

Mein INSTITUT



” Wir sind wirklich sehr offen.
Das lieben die Kundinnen und
das macht unser Geschäft aus. “

Jana Rozborilová



Blick hinter die Kulissen

Gemeinsam stark

Ein professionelles Auftreten und eine familiäre Atmosphäre müssen keine Gegensätze sein. Im Frankenthaler Kosmetikinstitut Viva la diva verbinden Jana Rozborilová und ihre Tochter Jana Lackner die beiden Aspekte zu einer einzigartigen Einstellung, mit der sie ihre Kunden seit 2010 immer wieder aufs Neue begeistern.

Ein Institut führt sich immer einfacher, wenn die Familie mithilft. Auf das Viva la diva trifft das ganz besonders zu, denn hier führen Mutter Jana Rozborilová und ihre Tochter Jana Lackner gemeinsam das Kosmetikinstitut. Die familiäre Atmosphäre, die dadurch entsteht, dient als eines der Markenzeichen des Instituts und wird noch weiter verstärkt, denn die Räumlichkeiten befinden sich im Erdgeschoss des Wohnhauses von Jana Rozborilová. Für die Kunden ist das ein besonderes Erlebnis: „Natürlich bewegen wir uns immer auf einer professionellen Ebene, aber nichtsdestotrotz ist es ein sehr vertrauensvolles Verhältnis, weil sie sich hier wie zu Hause fühlen können“, beschreibt Jana Lackner die enge Bindung der Kunden an das Institut.

Eine starke Marke

Ein weiteres Markenzeichen des Viva la diva ist das professionelle Corporate Design, das von Jana Lackner selbst entworfen wurde. Dabei profitiert sie besonders von ihrer beruflichen Vergangenheit, die in einer ganz anderen Branche lag: „Ich komme ursprünglich aus der Werbung. Ich habe Mediengestalterin gelernt und da lernt man, wie wichtig das ist, dass selbst ein kleines Kosmetikstudio ein gutes Design braucht. Entsprechend habe ich darauf geachtet, dass alles eine Einheit ergibt“, er-



1
Jana Lackner ist nebenberuflich auch als selbstständige Make-up-Artistin tätig – davon profitieren auch die Kunden des Viva la diva.

2
Die Kunden lieben die vertrauliche Atmosphäre in den Räumlichkeiten und fühlen sich stets willkommen.





3 Für die Terminverwaltung nutzen die beiden Inhaberinnen ein iPad, damit es nicht zu Überschneidungen kommt.

BUSINESS-FAKTEN

Inhaberinnen: Jana Rozborilová,
Jana Lackner

Ausbildung: Kosmetikerin, Med. Fußpflegerin, Permanent Make-up; Wimpernstylistin, Make-up Artist, Microblading Artist

Eröffnet: 2010

Räumlichkeiten: ca. 100 m²: 2 Kabinen,
1 Empfangsraum inkl. 2 Nageltischen für Maniküre

Marken: Neovita, LuxusLashes, Baehr, Nail:code, Pina Parise, Dr. Schrammek, CND, Swiss Color, V-Sonic, PhiBrows

Erfolgreichste Werbemaßnahmen: Website, Mundpropaganda

Kunden pro Monat: ca. 260

Kundenstruktur: zwischen 20 und 83 Jahren;
ca. 10% Männer

Kosten Einrichtung: ca. 32.000 Euro

Top-3-Behandlungen: Dauerhafte Wimpernverlängerung: 159 Euro (120 Wimpern), Nagel-Neumodellage mit Gel: 60 Euro,





4
Im Institut sind vor allem Wimpernverlängerungen und Anti-Aging-Behandlungen gefragt.

5
Der Produktverkauf macht rund 40 Prozent des Umsatzes aus und ist damit eine wichtige Stütze des Instituts.



6
Das Logo des Viva la diva findet sich überall im Institut wieder und sorgt dafür, dass die Marke immer präsent ist.

klärt sie. Für das Viva la diva heißt das, dass das Logo und die Farbe Lila überall im Institut und auf den Werbemitteln auftauchen.

Professionelles Marketing

Nicht nur die Inneneinrichtung, auch die Außendarstellung profitiert von Jana Lackners Vergangenheit in der Werbebranche. So hat sie die Website selbst entworfen und dafür viel Zeit und Arbeit investiert. Das hat sich vor allem in der Anfangszeit gelohnt, in der die Website das wichtigste Werbemittel darstellte.

Auch um die Social-Media-Kanäle kümmert sie sich und postet regelmäßig Inhalte auf Facebook und Instagram. Dabei legt sie Wert auf authentische Inhalte und stellt den Followern neue Produkte des Instituts vor oder teilt Eindrücke von Shootings, die sie als Make-up-Artistin begleitet. „Das sind so unsere drei starken Säulen, die uns helfen“, erklärt sie. Aber auch Mundpropaganda dürfe man nicht vergessen, wie sie ergänzt: „Es läuft wirklich viel über Empfehlungen. Wir leisten immer sehr gute Arbeit und tun das, was wir lieben. Das ist die allerbeste Werbung.“

Gute Organisation

Zu Stoßzeiten wie etwa um Weihnachten behandeln die beiden Beautyexpertinnen rund 260 Kundinnen im Monat. Damit das reibungslos bewältigt wird und beide immer wissen, wann der andere für welche Behandlung gebucht ist, setzen sie auf einen digitalen Kalender. „Wir hatten mal eine Weile ein Papierkalenderbuch und das war sehr schwierig. Jetzt arbeiten wir mit einem klassischen iPad, das funktioniert sehr gut“, erklären sie die Umstellung. Auch ein digitales Kassensystem soll in Zukunft folgen.

