



HEALTH & BEAUTY



**ZEITGARD**

FOR TIMELESS BEAUTY

**SUCCESVOL  
PRESENTEREN EN  
VERKOPEN**

# INHOUD

- 01 Voorwoord
- 02 Geautomatiseerde gezichtsreiniging en de betekenis voor de markt
- 03 Het ZEITGARD Cleansing Device
- 04 De doelgroepen
- 05 Het juiste gebruik
- 06 De perfecte productpresentatie
- 07 Tips & opmerkingen
- 08 Kaart voor huidanalyse

Hartelijk gefeliciteerd met uw nieuwe ZEITGARD Cleansing Device, de innovatieve, nieuwe verkooptool! Met uw keuze voor de verkoop van het ZEITGARD Cleansing Device heeft u de eerste belangrijke stap gezet in één van de grootste toekomstmarkten in de cosmeticabranche.

Maak gebruik van het enorme verkooppotentieel!

Het ZEITGARD Cleansing Device is het eerste geautomatiseerde cosmetica-apparaat in een groeiende, toekomstgerichte productserie van LR Devices. Nieuwe visies zullen een revolutie betekenen op het gebied van gezichts- en anti-aging-behandelingen.

Na jaren van doelgerichte marktobservatie, onderzoek en ontwikkeling is de grondsteen gelegd voor een nieuwe businesslijn.

Het ZEITGARD Cleansing Device combineert de modernste oscillatietechnologie met een uniek hygiëneconcept op MICROSILVER-basis – als onderscheidend kenmerk – en een uniek design made in Germany.

Een huid die tot in de poriën schoon is en een jeugdige uitstraling heeft – wie wil dat niet? Met het ZEITGARD Cleansing Device is dit mogelijk. Uw huid wordt tot 10x effectiever gereinigd dan wanneer u deze met de hand reinigt.

De verkoop van een elektrische gezichtsreinigingsborstel in de directe verkoop heeft talrijke voordelen. In deze handleiding laten wij u zien welke voordelen dit zijn. Bovendien ontvangt u alle belangrijke informatie en instructies om een perfect verkoopgesprek voor te bereiden en uit te voeren, of het nu een individueel gesprek of een verkoopparty is.

Wij wensen u veel plezier en veel succes!

Uw LR team

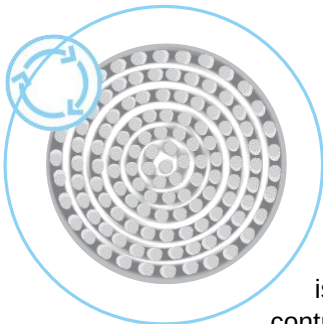


# 02

Geautomatiseerde gezichtsreiniging en  
de betekenis voor de markt

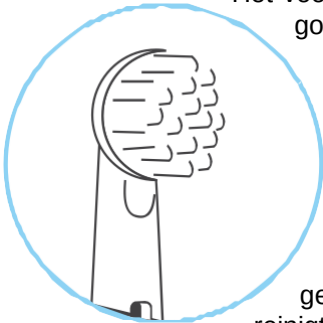
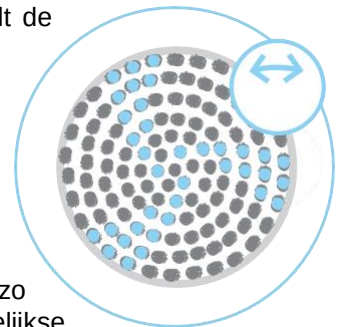
Geautomatiseerde cosmetica kennen we vooral uit de cosmeticastudio. Grote apparaten, hoge aanschafkosten voor de eigenaar en daardoor ook, afhankelijk van het instituut, relatief hogere kosten voor de gebruiker. Intussen heeft geautomatiseerde cosmetica haar weg gevonden naar de badkamers van de klanten.

Voor het thuisgebruik hebben roterende en oscillerende reinigingsborstels zich doorgezet. Deze verschillen technologisch gezien duidelijk van elkaar. Roterende reinigingsborstels hebben als nadeel dat ze alleen 360 graden in één richting draaien en daarbij de huid prikkelen. (schuurpapiereffect). De rotatie kan er zelfs toe leiden dat vuil in de poriën van de huid wordt gemasseerd in plaats van dit te verwijderen.



De oscillatie, een trillingstechnologie, kan per seconde precies worden vastgesteld en zo behoedzame frequenties van een heen- en weerbeweging opwekken. Op die manier wordt de huid behoedzaam en effectiever gereinigd.

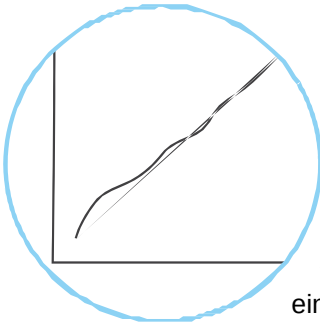
LR heeft bewust voor de oscillatie gekozen: het is de innovatiefste, zachtste en best te controleren reinigingsmethode voor thuisgebruik en daarmee voor ieder huidtype bruikbaar.



Het voorbeeld van de elektrische tandenborstels, die in zo goed als ieder huishouden tot de dagelijkse lichaamsverzorging behoren, laat zien dat innovatieve technologieën op het gebied van lichaamsverzorging bijzonder geliefd zijn, aangezien ze een duidelijke meerwaarde bieden. Iedere gebruiker van een elektrische tandenborstel en ook tandartsen zullen bevestigen dat het reinigingsgevoel en het meetbare reinigingseffect duidelijk sterker is dan met een handmatige reiniging.

Net als met het reinigen van de tanden is het ook met uw gezichtsreiniging. Met behulp van de geautomatiseerde gezichtsreiniging reinigt u uw huid meetbaar beter en tegelijkertijd ook zacht en behoedzaam. De perfecte gezichtsreiniging is de basis voor de optimale effectiviteit van alle volgende stappen in het verzorgingsritueel.





De markt voor geautomatiseerde gezichtsreiniging heeft intussen een volume van meer dan 1 miljard US dollar bereikt en groeit continu met groeipercentages van twee cijfers per jaar. De groeiprognoses zijn gigantisch.

Wat betekent dat voor LR? Met de toename van de innovaties stijgt ook het belang van een professioneel advies m.b.t. de technische details en de werkwijze van het betreffende apparaat. De adviesvaardigheid naar de eindgebruiker toe zal belangrijker zijn dan ooit tevoren. De stationaire handel zal zeker een marktaandeel blijven bedienen maar de langdurige klanttevredenheid en vooral de begeleiding van de klanten kan en zal enkel via de directe verkoop optimaal kunnen worden gedaan. Hierdoor biedt de markt van de geautomatiseerde cosmetica een groot potentieel voor LR en daarmee ook voor u.

Marktextperts weten dat het thema gezichtsreiniging tot nu toe sterk is verwaarloosd. Want er wordt duidelijk meer geïnvesteerd in verzorging dan in reiniging. Wat betekent dat? Lange tijd heeft de markt verzuimd om het thema reiniging in dezelfde mate focus te geven en serieus te nemen als de verzorging die op de reiniging volgt. Er werd weinig tot geen budget besteed aan reclame voor reinigingsproducten – in de rekken staan reinigingsproducten nog altijd helemaal onderaan. Anti-agingproducten of repairproducten wonnen duidelijk in de presentatiehiërarchie.

Hoe moet een klant zich dan vooral in de reiniging interesseren? De tijd is aangebroken om de attitude van de klanten te veranderen en het thema reiniging vakkundig en met passie als basisvoorwaarde voor een mooie huid te presenteren!

Tot nu toe was het vaak onwetendheid en voor een deel luiheid die er bij de klanten toe heeft geleid dat ze zich niet verder met het thema willen bezighouden. Smoesjes zoals “het duurt te lang” of “het is te ingewikkeld” waren steeds te horen. Met het ZEITGARD Cleansing Device zullen wij daarom binnen de doelgroepen open deuren binnenlopen en/of ons als reinigingspionier positioneren.

### Maar waarom is een grondige reiniging eigenlijk belangrijk?



Heel eenvoudig: water is goed, maar het maakt niet echt schoon (talgresten, make-up, omgevingsinvloeden). Reinigingsproducten alleen maken ook nog niet echt alles schoon. Alleen met een geautomatiseerde reiniging bereikt u een reiniging tot in de poriën.

03

## Het ZEITGARD Cleansing Device

ZEITGARD

## Het merk

ZEITGARD is een samenstelling van het Duitse woord “Zeit” en het Engelse woord “guard” in de zin van een soort “bodyguard” voor de huid die de tijd stilzet en de huid er jong en stralend uit laat zien.

De claim van het ZEITGARD logo – “For timeless beauty” – is onze kwaliteitsbelofte aan u: voor een tijdloos mooie huid waaraan de tekenen des tijds niet zijn af te lezen.

Het ZEITGARD logo is tijdloos en eenvoudig gehouden. Het ziet bewust af van trendy designdetails en op die manier wordt de boodschap van het merk helder en duidelijk: onafhankelijk van tijd en trends. De van de letter “G” uitgaande lijn omkadert grote delen van het logo en visualiseert zo de merkwaarde “bescherming” – bescherming tegen tekenen van huidveroudering.



## Het design

Met de beauty devices betreedt LR een geheel nieuwe productlijn. Om deze stap succesvol en duurzaam te kunnen zetten, is het belangrijk om vanaf het eerste moment een sterke en goed te onthouden indruk achter te laten.

Onze eis: een Cleansing Device dat aan de ene kant goed “in de hand” ligt en aan de andere kant ook optisch een “goed figuur” slaat en niet in de laatste plaats competentie en veiligheid uitstraalt. Het resultaat: een ellipsvorm. Ontwikkeld met leidende productdesigners uit de cosmeticabranche ziet ons device er niet alleen goed uit, maar dankzij de vorm glijdt het zo in de hand dat uw duim zich direct bij de powerknop bevindt. Ideaal om uw reiniging direct te kunnen beginnen. Daarbij blijft de vorm uniseks en staat op die manier vrouwelijke en mannelijke gebruikers even goed.

Naast de vorm hebben wij door middel van kleinere designelementen een directe koppeling naar het merk LR gecreëerd. De vorm van de knop is bijvoorbeeld ontwikkeld vanuit het LR-logo. Let op de ronding van de “R”, verleng de draaiing en teken de knop met de lichtdiode na.

De kleuren herinneren aan een professionele reiniging zoals u die uit de cosmeticastudio kent. Het ZEITGARD Cleansing Device is vervaardigd uit kwalitatief hoogwaardige kunststoffen die optimaal zijn afgestemd op een gebruik in uw badkamer.

