

Anders als Andere

Differenzierung als Erfolgsrezept

Im Friseurhandwerk zählt heute mehr denn je: Wer erfolgreich sein will, muss sich abheben. Kunden erwarten Neues, Erlebnis, Qualität – und das Gefühl, etwas Besonderes zu bekommen. Andere Branchen machen es vor: Die Gastronomie hat sich von der klassischen Küche gelöst und bietet heute eine bunte Vielfalt, die begeistert.

Auch Werbung zeigt, wie Bedürfnisse emotional geweckt werden – selbst bei simplen Produkten. Ob Edel-Burger für 18 € oder Bio-Label: Es ist dieselbe Frikadelle, aber anders verpackt. Und genau hier liegt der Schlüssel.

Verpackung macht den Unterschied

Viele Friseure bieten hochwertige Leistungen an – verkaufen sie aber wie Massenware. „Strähnen sind Strähnen“ oder „Trockenschnitt in 25 Minuten“ entwerten die Arbeit. Kunden wollen mehr: „Brillante Farbreflexe“, „natürlich wirkende Farbspiele“ oder „glanzgebende Keratinpflege mit Verwöhn-Zeremonie“ klingen ganz anders – und wirken.

Service mit Überraschungseffekt

Warum nur Kaffee? Ein duftender Cappuccino, ein Glas Prosecco, ein kleiner Teller mit Süßem oder Obst – kleine Gesten, große Wirkung. Der Kunde spürt Wertschätzung und spricht darüber.

Friseure arbeiten am äußeren Erscheinungsbild – und beeinflussen damit das innere Wohlbefinden. Diese Arbeit verdient eine Präsentation, die dem Wert entspricht. Trauen Sie sich, es anders zu machen!

□ CHECK

Ist Ihre Preisliste emotional und kundenwirksam formuliert?

Bieten Sie Verwöhn- und Pflegerituale, die über das Übliche hinausgehen?

Wie überraschen Sie Ihre Kunden im Service?

Präsentieren Ihre Mitarbeiter Dienstleistungen mit Begeisterung und Fokus auf das Besondere?

Was machen Sie sichtbar anders als Ihre Mitbewerber?