Mit Leidenschaft dabei

Es ist die Mischung aus familiärer Atmosphäre und professionellem Auftreten, das die Kunden vom Viva la diva überzeugt. Jana Rozborilová macht jedoch einen weiteren Faktor für den Erfolg des Kosmetikinstituts aus: „Wir leben das, was wir tun. Das macht uns aus und das spüren die Kunden.“ So ist es auch kein Wunder, dass die beiden oft schon mehrere Wochen im Voraus ausgebucht sind. □



BEAUTY FORUM

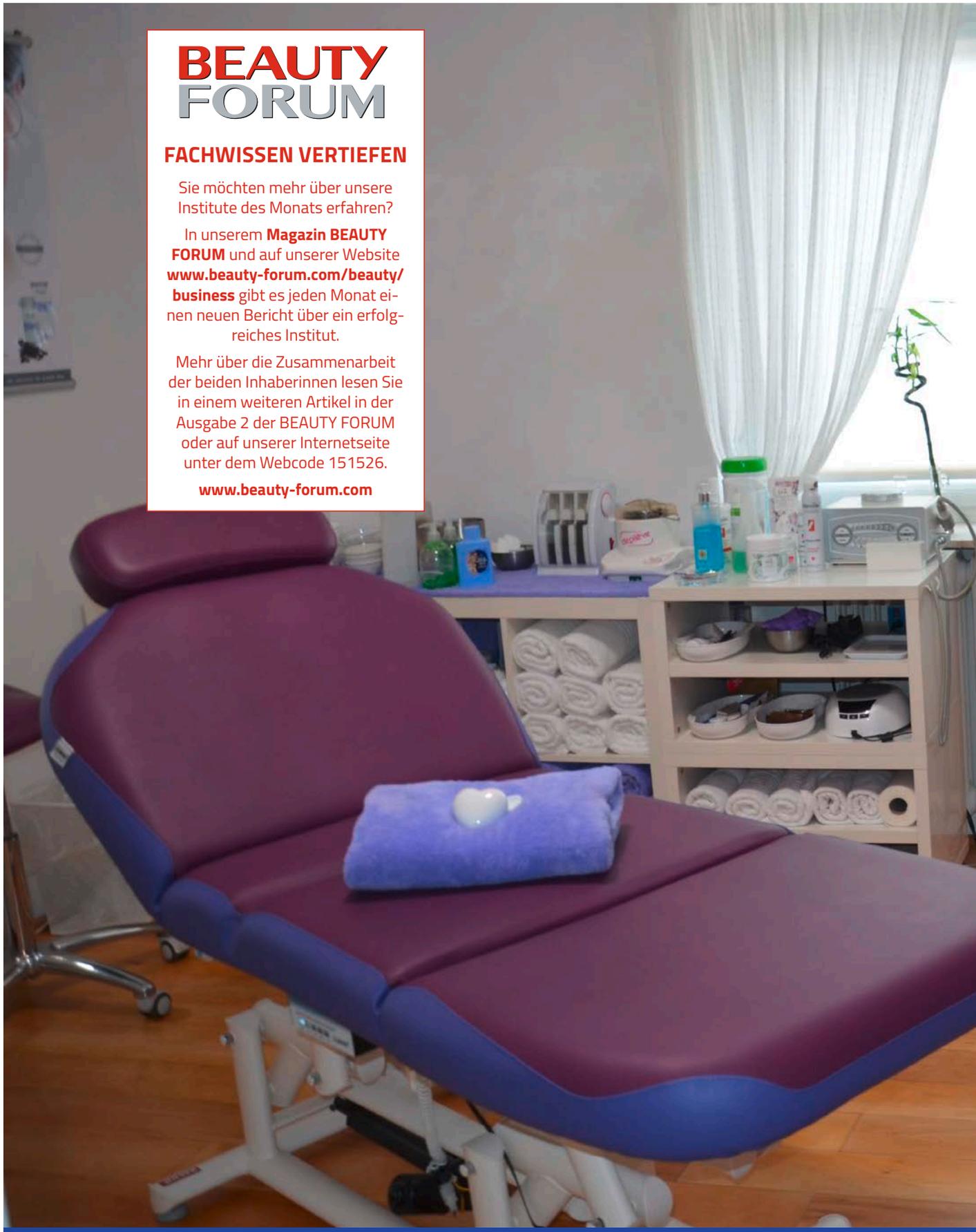
FACHWISSEN VERTIEFEN

Sie möchten mehr über unsere Institute des Monats erfahren?

In unserem **Magazin BEAUTY FORUM** und auf unserer Website www.beauty-forum.com/beauty/business gibt es jeden Monat einen neuen Bericht über ein erfolgreiches Institut.

Mehr über die Zusammenarbeit der beiden Inhaberinnen lesen Sie in einem weiteren Artikel in der Ausgabe 2 der BEAUTY FORUM oder auf unserer Internetseite unter dem Webcode 151526.

www.beauty-forum.com





Die Website war vor allem in der Anfangszeit des Instituts die wichtigste Werbemaßnahme und wurde von Jana Lackner selbst erstellt. Hier stellt sich das Institut vor und informiert über die neuesten Angebote und Geschehnisse im Viva la diva.



VIDEO-TIPP

Mehr vom Institut Viva la diva können Sie im Video auf unserer Internetseite sehen. Geben Sie einfach den Webcode 151604 in die Suche ein.
www.beauty-forum.com

KONTAKT

Viva la diva
 Dathenusstraße 8
 67227 Frankenthal
www.vivaladiva-beauty.de