Aangezien het ZEITGARD Cleansing Device ook door mannen kan worden gebruikt, is het elegant en puur qua vorm. Dit geldt eveneens voor de oplader, die harmonisch aan het totaalplaatje wordt toegevoegd.



**Vergelijk het zelf:  
het ZEITGARD design is uniek op de markt.**



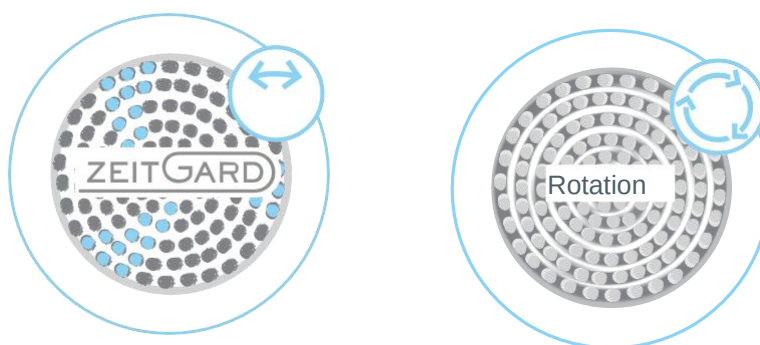


## Het device

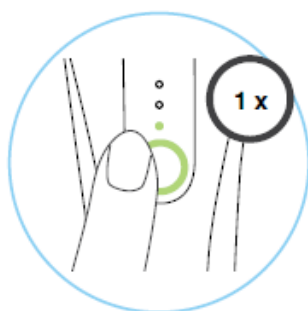
Na talrijke testen hebben wij ervoor gekozen om in te zetten op een reinigingsvermogen dat is geïnduceerd door oscillatie. Dit betekent dat de borstel zich per minuut duizenden keren heen en weer beweegt. Stel u voor dat de wijzer op uw klok permanent tussen de 11 en de 1 op en neer gaat. Deze beweging voert ook de borstel uit.

Waarom hebben wij precies voor deze techniek gekozen en niet voor de net zo bekende rotatie (cirkelende bewegingen)?

Heel eenvoudig: het is bewezen dat bewegingen in tegengestelde richting, dus oscillatie, een groter reinigingsvermogen hebben. De filamenten van de borstel kunnen zo optimaal vervuilingen van de huid verwijderen – en dat niet alleen tot in de laatste porie, maar eveneens bijzonder zacht, want de oscillatiereiniging heeft bewezen duidelijk behoedzamer te zijn dan de rotatie.

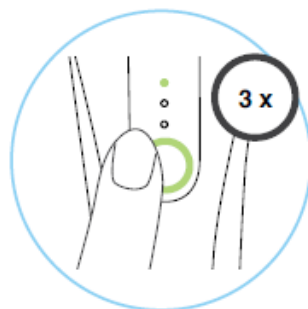
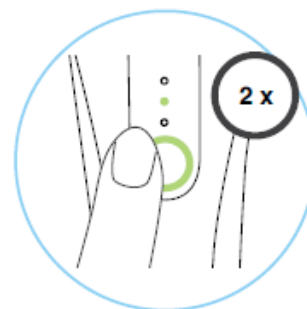


In combinatie met de filamenttypes en de lengte van de filamenten hebben wij het vermogen van de motor, dus de oscillatiesnelheid en ook de hoek van de oscillatie van 3° als optimaal vastgesteld:



**Stand 1:** 100 Hz of 6.400 bewegingen per minuut.  
Onze aanbeveling voor een gevoelige huid.

**Stand 2:** 106 Hz of 7.100 bewegingen per minuut.  
Onze aanbeveling voor een normale huid.



**Stand 3:** 121 Hz of 7.300 bewegingen per minuut.  
Onze aanbeveling voor een bijzonder intensieve reiniging.

## De innovatie

Dankzij het jarenlange onderzoek en de jarenlange ontwikkeling in ons bedrijf zijn wij uitgegroeid tot één van de leidende aanbieders van de MICROSILVER-technologie. Deze expertise zetten wij nu wereldwijd voor het eerst in bij geautomatiseerde cosmetische producten. Wij vervangen de filamenten van de borstelkoppen door MICROSILVER BG™.

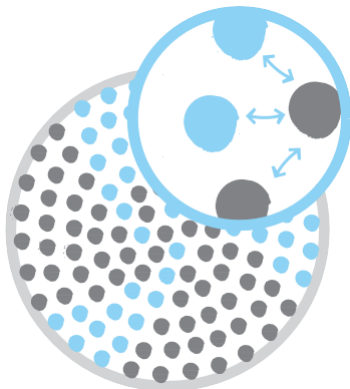
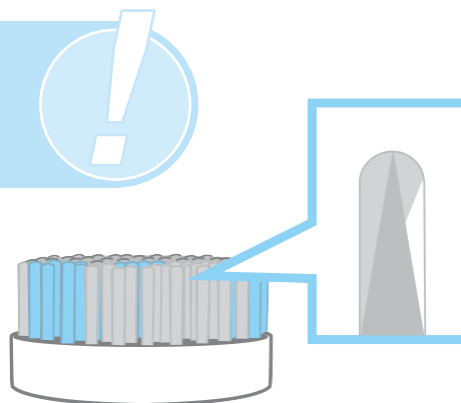
Waarom doet LR deze moeite en laten we geheel nieuwe materiaalsamenstellingen voor borstelfilamenten produceren? Heel eenvoudig: om hygiënische redenen. Zelfs na het uitspoelen van de gebruikte borstel blijft er een klein spoor van vochtigheid op ieder filament achter, dat slechts zeer langzaam droogt. In de tussentijd kunnen er naast kiemen en bacteriën die na de reiniging zijn achtergebleven ook bacteriën en kiemen die zich in de lucht bevinden op de filamenten neerzetten en daar vermenigvuldigen. Dit betekent dat het risico op huidvervuiling en irritaties door de kiemen en bacteriën die zich op de borstel bevinden onnodig wordt verhoogd.

De integratie van MICROSILVER BG™ in de filamenten zorgt ervoor dat zich op het oppervlak positief geladen zilverionen verzamelen. Zilverionen gaan de vorming van kiemgroepen tegen, zoals is bewezen in onze testen met SGS Fresenius.

MICROSILVER BG™ vormt als het ware een beschermend schild voor uw borstel. Bovendien kan door de homogene concentratie van MICROSILVER BG™ een reiniging met borstels gedurende 3 maanden in een hygiënisch perfecte staat worden gegarandeerd. De MICROSILVER BG™-deeltjes worden continue van binnenuit aan het oppervlak gebracht.

### **MICROSILVER BG™ werkt als een beschermend schild tegen verontreinigingen op uw borstel.**

Maar dat is niet het enige wat onze borstels zo bijzonder maakt. Om een behoedzame reiniging te kunnen garanderen, hebben wij onze borstel uitgerust met afgeronde filamenten. Traditionele borstels zijn daarentegen afgesneden en hebben kleinere, scherpere randen. Daardoor kunnen ze de huid extra irriteren.



Ook de afstand tussen de tafts (tafts zijn de bundels van filamenten die over de borstelkop zijn verdeeld) is bewust ruim gekozen. In vergelijking met andere producten zult u constateren dat de afstanden bij de ZEITGARD borstels duidelijk groter zijn. De grotere afstand zorgt voor aanzienlijke voordelen: de tafts kunnen duidelijk beter bewegen (trillen) en de filamenten krijgen na de reiniging beter lucht en kunnen zo beter drogen.



**ZEITGARD borstels zijn een echt technisch kunstwerk en kunnen niet worden vergeleken met traditionele borstels.**

## De borstelvarianten



### SOFT – FOR SENSITIVE SKIN

De Sensitive-Brush, herkenbaar aan de 3 roze rotoren, heeft bijzonder fijne filamenten. Daardoor biedt de borstel een zeer zacht en aangenaam huidgevoel. Verder zorgt de speciale oppervlaktestructuur van ieder van de afzonderlijke filamenten voor een effectieve reiniging van de huid en een optimale verwijdering van vervuilingen.

Deze borstels zijn vooral geschikt voor lichte vervuilingen en voor een gevoelige huid.

Een gevoelige huid is te herkennen aan lichte rode vlekken, een lichte verstrakking, gevoeligheid voor temperaturen of de neiging tot droogheid rond de ogen.

Dankzij de speciale mix van filamenten en de afgeronde uiteinden is een bijzonder behoedzame reiniging mogelijk.



### CLASSIC – FOR ALL SKIN TYPES

De Classic-Brush, herkenbaar aan de 3 blauwe rotoren, heeft in vergelijking met de Sensitive-Brush iets sterkere filamenten. Deze zijn in een directe vergelijking iets dikker en duidelijk steviger. Het verschil wordt ook duidelijk door het gebruik: er kunnen merkbaar meer en grovere vervuilingen worden verwijderd.

De reiniging van de huid is bijzonder efficiënt en tegelijkertijd – dankzij de filamentenstructuur – behoedzaam voor de huid.

Wij raden deze borstel aan voor huidtypes die ook bij een normale verzorging en reiniging geen of nauwelijks geïrriteerde huidreacties hebben.

Bij een normaal gebruik raden wij niet alleen om hygiënische redenen aan om de borstel iedere 3 maanden te vervangen, maar ook vanwege het reinigingsvermogen. Ook wanneer wij de filamenten zorgvuldig op het hoogste technische niveau hebben geselecteerd, kan het reinigingsvermogen afnemen door de permanente belasting. Daarom raden wij aan om de borstelkop regelmatig te vervangen.

**Het is net als bij uw tandenborstel. Om ook hier de optimale resultaten te boeken, raden tandartsen aan om de tandenborstel regelmatig te vervangen.**



## De reinigingsproducten

Onze ZEITGARD reinigingsproducten zijn speciaal afgestemd op de borstels. De viscositeit (het vloeivermogen) van de reinigingstexturen is zo ontwikkeld dat bij een normaal gebruik in de afzonderlijke snelheidsstanden geen ongewenst uitlopen en spatten optreedt. Het reinigingsproduct blijft daar waar het thuishoort: op de borstel en het gezicht.

**De ZEITGARD reinigingsproducten dalen extra langzaam in de borstel. Andere reinigingsproducten zijn daarom niet optimaal op uw device afgestemd.**



### SENSITIVE SKIN

De reinigingscrème bevat katoenextracten, is speciaal ontwikkeld voor de gevoelige huid en is zacht voor het gezicht. Het schuim laat een bijzonder zacht huidgevoel achter.

**ALL SKIN TYPES**  
Lichte, vitaliserende reinigingsgel voor alle huidtypes die van een frisse kick houden. Bijzonder zachte en verzorgende, licht schuimende tensides reinigen de huid intensief en behoedzaam. Milde vetminnende stoffen voorkomen een spanningsgevoel op de huid en zorgen voor een ontspannen huidgevoel.



