliina tehostaa ihon puhdistamista
- Helppo puhdistaa myös hiukan hankalat paikat, kuten nenänpielet ja hiusrajan. Näppärä paljon matkustaville
- Kuoriva vaikutus avaa kevyesti ihon pintaa ja näin hoitovoiteet pääsevät imeytymään tehokkaammin. Ilmavat ja väljästi kudotut liinat kuivuvat nopeasti, joten ne ovat myös hygieenisitä. Liinassa on pieni lenkki, josta sen saa näppärästi ripustettua kuivumaan

#### Käyttöohje:

- Liinaa voidaan käyttää aamuin ja/tai illoin toisen puhdistustuotteen kanssa omaa ihoa kuunnellen. Herkkäihoisille ja erittäin pintakuivalle iholle liinaa voi suositella käytettäväksi kerran päivässä tai silloin tällöin
- Levitä puhdistusaine kasvoille. Pyyhi meikki ja lika hellästi pyörivin liikkein kasvoilta lämpimällä vedellä kostutetulla liinalla. Voit tarvittaessa huuhtaista liinaa välillä. Puhdista liina ja laita kuivumaan seuraavaa käyttökertaa varten. 3-4 käyttökerran jälkeen suosittelemme 40° konepesua. Voit pestä sen pyykkikoneessa valkopyykin seassa tai jos haluat keittää liinan, heitä se kiehuvaan veteen desinfioitumaan
- Ei suositella karheutensa vuoksi herkälle silmänympärysiholle

Koko: 30 x 30 cm, ripustuslenkki  
Raaka-aine: 100 % luomupuuvilla.  
Valmistusmaa: Kiina

