Unsere Kunden haben kein Geld

Eine Botschaft an das gesamte Team



In vielen Salons hören wir immer wieder dieselben Aussagen. Kunden hätten kein Geld mehr. Zusätzliche Dienstleistungen seien zu teuer. Produkte würden ohnehin nicht gekauft. Bestimmte Empfehlungen brauche man gar nicht erst anzusprechen, weil sich das niemand leisten könne.

Diese Gedanken entstehen selten aus schlechter Absicht. Häufig möchten Mitarbeiter Kunden schützen oder ihnen nichts „verkaufen". Doch genau an dieser Stelle entsteht ein Problem. Denn sobald wir anfangen, für unsere Kunden zu entscheiden, nehmen wir ihnen die Möglichkeit, selbst zu entscheiden.

Die Wahrheit ist eine andere.

Menschen geben auch heute Geld aus. Sie geben es nur bewusster aus als früher. Sie investieren in Urlaubsreisen, Smartphones, Restaurantbesuche, Freizeitaktivitäten, Wellness, Fitness oder andere Dinge, die ihnen wichtig sind. Nicht weil diese Dinge billig sind, sondern weil sie darin einen Nutzen erkennen und

ihnen etwas bedeuten.

Genau hier sollten wir genauer hinschauen.

Auch unsere Kunden kommen nicht zu uns, weil sie Geld für einen Haarschnitt ausgeben möchten.
Sie kommen zu uns, weil sie gepflegt aussehen möchten, weil sie sich wohler fühlen wollen, weil sie Wert auf ihr Erscheinungsbild legen oder weil sie selbstbewusster auftreten möchten. Viele Kunden verlassen unseren Salon mit einer besseren Ausstrahlung, mehr Sicherheit und einem positiven Gefühl. Genau das ist der eigentliche Wert unserer Arbeit.

Deshalb sollten wir uns von der Vorstellung verabschieden, dass wir Haare schneiden und Farben auftragen. Natürlich gehören diese Tätigkeiten zu unserem Handwerk. Was wir tatsächlich schaffen, sind Wohlbefinden, Selbstvertrauen, Ausstrahlung und ein besseres Lebensgefühl.

Aus diesem Grund ist es auch nicht unsere Aufgabe, den Geldbeutel unserer Kunden zu beurteilen.

Unsere Aufgabe besteht darin, zuzuhören, professionell zu beraten und Möglichkeiten aufzuzeigen. Ob ein Kunde sich für eine Dienstleistung, eine Behandlung oder ein Produkt entscheidet, bestimmt anschließend der Kunde selbst.

Viele Menschen verwechseln Beratung mit Verkaufen. Doch gute Beratung bedeutet nicht, jemandem etwas aufzudrängen. Gute Beratung bedeutet, Fachwissen weiterzugeben und Lösungen vorzuschlagen. Wenn wir wissen, wie eine Haarfarbe länger schön bleibt, wie sich das tägliche Styling vereinfachen lässt oder wie die Haarqualität verbessert werden kann, dann sollten wir dieses Wissen mit unseren Kunden teilen.

Genau dafür werden wir als Experten geschätzt.

Kunden erwarten Orientierung. Sie erwarten Empfehlungen. Sie erwarten Erfahrung. Und sie erwarten Lösungen für ihre

individuellen Herausforderungen. Wenn wir aus Angst vor einer Ablehnung auf Empfehlungen verzichten, entziehen wir ihnen einen wichtigen Teil unserer Kompetenz.

Deshalb sollten wir nicht darüber nachdenken, ob sich ein Kunde etwas leisten kann. Viel wichtiger ist die Frage, welchen Nutzen eine Empfehlung für ihn hat. Sobald wir den Blick auf den Nutzen richten, verändert sich die gesamte Kommunikation. Dann geht es nicht mehr um Preise, sondern um Ergebnisse.

Die erfolgreichsten Salons konzentrieren sich nicht auf Begrenzungen. Sie konzentrieren sich auf Möglichkeiten. Sie fragen nicht, was Kunden angeblich nicht wollen oder nicht bezahlen können. Sie fragen, wie sie ihre Kunden besser beraten, stärker begeistern und noch erfolgreicher machen können.

Genau dort entstehen Kundenzufriedenheit, Kundenbindung, Empfehlungen und langfristiger wirtschaftlicher Erfolg.