De reinigingsproducten bevatten telkens 125 ml en zijn bij een dagelijks gebruik met 2 keer pompen precies voldoende voor een maand.

Het beste reinigingsresultaat krijgt u wanneer u het juiste reinigingsprogramma (borstel en bijbehorende gel of crème) voor uw eigen huidtype gebruikt.

**Het ZEITGARD Cleansing Device bereikt alleen de geteste resultaten wanneer u de borstel met de reinigingsproducten gebruikt!**



## Geteste effectiviteit

Om de effectiviteit en de huidverdraagzaamheid van het ZEITGARD Cleansing Device te onderzoeken, heeft LR een producttest uitgevoerd in samenwerking met één van de leidende Duitse testinstituten voor cosmetische producten: dermatest.

Bij deze test hebben onafhankelijke proefpersonen het ZEITGARD Cleansing Device en de reinigingsproducten gedurende een periode van 6 weken getest. Vervolgens zijn ze geënquêteerd over hun tevredenheid en over het effect.



Dr. Werner Voss



**Dr. Werner Voss vat het resultaat samen:**

*„Onze dermatologische testen hebben laten zien dat een reiniging met het ZEITGARD Cleansing Device tot 10x effectiever is dan de traditionele, handmatige reiniging van de huid. Een voordeel ten opzichte van de gebruikelijke rotatie: de oscillatietechnologie waarbij de borstel met hoge snelheid op en neer trilt. Dit zorgt voor een grondige dieptereiniging zonder de huid te belasten!*

*De uitstraling van de huid wordt op deze manier niet alleen fijner, de huid wordt bovendien gestimuleerd en kan bij regelmatig gebruik ook strakker worden!”*

Kwantitatief heeft het ZEITGARD Cleansing Device bij de testpersonen tot de volgende resultaten geleid:

**100%**

...van de testers vond het effect van het reinigingsproduct zeer goed!

**90%**

...zegt dat de reiniging de huid ideaal voorbereid op de daarop volgende verzorging!

**85%**

...bevestigt de behoedzame reiniging van de huid tot in de poriën!

**85%**

...zegt dat make-up effectief wordt verwijderd!

**85%**

...zegt dat de huid intensief wordt gereinigd!

**80%**

... bevestigt dat de huid zacht en grondig wordt gezuiverd van natuurlijke verontreinigingen!

**75%**

... zegt dat de uitstraling van de huid verbetert en de huidstructuur er gladder uitziet!

## Hoe wordt de 10 keer effectievere reiniging eigenlijk gemeten?



Voor de wetenschappelijke test wordt een bepaalde hoeveelheid sterk dekkende, normaal verkrijgbare make-up op het gezicht aangebracht. Hightech camera's nemen het gezicht vervolgens op. Daarbij wordt de vervuilingsgraad op meerdere niveaus vastgelegd en nauwkeurig gemeten.

Na de traditionele reiniging met de hand (1 minuut zonder zeep) bleef een vuilhoeveelheid van gemiddeld meer dan 98% van de make-up op de huid en in de poriën achter.



98% Vuilrestanten



Na de reiniging met ZEITGARD bleef gemiddeld slechts een restant van 9,5% vuil op de huid achter.

9,5% Vuilrestanten

**Wanneer we 98% tegenover 9,5% zetten, dan krijgen we de factor 10,4 – dus een stijging van het reinigingsvermogen met afgerond factor 10!**

Bij de test werd voor een optimale contrastverhouding bijzonder donkere make-up gebruikt. Lichtere make-up zou voor de camera weliswaar moeilijker te registreren zijn, maar de vervuilingsgraad zou feitelijk hetzelfde zijn. Het is ook belangrijk om te weten dat zelfs bij de traditionele handmatige reiniging met water en een reinigingsproduct (zonder reinigingsborstel) gemiddeld nog een vuilrestant van meer dan 32% zou achterblijven.

**De 10 x effectievere reiniging is wetenschappelijk bewezen.**



Wat zijn de overige effecten van de ZEITGARD-reiniging?

Bij regelmatig gebruik, dus een regelmatige verwijdering van overtollig sebum (huidtalg), wordt de natuurlijke bescherming van de huid gestimuleerd. Tegelijkertijd kunnen talglagen en huidschilfers worden gereduceerd en voorkomen. De huid ziet er gladder en frisser uit.

De reiniging heeft een massage-effect voor de huid. Daardoor wordt de microcirculatie in de huidlagen gestimuleerd. Uw teint straalt, ziet er duidelijk frisser uit en wordt bovendien nog op natuurlijke wijze strakker gemaakt.

Een optimale reiniging zorgt ervoor dat uw verzorgingsproducten veel beter kunnen worden opgenomen en dat de actieve bestanddelen zich geconcentreerd op uw huid kunnen ontvouwen. Positieve effecten op de uitstraling van uw huid worden overeenkomstig verstevigd. U heeft meer uitstraling en uw huid ziet er langer jong uit.



# 04

## De doelgroepen

Uw doelgroep zijn vrouwen en mannen die waarde hechten aan een verzorgd uiterlijk, die regelmatig producten met werkzame bestanddelen gebruiken en die openstaan voor innovaties en cosmetische nieuwtjes. Het ZEITGARD Cleansing Device is vooral gericht op vrouwen en mannen die de gesteldheid van hun huid niet aan het toeval en aan het huidverouderingsproces willen overlaten, maar zich actief verzorgen en ook zichtbare resultaten willen zien. Kijk eens rond. Deze mensen zijn er overal – in uw kennissenkring, op het werk of op feestjes en evenementen. En hun aantal stijgt!

Zowel vrouwen als mannen hebben afhankelijk van hun leeftijd heel specifieke eisen aan hun huidverzorging. Hier laten wij u typische voorbeelden zien. Waar ziet u uzelf?



Jonge vrouwen in de leeftijd van 18 – 28 jaar die regelmatig make-up gebruiken en daardoor ook effectief willen reinigen: jonge mannen bijv. bij probleemhuidbehandelingen (zoals bijv. onzuiverheden etc.).

Vrouwen en mannen vanaf 29 jaar, wanneer eerste tekenen van huidveroudering zichtbaar worden en daarom een effectieve verzorging moet worden gebruikt – voor een verbeterd effect door een perfecte reiniging van de huid.



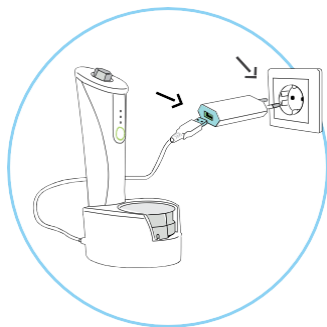
Vrouwen en mannen bij wie de tekenen des tijds duidelijk in het gezicht zijn afgetekend, bijv. diepe expressierimpels, pigmentvlekken (ouderdomsvlekken), sterkere verhoornde huid vanwege regelmatige UV-straling, een bleke teint door stress, slechte voeding, roken, slaapgebrek etc.

### **Is er een kerndoelgroep wiens koopkracht en interesse voor ZEITGARD bijzonder hoog is?**

Ja, die is er! Het is de moderne vrouw/de moderne man tussen 30 – 50, financieel onafhankelijk, met de wens om de uitstraling van de huid te behouden/terug te krijgen. Het zijn gebruikers van zeer effectieve merkosmetica, die actief in het leven staan. Mensen die geïnteresseerd zijn in innovaties en technologieën, bijv. gebruikers van elektrische tandenborstels, liefhebbers van design bij alledaagse producten (iPhone & co.).

# 05

## Het juiste gebruik

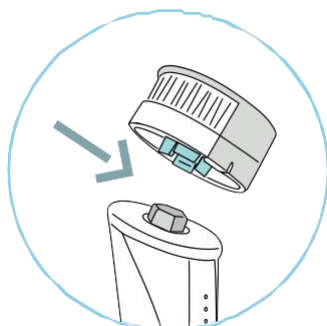


**Is de accu van uw ZEITGARD Cleansing Device volledig opgeladen?**

**Dan kunt u nu beginnen!**

Het ZEITGARD Cleansing Device dient voor een volledige gezichtsreiniging inclusief make-upverwijdering. Aangezien het ZEITGARD Cleansing Device niet geschikt is voor de gevoelige huid rond de ogen, moet u uw oogmake-up apart verwijderen.

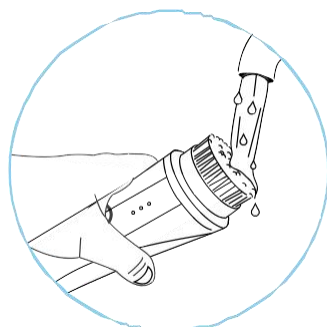
Bij heel sterke make-up mag u ook vooraf met een cosmeticadoek reinigen zodat u een te sterke verkleuring van uw reinigingsborstel kunt voorkomen.



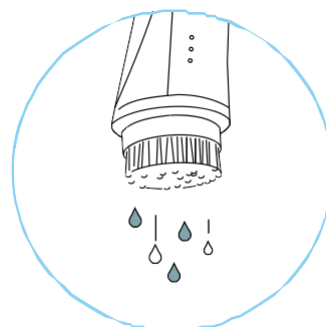
Pak nu de juiste borstel voor uw huidtype en zet deze op het apparaat tot u een klik hoort. Dan zit de borstel vast en is hij startklaar.



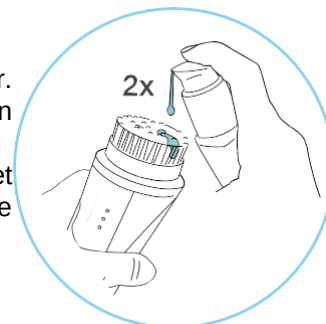
**Net als bij uw tandenborstel geldt hier: ieder familielid verdient zijn eigen borstelkop.**



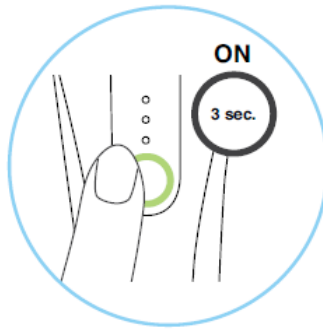
Neem nu uw ZEITGARD Cleansing Device in uw hand en houd de borstelkop kort onder stromend water. De reden hiervoor: de vezels worden zachter en kunnen zo de reinigingslotion/-gel beter opnemen. Schud nu het overtollige water voorzichtig van de borstel zodat het tijdens het gebruik niet langs uw arm omlaag loopt.



