

Kundenorientierung

Kundenorientierung – mehr als ein Schlagwort

„Wir arbeiten kundenorientiert“ – klingt gut, aber was bedeutet das wirklich? Die Meinungen gehen weit auseinander. Eine Bewerberin erklärte im Gespräch: *„Ich entscheide allein, was der Kundin steht – ohne Rücksprache.“* Das ist sicher nicht kundenorientiert.

Kreativität ist im Friseurberuf gefragt – aber nur im Einklang mit Beratung und Zustimmung der Kundin. Künstlerische Selbstverwirklichung am Kopf der Kundin ist fehl am Platz. Unstimmigkeiten entstehen meist durch mangelhafte Kommunikation. Beratung ist Pflicht, Entscheidung liegt bei der Kundin. Wer sich durchsetzt und „Recht behält“, verliert spätestens dann, wenn die Kundin nicht wiederkommt.

Verantwortung statt blinder Ausführung

Mitarbeiter dürfen Behandlungen ablehnen – wenn sie dem Haar oder der Kundin schaden würden. Schlechte Ergebnisse sind schlechte Werbung. Eine unzufriedene Kundin beeinflusst statistisch bis zu sieben weitere.

Kundenorientierung braucht Empathie

Echte Kundenorientierung bedeutet, sich auf die Bedürfnisse und Wünsche der Kundin einzulassen – fachlich und sozial. Das verlangt Einfühlungsvermögen, Kommunikationsstärke und Teamgeist. Chefs, die ihr Team fördern, stärken damit auch das Salonimage.

☐ CHECK

Sind Kundenberatung und Service feste Themen in Ihren Teamgesprächen?

Gibt es ein klares Beratungskonzept im Salon?

Haben Sie ein Reklamationsmanagement?

Weiß jeder Mitarbeiter, wie bei Reklamationen zu handeln ist?

Dürfen Mitarbeiter Behandlungen aus fachlichen Gründen ablehnen?

Fördern Sie soziale Kompetenz im Team?

Machen Sie Ihre Mitarbeiter stark und selbstbewusst?

Haben Sie Ihre Kunden schon einmal gefragt, wie sie Ihr Team erleben?