ich bin keine Verkäuferin!!!

„Ich bin Friseurin und keine Verkäuferin!“ – Ein Satz mit Folgen
Diesen Satz hört man oft – und er klingt zunächst nachvollziehbar. Niemand möchte Kundinnen etwas „aufschwatzen“. Doch wenn Verkaufsdruck zur Pflicht wird, wie bei manchen Discountern mit Mindestumsätzen von 50 € pro Tag und Mitarbeiter, entsteht ein Klima der Abzocke. Produkte werden auf Biegen und Brechen verkauft – unabhängig davon, ob sie passen. Das ist keine Beratung, sondern Manipulation. Und Kundinnen merken das. Die Folge: Sie meiden den Friseureinkauf ganz.

Beratung ist keine Option – sondern Pflicht
Trotzdem: Die Aussage „Ich bin keine Verkäuferin“ kann auch als **Arbeitsverweigerung** gewertet werden. Denn wir arbeiten mit Haaren – und für gute Ergebnisse braucht es gute Haarqualität. Hier trägt die Kundin Mitverantwortung. Die Friseurin muss sie beraten, informieren und geeignete Produkte empfehlen.

Das ist keine Verkaufsmasche, sondern **Beratungspflicht** – fest verankert im Berufsbild. Jede Mitarbeiterin muss diese Kompetenz beherrschen. Ein „Nein“ der Kundin ist zu akzeptieren, aber die Beratung muss stattfinden: mit Produktwissen, Anwendungstipps und Nutzenargumenten. Das kann und muss man lernen.

„Aber im Drogeriemarkt ist alles billiger…“
Ein Klassiker unter den Ausreden – und ein Zeichen für unterlassene Beratung. Warum nicht erklären, dass viele Marken zwei Produktlinien führen?

Produktlinie	Verkaufsort	Qualität	Inhaltsstoffe
Marke X (Drogerie)	Drogeriemarkt	Basis	Standard
Marke X Professional	Friseursalon	Hochwertig	Salonexklusiv, optimiert

Werbung macht Produkte bekannt – aber nicht automatisch hochwertig. Viele TV-Produkte wurden **nicht** von Friseuren entwickelt, auch wenn die Werbung das suggeriert. Hier braucht es Fachwissen und Argumente, um Kundinnen aufzuklären.

 CHECK – Wie steht es um Ihre Beratungskultur?
Ist das Produktwissen Ihrer Mitarbeiter ausreichend?
Wird jede Kundin zu Haarpflege und Styling beraten?
Sind Ihre Verkaufsumsätze zufriedenstellend?
Fordern Sie aktiv Beratungsgespräche ein?
Überprüfen Sie, ob diese auch stattfinden?
Üben Sie Verkaufsgespräche regelmäßig im Team?