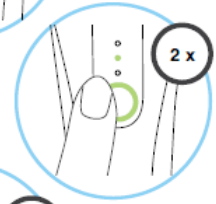
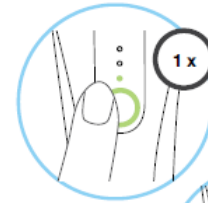
Bevochtig ook uw gezicht met een beetje water. De vochtige huid koppelt zich sneller en aangener aan de textuur en de borstel. Spuit nu het passende reinigingsproduct in het middel van de borstelkop door 2 keer te pompen.



## Het juiste gebruik



Zet het ZEITGARD Cleansing Device aan door de startknop ca. 3 seconden ingedrukt te houden. Selecteer nu uw gewenste stand door nogmaals te drukken. De kleine lampjes laten u zien op welke stand het apparaat staat.



**Start de eerste 14 dagen a.u.b. met stand 1 en ga pas over op een hogere stand wanneer uw huid gewend is aan deze vorm van reinigen.**



Nu begint u met licht cirkelende bewegingen en weinig druk op één van uw wangen tot en met de kin. Voor iedere gezichtszone geeft uw ZEITGARD Cleansing Device 20 seconden aan door middel van een impuls op het apparaat en een akoestisch signaal. Dan wisselt u naar de andere wang en reinigt deze eveneens gedurende 20 seconden tot en met de kin. Nu nog 20 seconden voor uw voorhoofd en neus.



**Ga nooit met de borstel over de ogen. Ook gesloten is uw oog een uiterst gevoelig orgaan!**

## Het juiste gebruik



Geniet van uw nieuwe reinigingsritueel! Sluit uw ogen en ontspan. Ga met draaiende bewegingen zacht over lijnen en rimpels, bijvoorbeeld aan de zijkant van uw ogen richting de haarlijn, over de lippen en de nasolabiale plooï.

Het is de moeite waard! Het trainingseffect zal snel zichtbaar zijn.

Rem uzelf in het begin wat af, want uit ervaring weten we dat mensen vooral in het begin niet willen stoppen omdat het zo aangenaam is. Minder is meer, maar wel regelmatig.

Wij raden u aan om gedurende tenminste 14 dagen een reiniging van één minuut aan te houden om uw huid te laten wennen aan de geautomatiseerde behandeling.



Wanneer u klaar bent met uw gezicht, kunt u uzelf nog een minuut gunnen voor uw hals en décolleté. Het gebruik is ook heel geschikt voor de bovenarmen en ook de droogste ellebogen.



Leg het ZEITGARD Cleansing Device opzij en verwijder met de hand of met een doek en veel water de restanten van de behandelde plekken.

**Is het niet verbluffend dat na een reiniging geen gevoel van spanning meer optreedt en dat uw huid zijdezacht is?**

Dat is ook het verschil tussen een handmatige en geautomatiseerde reiniging. De doorbloeding van uw huid wordt goed gestimuleerd en uw huid bouwt zelf een vochtigheidsdepot op. Dat kunt u zien en voelen. De huid voelt al aan alsof deze met een goede crème is verzorgd.



**Kijk na het afdrogen eens naar uw handdoek. Deze is stralend wit gebleven. Geen spoor van de typische restanten na de gezichtsreiniging.**



**Het juiste gebruik kunt u ook bekijken via onze ZEITGARD Cleansing Device gebruiksvideo. Alle video's vindt u in uw downloadportaal („MY LR“).**





## Het juiste gebruik



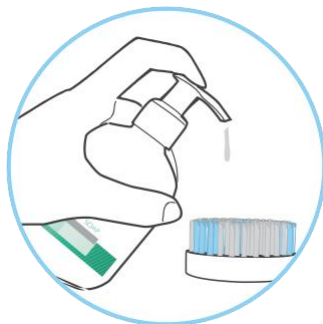
Vervolgens verzorgt u uw huid zoals u gewend bent en u zult zien dat u uw serum, crème of zelfs uw masker duidelijk zuiniger kunt doseren. Uw huid heeft minder textuur nodig en is desondanks beter in staat om verzorgingsproducten op te nemen. De werkzame bestanddelen kunnen optimaal hun werk doen en zo bereikt u meer en meer een voelbare verbetering van uw huid. **Het is geweldig!**

**Voor de verzorging na de reiniging biedt het LR portfolio een breed aanbod (bijv. Nanogold, Serox, Beauty Diamonds, Aloë Vera, PowerLift of Platinum)**



Direct na het gebruik maakt u uw borstel schoon met water en een zachte waslotion. Zo worden ook kleurpigmenten verwijderd, bijna zonder restanten achter te laten.

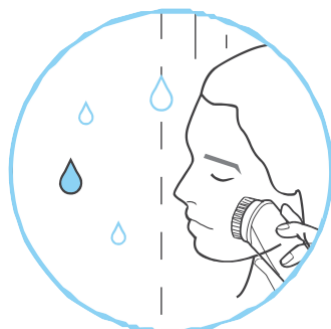
**Belangrijk: de borstelkop moet zonder beschermkapje in de oplader worden gezet. Laat de borstel aan de lucht drogen. Het beschermkapje is bedoeld voor wanneer u gaat reizen.**



**Onze aanbeveling voor het schoonmaken van de borstelkop: Aloë Vera Cream Soap.**



De oplader is tegelijkertijd ook de opbergplaats van uw ZEITGARD Cleansing Device. Zonder de kwaliteit van de accu te verminderen kan het ZEITGARD Cleansing Device in de oplader blijven staan en daar wachten op uw volgende professionele gezichtsreiniging.



U kunt uw ZEITGARD Cleansing Device onbezorgd onder de douche gebruiken, aangezien het is beschermd tegen spatwater. Het device mag echter niet in water worden ondergedompeld.



# 06

## De perfecte productpresentatie

## De uitrusting

Een succesvol ZEITGARD verkoopevenement moet goed worden voorbereid. Houd er rekening mee dat u met het ZEITGARD Cleansing Device een high-end-product verkoopt. Dit moet ook worden weerspiegeld in uw professionele uitvoering van het verkoopevenement.

**Wanneer u meerdere personen heeft, reken dan altijd 1 werkplek + 1 apparaat per 2 personen. Bij 6 personen heeft u in het ideale geval 3 werkplekken + 3 apparaten.**

**Het is uiteraard ook met slechts één apparaat mogelijk, maar de presentatie zal dan langer duren en uw gasten hebben wachttijden.**



Voorbeeldwerkplek voor 2 personen



De volgende materialen moet u minimaal bij zich hebben voor een optimale productpresentatie voor maximaal 2 personen:

- 1 ZEITGARD Cleansing Device (uw presentatieapparaat met oplader)
- 2 borstelkoppen (Classic + Sensitive)
- 2 gastendoekjes
- 1 box cosmeticadoekjes
- 1 lipliner/lippenstift (LR Colours)
- 2 kaarten voor huidanalyse
- 2 ZEITGARD reinigingsproducten (Classic + Sensitive)
- 1 MICROSILVER handgel
- 1 verstuiver met water
- (tip: neem een lege kleine Aloë Vera Emergency Sprayfles uit de Aloë Vera Box)
- 1 oogpotlood (LR Colours)

**Wat u verder nog bij zich moet hebben:**

**1–2 ZEITGARD Cleansing Devices om direct te verkopen**

**2–4 ZEITGARD Cleansing Devices reinigingsproducten om direct te verkopen**



Bovendien zijn er nog meer hulpmiddelen waarmee u een indrukwekkend voor&na-effect kunt demonstreren. Voorbeelden hiervan vindt u op de volgende pagina's.

## Eenvoudig uitnodigen en afspraken inplannen

Heeft u zich al eens afgevraagd waarom andere vertegenwoordigers soms dagelijks afspraken voor productpresentaties en homeparty's hebben? Waarom er zelfs presentaties zijn waarbij de producten bijna €1.000,- kosten en waar veel klanten naartoe komen en producten kopen?

Het antwoord is heel eenvoudig: de desbetreffende vertegenwoordigers plannen regelmatig afspraken in en beloven een zeer interessante presentatie met voordelen voor de klanten.

**De titel van uw presentatie moet voor de klant altijd interessant en spannend klinken.**



- De ZEITGARD-presentatie ...een revolutie in de badkamer!
- Uw ZEITGARD Workshop – de moderne gezichtsreiniging voor de huid die er jong uit moet blijven zien
- Huidreinigingsparty
- Deep-Cleansing-ZEITGARD-party
- De ZEITGARD-reinigingspresentatie
- Huid-bodyguard-party

...dit zijn slechts enkele voorbeelden waarmee we u willen inspireren. U zal vast zelf nog veel meer leuke en spannende titels kunnen bedenken.

### **Neem de hoorn van de haak en begin...**

Tijdens de gesprekken voor het inplannen van afspraken moet altijd het kenmerk van de doelgroep ter argumentatie dienen:

*„...u bent ook een moderne vrouw die waarde hecht aan een mooie huid en een goede uitstraling. Daarom wil ik dit innovatieve apparaat graag aan u presenteren.”*

*“Wilt u soms ook een bodyguard voor uw huid, die u beschermt tegen het ouder worden?”*

*“... speciaal voor mannen plan ik een ZEITGARD-presentatie waarbij ik u wil laten zien welk hightech apparaat in de toekomst naast uw scheerapparaat in de badkamer hoort te staan. Ik zie u als een zeer moderne en open man en denk dat u dit bijzonder actuele thema interessant zult vinden.”*

*“... elektrische tandenborstels zijn al jarenlang in opmars. Ze zijn effectiever in het reinigen van tanden dan handtandenborstels. Nu zijn er ook op het gebied van gezichtsreiniging innovatieve apparaten voor meer schoonheid...”*

*“... soms treedt voortijdige huidveroudering op omdat de basis van de verzorging – de gezichtsreiniging – niet optimaal is. Ik wil u laten zien hoe u uw huid zonder veel moeite optimaal kunt voorbereiden op uw prijzige verzorgingscrème...”*

*“...met mijn ZEITGARD-presentatie wil ik u laten zien hoe u de eerste tekenen van huidveroudering kunt vertragen.”*

## Het verloop

**Alle begin is moeilijk. Het vraagt zelfoverwinning.**

Maar al na de eerste demonstratie zult u constateren dat u zich het verloop van uw ZEITGARD-presentaties snel eigen maakt en dat ze interesse opwekken. U zult verraste klanten ontmoeten die zich laten inspireren en uw presentatie zal bij u en uw gasten voor veel plezier zorgen.

Begin eenvoudig: gebruik individuele adviesgesprekken of kleinere groepsessies (2-3 personen) om het presenteren van uw ZEITGARD Cleansing Device te trainen.

U zult zich meer en meer geroutineerd en zelfverzekerd voelen om presentaties te geven voor meerdere geïnteresseerden. Begin pas dan met het plannen van grotere presentaties. "Groot" betekent in ons geval echter niet meer dan 6 personen inclusief de gastvrouw/gastheer. Meer dan 6 personen kunnen met het ZEITGARD-concept niet meer persoonlijk en individueel worden geadviseerd.

**Maak van tevoren zo goed mogelijk duidelijk hoeveel gasten u bij uw presentatie zult hebben.**



### Het oog koopt altijd mee!

De opbouw van uw presentatietafel draagt bij aan uw professionele presentatie en is zeer aanbevelingswaard voor een succesvolle verkoopparty. De presentatietafel moet dicht bij de deelnemers staan (in dezelfde ruimte). Al bij binnenkomst van de dames en heren moet de tafel voor nieuwsgierigheid en een perfecte eerste indruk zorgen.

De waardering die u met uw presentatietafel naar iedere klant uitdraagt, zal zeker worden gehonoreerd.

Voorbeeld presentatietafel



**Voor presentaties is ook gezelligheid belangrijk. Eten en drinken is daar zeker een onderdeel van, maar plaats uw ZEITGARD Cleansing Device direct in het licht en niet tussen de chips en wijnglazen!**



### Hoe u voor uw klanten het geschikte product selecteert.

Veel klanten weten zeker of ze eerder een gevoelige of ongevoelige huid hebben. Voor klanten die dit niet zeker weten, of voor diegenen onder u die niet over cosmetische knowhow beschikken, hebben wij een speels instrument ontwikkeld om in dialoog met de klant een keuze te maken. **De kaart voor huidanalyse.**

**HAUTANALYSE-KARTE**

Vorname: \_\_\_\_\_ Name: \_\_\_\_\_

Strasse, Hausnummer: \_\_\_\_\_ PLZ, Wohnort: \_\_\_\_\_

Telefonnummer: \_\_\_\_\_ Mobilnummer: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Verraten Sie mir Ihr Alter?

☐ unter 20 ☐ über 20 ☐ über 35

Wie reinigen Sie Ihr Gesicht bisher?

☐ mit einem Reinigungsprodukt und den Händen

☐ mit Reinigungsprodukten und Hilfsmitteln (Schwämmchen, Tuch, Bürste, etc.)

☐ mit Reinigungsprodukten und einem elektrischen Gerät

☐ nur mit Wasser und \_\_\_\_\_

Bitte zutreffendes ankreuzen:

☐ Der Zustand meiner Haut ist mir wichtig ☐ Produktdesign ist mir wichtig

☐ Ich würde mein Hautbild gerne verbessern ☐ Mich interessieren

☐ Für hochwirksame Pflegeprodukte gebe ich gerne Geld aus ☐ Ich benutze eine

☐ Pflegeprodukte müssen günstig sein

**ZEITGARD**

**HAUTANALYSE-KARTE**  
IHR WEG ZU ROSA ODER BLAU

Bitte kreuzen Sie Zutreffendes an und folgen Sie den Pfeilen:

Meine Haut ist ☐ feinporig ☐ grobporig (stellenweise oder allgemein)

Meine Haut spannt häufig/immer nach der Reinigung ☐ ja ☐ nein

Meine Haut schuppt sich teilweise ☐ ja ☐ nein

Meine Haut reagiert schnell auf Kälte/Hitze ☐ ja ☐ nein

Ich habe teilweise/regelmäßig Unreinheiten ☐ ja ☐ nein

Ich benutze gelegentlich Produkte für empfindliche Haut ☐ ja ☐ nein

Meine Haut reagiert mit Rötungen auf starkes Peeling, o.ä. ☐ ja ☐ nein

Mein Hautbild könnte feiner sein ☐ ja ☐ nein

Meine Haut ist im Wangen- und Augenbereich eher trocken ☐ ja ☐ nein

Bitte testen Sie zuerst die rosa Bürste und Reinigung

Bitte testen Sie zuerst die blaue Bürste und Reinigung

**ZEITGARD**

De kaart voor huidanalyse vindt u gedrukt in de bijlage van de handleiding of in uw internet LR-downloadportaal („My LR“).





## De eerste indruk

### **U krijgt geen tweede kans om een eerste indruk te maken.**

U wilt zich niet voortdurend hoeven rechtvaardigen wanneer het om prijs en kwaliteit gaat, toch?

Wij hebben gezorgd voor een goede prijs-kwaliteitsverhouding, dus die vraag hoeft u niet meer in de weg te staan. Of mensen de prijs zonder vragen van u aannemen, wordt niet in de laatste plaats bepaald door uw uiterlijke verschijning. Want die laat de geïnteresseerden zien dat u zelf achter het apparaat staat en het zelf gebruikt. U bent dan een merkambassadeur.

Bekijk uw ZEITGARD Cleansing Device en al onze verkoop hulpmiddelen met betrekking tot dit thema eens. Het zou u kunnen opvallen dat wij de weg in de richting van een modern merk zijn ingeslagen en dat we een beetje futuristisch, innovatief, sterk, cosmetisch clean, exclusief, efficiënt, zeer effectief en kwalitatief op het hoogste niveau zitten.

Pas uw optreden aan de uitstraling van het merk ZEITGARD aan. Benadruk dit door uw professionele uiterlijk en uw vakkundigheid m.b.t. het product, merk etc. Let erop dat niets van het product afleidt.



**Weerspiegel zelf het merk  
ZEITGARD!**



## De begroeting

Begroet uw gasten met een glimlach en veel passie.



Wees zichtbaar blij met een nieuwtje dat ook voor uzelf fantastisch is. Laat uw gezicht, uw expressie en uw gebaren stralen en voor zichzelf spreken.

Vraag uw gasten om zich nog niet met het ZEITGARD Cleansing Device bezig te houden en het ook wanneer het zichtbaar voor hen ligt, nog niet meteen uit te proberen. Vertel over het verloop van de presentatie, dan zullen uw gasten u graag volgen en eerst naar u luisteren en kijken. Leg uit waarom LR ervoor gekozen heeft om de weg van de geautomatiseerde cosmetica in te slaan.

**Hier zijn de voorgaande hoofdstukken in de handleiding u behulpzaam.**



Vraag rond in de kring hoe de dames en heren tot nu toe gewend zijn om zich te reinigen en wat ze bijzonder belangrijk vinden.

*“Kent u al andere methoden en apparaten?”*

Vervolgens stelt u de vraag wat ze van een geautomatiseerd apparaat als het ZEITGARD Cleansing Device verwachten.

Maak uw gasten nieuwsgierig met zinnen als:

*“U zult verbaasd zijn wat er zich na uw huidige reiniging nog allemaal op uw huid bevindt.”*

**Vertel heel vanzelfsprekend al aan het begin van uw presentatie wanneer u de bestellingen van de gasten in ontvangst neemt en hoe de producten worden geleverd.**



*„...zo zal het gaan en pas daarna bied ik ieder van u nogmaals de mogelijkheid tot een individueel advies. Alleen zo kan ik u met een goed gevoel het apparaat met de voor u geschikte borstel en reinigingsproducten aanbevelen. Geniet vandaag dus gewoon van mijn advies.”*

## U kunt beginnen

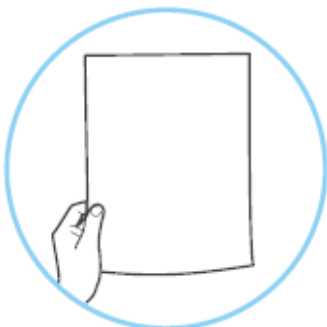
Neem uw verantwoordelijkheid als presentator heel serieus, want alleen zo kan een succesvol verloop en een succesvol resultaat worden gegarandeerd. U start een “nieuwe fase” in de presentatie! Nu presenteert u het ZEITGARD Cleansing Device direct aan de gasten.

Laat nu indien mogelijk de ZEITGARD must-have-video zien. Uw klanten zullen direct enthousiast zijn. Vervolgens laat u het best meteen de ZEITGARD Cleansing Device gebruiksvideo zien, die de eenvoudige hantering heel goed visualiseert. Alle ZEITGARD video's en tutorials vindt u in uw interne downloadportaal (“My LR”).



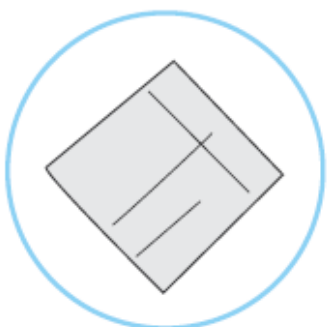
Vraag aan de gasten wie uw model wil zijn. Leg uit dat u eerst alles wilt demonstreren en beschrijven. Zo blijft de aandacht enkel bij u.

Ga idealiter tegenover uw model zitten. Uw werkplek bevindt zich comfortabel en overzichtelijk voor iedereen tussen u en uw model. Misschien is het ook noodzakelijk dat alle anderen eerst staan. Beslis dit a.u.b. ter plaatse.



Neem nu de kaart voor huidanalyse voor u en bespreek het huidtype. Herhaal rustig de belangrijkste kenmerken van de huid en leg uit waarom u kiest voor de blauwe of de roze borstelkop. Kies hierbij ook al de passende reinigingsviscositeit uit en zet deze klaar om te gebruiken.

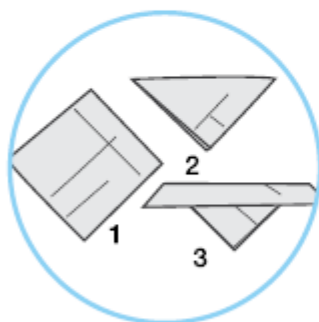
Nu desinfecteert u uw eigen handen met MICROSILVER handgel. Dit dient voor de hygiëne en ook voor de presentatievorm. Het laat professionaliteit zien!



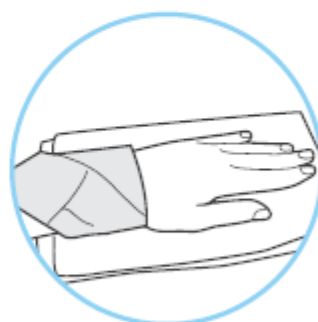
Leg nu een cosmeticadoek opzij die u in een vierkant heeft gevouwen.



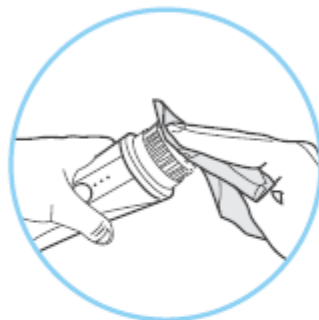
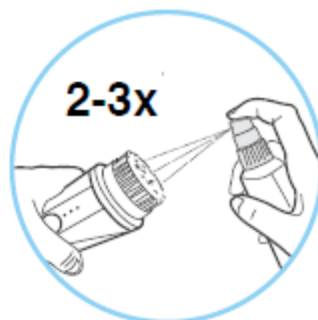
Vraag of de proefpersoon rechts- of linkshandig is. De reden daarvoor is dat die persoon naderhand met haar gebruikelijke hand zelf moet werken (ensceneringseffect). Gelieve de proefpersoon te vragen om haar sieraden en horloge af te doen. Leg vervolgens bij een rechtshandige persoon de linkerhand op de handdoekrol. De rechterhand blijft vrij.



Wanneer de proefpersoon een blouse, overhemd, shirt met lange mouwen of een pullover draagt, doet u haar een manchet gevouwen uit een cosmeticadoek om. Dit dient ter bescherming tegen spatten en later om het handoppervlak te reinigen. Vouw de doek als een driehoek en leg hem langs de rand van de kleding.



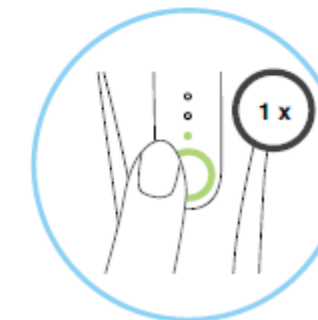
Pak nu de verstuiver met water en bevochtig de rug van de hand van de proefpersoon door ongeveer 2-3 keer te spuiten. Het huidoppervlak zou nu vochtig moeten zijn. Neem nu het ZEITGARD Cleansing Device in uw hand en spray eveneens 2-3 keer over de borstelkop.

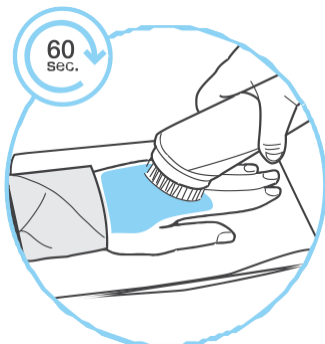


Pak nu de cosmeticadoek die u vooraf opzij heeft gelegd en leg het apparaat op de doek. Zo vangt de cosmeticadoek het overtollige water op en er loopt niets langs de zijkanten uit. Nu volgt de passende reinigingsviscositeit die u vooraf heeft geselecteerd. Pomp 2 keer in het midden van de borstelkop.



U houdt gedurende 3 seconden de startknop ingedrukt tot het apparaat is ingeschakeld. Zet het Cleansing Device voor de demonstratie in snelheidsstand 1.

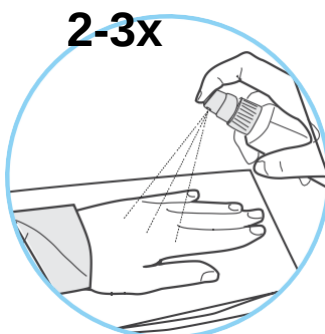
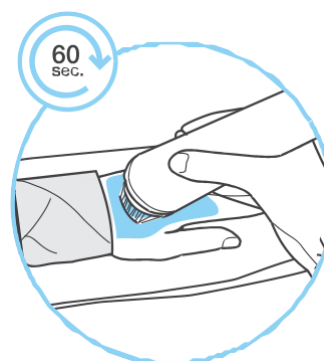




Leg de borstelkop direct op de rug van de hand en werk 1 minuut met langzaam cirkelende bewegingen en niet al te grote druk op de hand. Vraag de proefpersoon of de druk aangenaam is. Werk a.u.b. enkel op de rug van de hand, niet op de vingers, pols of armen. Het resultaat moet zichtbaar zijn en daarom hebben we een zone resp. oppervlak nodig. Het pulseren van de tijdsindeling kunt u hierbij prachtig uitleggen, aangezien de proefpersoon het zal horen en voelen.

Na 1 minuut schakelt het apparaat zichzelf uit. Geef de persoon tegenover u direct het apparaat in de hand, zodat ze zelf nogmaals 1 minuut op de rug van haar hand kan werken.

**Uw klant houdt het apparaat nu voor het eerst in haar handen en is enthousiast** – hoe prettig het aanvoelt, hoe eenvoudig het kan worden gehanteerd en vooral hoe plezierig het is om zich ermee te reinigen. Zo is er aan de ene kant voldoende tijd om de voordelen en het gebruik van ZEITGARD uit te leggen, aan de andere kant wekt u spanning en voorpret op bij de andere aanwezige toeschouwers.

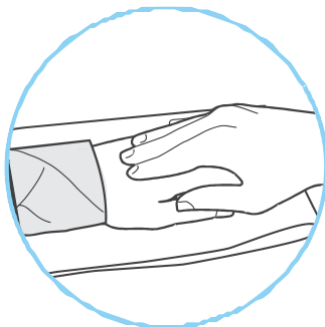


Na de tweede minuut pakt u het apparaat van de testpersoon aan en legt u het aan de kant. Bevochtig de hand nu licht. Reinig de rug van de hand grondig met de manchet. Niet wrijven, leg enkel de doek op de hand.



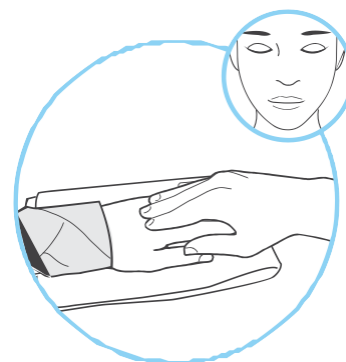
**De rug van de hand moet droog zijn, want een vochtige huid voelt dof aan. Controleer dit zelf van tevoren door licht met uw hand over de huid te gaan.**





Wanneer u dit hebt gecontroleerd, mag de proefpersoon eerst aan de onbehandelde hand voelen en daarna aan de hand die met het ZEITGARD Cleansing Device is behandeld. De huid voelt zo zacht en zijdeachtig aan dat dit voor een WOW-effect zal zorgen. Een ander effect is dat de huid er lichter uit ziet dan op de onbehandelde kant. Een resultaat van een duidelijk betere reiniging. Deze beide effecten moeten het resultaat van de eerste ronde zijn.

Vier het resultaat. Laat andere personen nu met gesloten ogen aan de beide ruggen van de handen van uw model voelen. Ze kunnen zo zelf vergelijken. De opwinding stijgt merkbaar bij alle gasten. Vertel hen dat het hierbij vooral om het voelen gaat en dat u hierna nog een demonstratie zult geven die is gericht op de uitstraling.



**Oefen het proces meerdere keren voordat u het met een klant uitvoert.**

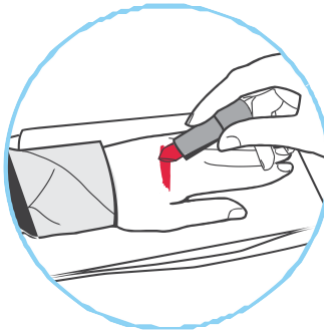


Laat nu de wetenschappelijke video zien en leg uit dat het effect niet alleen subjectief, maar ook wetenschappelijk is bewezen. "Ik laat u hierover een korte film zien."

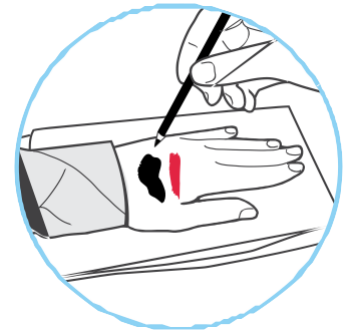


## Naar de hoogtepunten van de presentatie

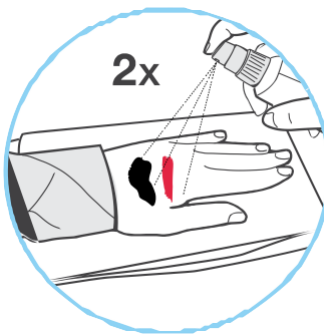
Uw ZEITGARD Cleansing Device biedt veel mogelijkheden om het ZEITGARD-effect doeltreffend in scène te zetten. Wij laten u nu voorbeelden zien hoe u vooral de grondige doch behoedzame reiniging kunt visualiseren.



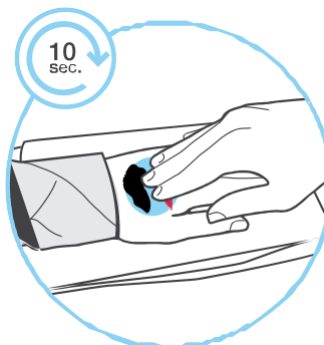
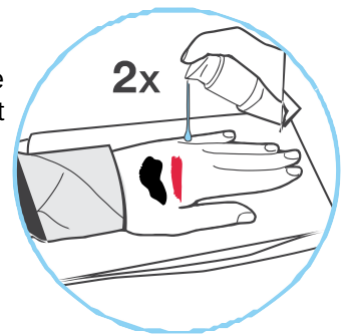
Dit keer gebruikt u een oogpotlood, lipliner of lippenstift etc. en kleurt met lichte druk ongeveer het hele middelste deel van de ruggen van beide handen in. Nu moet duidelijk worden hoe sterke make-up effectief kan worden verwijderd.



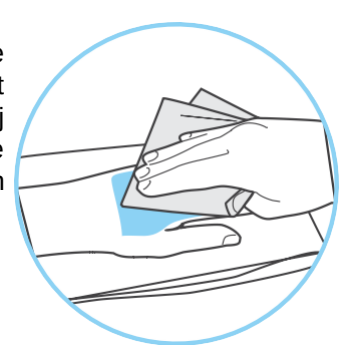
Vergeet ook dit keer de handmanchet niet.



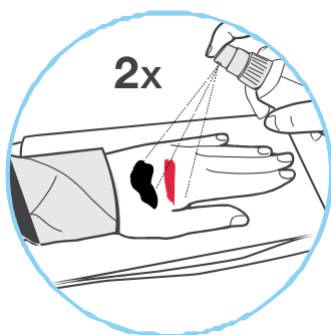
Bevochtig wederom de rug van de hand en de borstelkop. Spray het reinigingsproduct dit keer rechtstreeks op de rug van de hand.



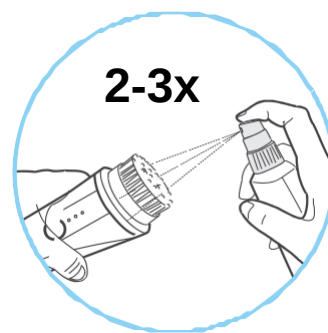
Nu starten we eerst met een handmatige reiniging. Reinig nu de hand van uw klant met uw wijs-, middel- en ringvinger. Tel hierbij hardop tot 10. Pak nu de manchet en dep de rug van de hand licht af, zodat deze kan drogen.



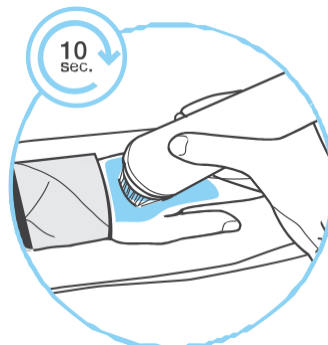
Het resultaat: er zijn nog veel restanten te zien.



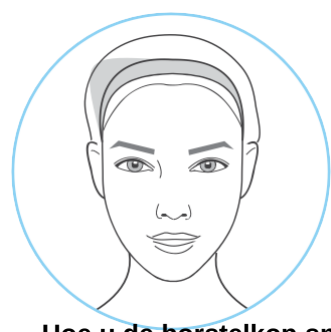
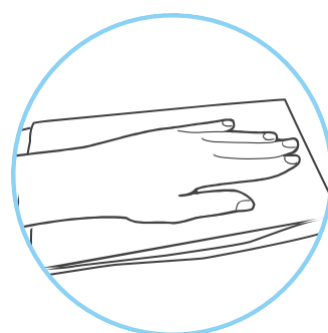
Direct daarna bevochtigt u de andere hand en de borstelkop.



Pomp het reinigingsproduct weer in het midden van de borstelkop en start de reiniging ook nu gedurende 10 hardop getelde seconden op de andere hand in snelheidsstand 2.



U zult al na 5 seconden kunnen zien dat de make-up duidelijk sneller, zachter en effectiever wordt verwijderd. Neem ook hier de manchet om de hand te drogen. Nu moet de proefpersoon beide handen naast elkaar leggen en het resultaat vergelijken.



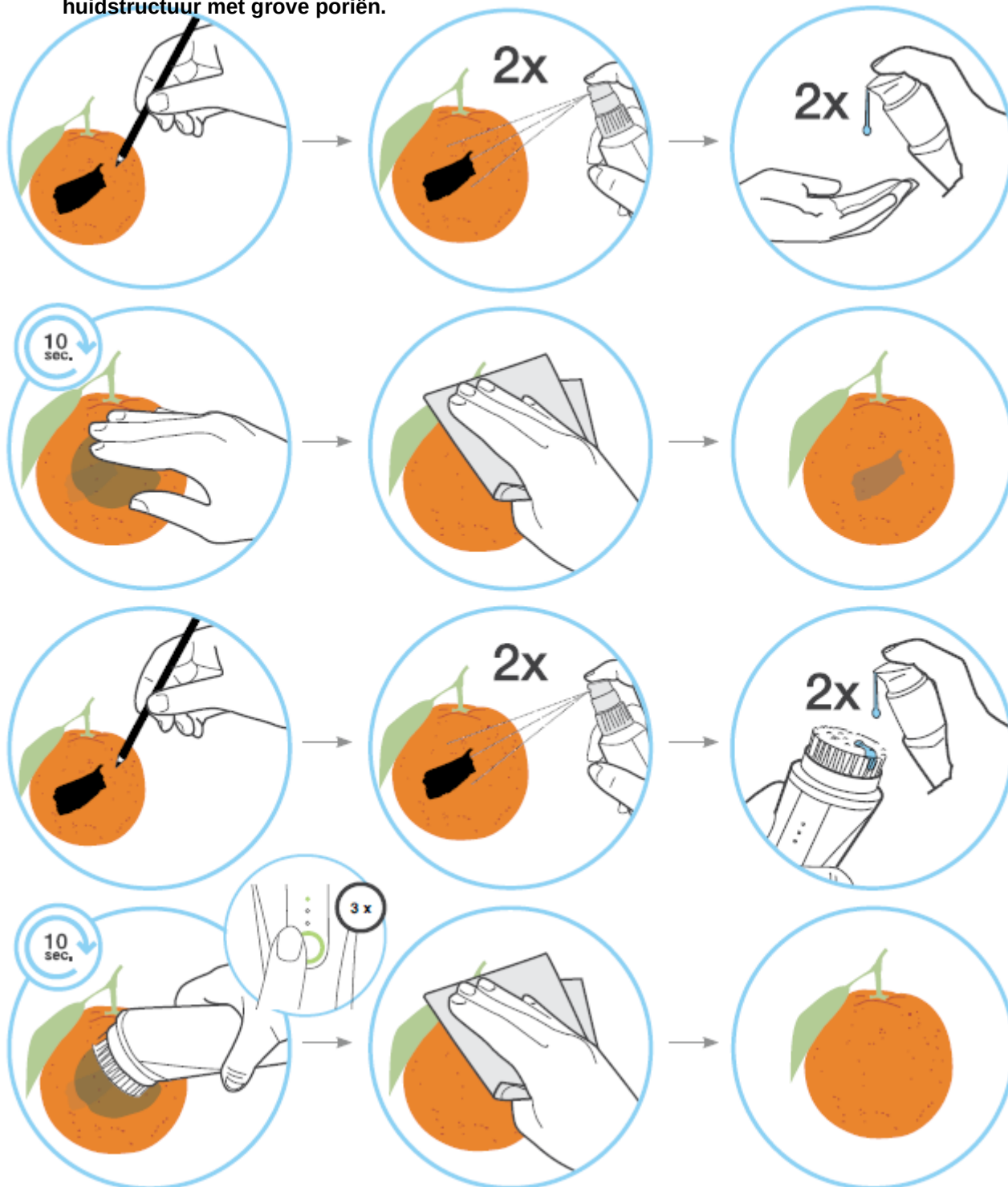
Vraag aan de gasten: is dit niet fantastisch? Had u dat verwacht? Bent u enthousiast? Wilt u het zelf uitproberen?

#### Hoe u de borstelkop snel en effectief reinigt:

Ga naar een wastafel, hetzij in het gastentoilet of in de badkamer en houd de borstelkop onder stromend warm water. Voeg een druppel handreiniging toe (Aloë Vera Cream Soap) en ga 2–3 keer over de borstel. Laat zien hoe eenvoudig make-upresten loslaten en leg daarbij nogmaals het MICROSILVER principe uit.



Deze oefening kan alternatief ook heel indrukwekkend met behulp van een sinaasappel worden geënceneerd. De poriënstructuur van de sinaasappel simuleert daarbij een huidstructuur met grove poriën.

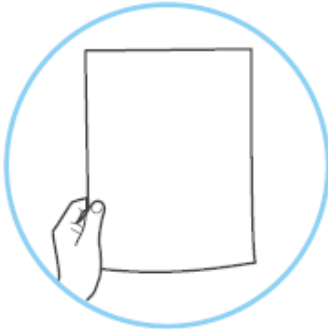


**Het resultaat is overduidelijk!**

**Kleine tip: wanneer u deze oefening met een rotatieapparaat uitvoert, zult u zien dat in vergelijking met het ZEITGARD Cleansing Device vuilresten achterblijven.**

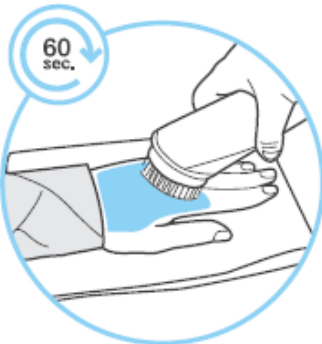


Nu is het juiste tijdstip aangebroken waarop u met alle aanwezigen start en de verkoopparty daarnaast modereert. Ga één voor één en langzaam langs alle stappen, zodat iedere persoon alles begrijpt en kan meedoen. Wissel onder elkaar. Iedere persoon moet 1x met het ZEITGARD Cleansing Device hebben gewerkt. Speel met verschillende make-upvarianten.



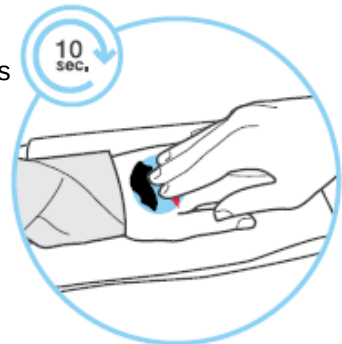
Houd de volgorde aan! Analyseer eerst heel precies bij iedereen afzonderlijk de huidanalyse en bepaal dan het betreffende product.

**Denk er a.u.b. steeds aan om een voldoende aantal borstels mee te nemen.**



Begin nu met een rug van een hand en focus daarbij op het thema voelen.

Daarna komt het thema 'optiek' erbij.



Wanneer iedereen enthousiast is, kunt u aanbieden om het succes van de reiniging ook in het gezicht te testen of op droge plekken zoals bijv. de ellebogen.

Mannen mogen het ook graag eens op hun drie-dagen-baard uitproberen.



Richt u nu op het apparaat, de techniek, het gebruik en vooral de verkoop! Gebruik uw ervaring en tips & tricks en beantwoord alle vragen.

Nu is iedereen beter in staat om dingen op te nemen en nieuwsgieriger.



## De afronding van de verkoop

### Van de presentatie naar de omzet.

Uw succesvolle presentatie leeft natuurlijk door een zekere afronding en de daarmee verbonden bestelling (directe verkoop) en van het verder aanbevelen en/of winnen van nieuwe partners.

Kent u de situatie aan het einde van uw presentatie, wanneer alles is gezegd en u nu de juiste argumenten voor een bestelling zoekt?

Ga heel soeverein met het bestelproces om. Al vanaf de rit naar de presentatie stelt u zich een totaalsom van uw bestellingen van die avond voor (doelen visualiseren!)

U kunt niet in de portemonnee van uw klanten kijken en moet erop vertrouwen dat iedere klant het zich kan en/of wil veroorloven.

Wees er zeker van dat de meerderheid van de aanwezige gasten er met het doel is om iets te willen kopen – voor zover ze een aankoopmoment voelen.

### Ga actief over tot de verkoop!



Misschien met de volgende woorden:

*„...nadat u nu allen de effecten van het ZEITGARD Cleansing Device van dichtbij heeft ervaren, wil ik nu één voor één open vragen beantwoorden, uw gezichtshuid bekijken en met ieder van u een eigen huidanalyse doorlopen. Zo kan ik u daarna een aanbeveling doen voor de juiste ZEITGARD borstel en het juiste gebruik, zodat u snel kunt genieten van uw eigen professionele apparaat.”*

Verplaats u in de situatie van uw klanten. Wat zou u overtuigen?

**Hier vindt u nogmaals samenvattend de top 10 van verkoopargumenten:**

- Behoedzame reiniging van de gezichtshuid tot in de poriën
- Tot 10 keer effectiever dan de normale reiniging met de hand
- Eenvoudig gebruik in slechts één minuut per dag
- Meetbaar beter en zachter dan de gebruikelijke roterende borstels
- Zichtbaar gladdere en fijnere huid
- Een frisse teint door het stimuleren van de bloedsomloop
- Een strakkere huid dankzij de massagefunctie
- Optimale voorbereiding op verdere verzorgingsstappen
- MICROSILVER BG™ hygiëneconcept – dermatologisch getest
- Verpakt in een uniek design

**Besteed aan iedere gast persoonlijke aandacht. Indien mogelijk tijdens een gesprek onder vier ogen, zonder de ruimte te verlaten.**

**Gebruik nogmaals de ZEITGARD kaart voor huidanalyse om een goede basis voor uw verkoopgesprek te hebben.**



Zorg ervoor dat u altijd voldoende origineel verpakte apparaten bij zich heeft die u direct ter plaatse kunt verkopen. (Daarmee bedoelen we de directe verkoop van twee tot drie apparaten en niet een ontoelaatbare magazijnvoorraad in een daarboven uitstijgende hoeveelheid.) De bereidheid om te kopen is bij veel klanten op dit moment het hoogst. Bovendien zorgt de verkoop ter plaatse voor een zekere groepsdynamiek (andere klanten voelen zich aangespoord om het na te doen).

Om met laatste hindernissen om te gaan (bijv. geen contant geld) zijn er intussen apps voor smartphones of andere apparaten waarmee u mobiel kunt innen.



Als extra aanmoediging staat het u ook vrij om gratis toevoegingen aan te bieden om de verkoop op gang te brengen. *“Wanneer u nu koopt, krijgt u 1 reinigingsproduct gratis.”* Het productportfolio van LR biedt hier veel aantrekkelijke mogelijkheden.

**Concentreer u op de verkoop van de 3-maandenset. De reinigingsproducten zijn noodzakelijk voor de beste resultaten en de set biedt nog een aantrekkelijk prijsvoordeel.**



Vraag om hulp als het er om gaat om de boodschap van een effectievere gezichtsreiniging met ZEITGARD te verspreiden en beloon het aanbevelen resp. het organiseren van een verkoopevenement bijvoorbeeld met een productgeschenk (borstelkop, reinigingsproduct etc.).



## Hoe u met bezwaren omgaat

**Niet iedere klant laat zich direct overtuigen. Er is altijd iemand die bezwaren heeft.**



Hier vindt u een paar geselecteerde voorbeeldsituaties en krijgt u tips hoe u daarmee kunt omgaan:

### **Bezwaar nummer 1**

**„Dit is me te ingewikkeld en kostbaar!“**

*„...u heeft gelijk dat het een paar minuten duurt. Maar de gezichtsreiniging zelf is al na een minuut klaar. Tand- en gezichtsreiniging zouden het waard moeten zijn, want ze staan garant voor een stralend uiterlijk.“*

*“...ik kan u goed begrijpen, want we hebben nauwelijks tijd in de badkamer. Toch zult u juist hier in de toekomst tijd besparen. Al na een minuut is uw huid zo schoon en ontvankelijk als nooit tevoren.”*

### **Bezwaar nummer 2**

**„Mijn huid is te gevoelig. Dit is niks voor mij!“**

*“...ik kan uw bezwaar goed begrijpen. Wanneer u mij vertrouwt en het ZEITGARD Cleansing Device een kans geeft, zal uw huid in de toekomst minder gevoelig zijn. De stimulatie verstevigt de matrix en uw verzorging kan aanzienlijk beter werken.”*

*“... met de roze borstel en de reinigingscrème mogen zelfs zeer gevoelige huidtypes worden gereinigd en de resultaten zijn fantastisch.”*

### **Bezwaar nummer 3**

**„Ik zou het graag willen hebben, maar ik vind het te duur!“**

*“...het is volledig begrijpelijk dat u over een dergelijke investering nadenkt. Uw huid zal u dankbaar zijn. Uw huid is niet alleen uw grootste orgaan, maar ook uw levenslange kleding. Het zou ons iedere cent waard moeten zijn om de huid mooi te houden.”*

*“... uw bezwaren zijn voor mij begrijpelijk en daarom wil ik u nogmaals zeggen dat u bij alle andere producten die bij de gezichtsverzorging horen veel spaarzamer in het gebruik zult zijn. Op de lange termijn is daarmee de aanschaf de moeite waard, vooral met het oog op de geweldige resultaten.”*

*“... het ZEITGARD Cleansing Device is een premiumproduct met uitstekende eigenschappen en het is de prijs waard. U zult al na enkele dagen merken dat u het niet meer wilt missen.”*

### **Bezwaar nummer 4**

**„Ik heb al een ander apparaat!“ Of: „Ik heb iets over een ander product gehoord, dat ik beter vind.“**

*“...het is natuurlijk begrijpelijk dat u niet dubbel wilt investeren. Maar als onze MICROSILVER-technologie u heeft overtuigd, kom ik u graag bij de aanschaf van een ZEITGARD Cleansing Device in de prijs tegemoet. Daarna geniet u vooral van mijn service en mijn zorgeloze complete pakket!”*

*“... mocht u nog niet hebben besloten, dan zou ik het fijn vinden wanneer u mij een kans geeft om u het ZEITGARD Cleansing Device geheel vrijblijvend te presenteren. Daarna kunt u in alle rust nadenken en mij uw eerlijke mening geven.”*

**Dit zijn slechts een paar suggesties voor u. Als verkoopprofessional weet u natuurlijk hoe u het beste kunt reageren.**

## Na de verkoop

Laat uw nieuwe ZEITGARD klant niet alleen.

Nadat u nu met het ZEITGARD Cleansing Device succesvol een nieuwe klant heeft gewonnen, geldt: begeleid uw klant!

**Meld u proactief na uiterlijk een week en vraag naar de tevredenheid van de klant. Gebruik uw kennis!**



Stel uw klant vragen zoals:

- „Kunt u goed overweg met de bediening?”
- „Hoe waren de eerste dagen met uw nieuwe ZEITGARD Cleansing Device?”
- „Hoe voelde uw huid na de eerste keren dat u het apparaat gebruikte?”
- „Heeft u problemen of vragen?”

**Op de meeste vragen zult u in onze ZEITGARD FAQs de passende antwoorden vinden. Hier hebben wij meer dan 40 veelvoorkomende vragen en antwoorden voor u voorbereid.**



En mocht u eens iets niet weten, dan kunt u contact opnemen met uw LR productadviseur.

**Klanttevredenheid zorgt voor vermenigvuldiging en versterkt het merk!**

Zeer tevreden klanten praten graag met vrienden en bekenden over hun nieuwe pronkstuk in de badkamer en vertellen er trots over. Maak uw klanten gerust enthousiast om zelf eens een ZEITGARD party te organiseren. Uiteraard met uw professionele, persoonlijke ondersteuning. Met een paar kleine extra aanmoedigingen zoals kosteloze of gereduceerde toegevoegde producten zal het zeker geen probleem zijn om uw klanten te overtuigen om een paar gasten uit te nodigen.

**Vergeet niet dat de ZEITGARD reinigingsproducten na enige tijd zijn opgebruikt en het geteste reinigingsvermogen alleen met deze producten is gegarandeerd.**



Klanten die een 3-maandenset hebben gekocht, hebben dus na 3 maanden ook nieuwe reinigingsproducten nodig. Kort voor het einde van de derde maand na de aankoop moet u contact opnemen met uw klanten om een vervolgbestelling te starten. LR biedt hiervoor eveneens interessante sets aan voor nabestellingen (bijv. 1 borstel en 3 reinigingsproducten) met prijsvoordeel.

# 07

## Tips & opmerkingen

ZEITGARD

Verhoog de gebruikstijd gerust na verloop van tijd – maar niet direct in het begin! De huid moet langzaam wennen aan het nieuwe proces. Het is aanbevelingswaard om het apparaat 's ochtends of 's avonds te gebruiken, afhankelijk van de gesteldheid van uw huid.

Direct in het begin kunnen eerste reacties optreden, die echter weer weggaan. Dat is een resultaat van de werkzaamheid en regeneraties. Stop nu niet met het reinigen van uw huid, maar verkort enkel de gebruikstijd.

Neem in geval van sterke indicaties zoals bijvoorbeeld rosacea in het begin altijd één of twee dagen pauze en gebruik het apparaat afhankelijk van de subjectiviteit slechts 1x per dag. Gebruik het niet in geval van open acne of ontstekingen – van de gezichtshuid –. Er bestaat een risico op indirecte contactinfecties.

Met het ZEITGARD Cleansing Device kunt u een soort “trainingseffect” bereiken. De regelmatige reiniging werkt bijzonder stimulerend voor de doorbloeding en zo kan ook een weefselverstrakking en vermindering van kleine rimpels worden bereikt. U kunt ook reinigen aan de zijkanen van uw ogen, waar de lachrimpels zich bevinden – echter nooit op het oog zelf.

Ook de kleine rimpels boven de lip of de nasolabiale plooï kunnen dankzij regelmatig gebruik optisch wat worden verminderd.

Door de reiniging wordt uw huid beter in staat om licht op te nemen en zo kan ook het effect van bruin worden duidelijk hoger zijn. Daardoor is het aan te raden om een hogere bescherming tegen zonlicht te gebruiken.

De gevoelige borstel is de perfecte borstel voor beginners en deze is uitstekend geschikt voor de gevoelige huid. De normale borstel wordt eerder voor een onproblematische en onopvallende huid gebruikt – eveneens voor de mannenhuid. 's Morgens kan de gevoelige borstel goed worden ingezet om de huid zacht te wekken. 's Avonds kan de normale borstel worden gebruikt om wat stevigere make-up te verwijderen en een verhoogd effect voor een goed verzorgingsproduct voor 's nachts te bereiken.

Mannen bereiken een duidelijk positievere baardgroei: er ontstaan duidelijk minder inkapselingen en ontstekingen in de haarfollikel (geen ingegroeide baardharen). Door de stimulatie wordt de gezonde baardgroei in een richting ondersteund. Het ZEITGARD Cleansing Device kan ook worden gebruikt voor de dagelijkse scheerbeurt. De huid wordt eveneens zachter en daardoor glijdt het mes zachter over de huid!

Voor het scheren van de benen bij vrouwen kan de borstel eveneens worden gebruikt, zodat de haren zich vervolgens nog eenvoudiger laten verwijderen. Hier is het aan te raden om telkens een aparte borstel voor benen en gezicht te gebruiken.

Een ander positief aspect van de reinigingsborstel: lichte littekens kunnen met de reinigingstechnologie eveneens worden verminderd.

Na injecties zoals bijv. botox, hyaluronzuur etc. moet een pauze van ca. 14 dagen worden aangehouden. Want het ZEITGARD Cleansing Device stimuleert en regenereert de huid en zorgt zo ook voor een zekere vorm van “ontslakken”. Klanten met een injectie mogen – echter geen directe afbraak maar eerder een langdurig behoud van de injectie.

Wij wensen u veel succes!

# ZEITGARD

FOR TIMELESS BEAUTY

