Wie die Mitgliedschaft im fairen Salon konkret bezahlt macht

Nicht die Mitgliedschaft bringt den Erfolg. Sondern das, was Sie daraus machen.

Viele Saloninhaber fragen sich zu Recht:

„Was habe ich konkret davon?”

Die bessere Frage lautet:

„Welche zusätzlichen Kunden, Termine, Umsätze oder Einsparungen kann ich durch die Werkzeuge der Wertegemeinschaft erreichen?”

Genau dort liegt der wirtschaftliche Nutzen der Mitgliedschaft.

Mehr Sichtbarkeit durch den Salonfinder

Viele Salon-Webseiten werden bei Google nur selten gefunden. Besonders kleinere Betriebe konkurrieren mit großen Ketten, Bewertungsportalen und Branchenverzeichnissen.

Der Salonfinder der Wertegemeinschaft schafft einen zusätzlichen Weg zum eigenen Salon.

Beispiel

Eine Kundin sucht:

– Friseur nachhaltig Düsseldorf

– fairer Friseur Köln

– hochwertige Haarberatung Bonn

Sie landet auf einer Seite der Wertegemeinschaft, informiert sich über die Philosophie und findet anschließend Ihren Salon im Salonfinder.

Der Nutzen

Ohne zusätzliche Werbekosten entstehen neue Kontaktmöglichkeiten.

Bereits ein zusätzlicher Neukunde pro Monat kann den Mitgliedsbeitrag vielfach ausgleichen.

Reichweite über Facebook und Instagram

Viele Salons veröffentlichen nur unregelmäßig Beiträge, weil Zeit oder Ideen fehlen.

Die Kanäle des fairen Salons liefern regelmäßig Inhalte für Verbraucher und greifen Themen auf, die Kunden wirklich interessieren:

– Beratung

– Haarpflege

– Nachhaltigkeit

– Servicequalität

– Salonerlebnisse

Beispiel

Ihr Salon führt eine Aktion zum Thema Haargesundheit durch.

Die Wertegemeinschaft teilt Ihren Beitrag oder stellt Ihren Salon vor.

Dadurch sehen Menschen Ihren Salon, die Ihren eigenen Kanälen bisher nicht folgen.

Der Nutzen

Mehr Sichtbarkeit führt zu mehr Profilbesuchen, mehr Website-Aufrufen und letztlich zu mehr Terminanfragen.

Vorgefertigte Marketingmaterialien sparen Zeit und Geld

Viele gute Marketingideen werden nie umgesetzt, weil der Tagesbetrieb wichtiger ist.

Darum stehen Plakate, Flyer, Pressemeldungen und Social-Media-Vorlagen bereits zur Verfügung.

Beispiel

Statt zwei Stunden einen Flyer zu gestalten, nutzen Sie eine vorhandene Vorlage und passen lediglich Logo und Kontaktdaten an.

Der Nutzen

– weniger Zeitaufwand

– professionelles Erscheinungsbild

– regelmäßige Kundenansprache

– geringere Werbekosten

Bessere Beratung steigert den Durchschnittsbon

Der größte Umsatzhebel liegt oft nicht bei neuen Kunden, sondern bei bestehenden Kunden.

Beispiel

Eine Kundin bucht einen Farbtermin.

Im Beratungsgespräch wird zusätzlich besprochen:

– gewünschte Haltbarkeit

– Pflege zu Hause

– langfristiges Farbergebnis

Daraus ergeben sich sinnvoll:

– eine Intensivpflege

– ein geeignetes Pflegeprodukt

– ein Folgetermin

Der Nutzen

Aus einem Termin über 120 Euro werden beispielsweise 150 oder 170 Euro, weil die Empfehlung nachvollziehbar ist und einen echten Mehrwert bietet.

Das ist Beratung, nicht Verkauf.

Stammkunden häufiger wiedersehen

Viele Kunden verlassen den Salon zufrieden, ohne einen neuen Termin zu vereinbaren.

Dadurch gehen Termine verloren.

Beispiel

Nach einer Coloration wird direkt besprochen:

„Damit das Ergebnis erhalten bleibt, sollten wir uns in acht Wochen wiedersehen."

Der Folgetermin wird sofort reserviert.

Der Nutzen

Mehr Wiederbuchungen bedeuten:

– bessere Auslastung

– weniger Leerzeiten

– planbarere Umsätze

Ein Stammkunde mit sechs Besuchen pro Jahr ist wirtschaftlich

deutlich wertvoller als ein Neukunde mit nur einem Besuch.

Teamarbeit verbessert das Kundenerlebnis

Kunden spüren sofort, ob ein Team gemeinsam arbeitet oder jeder sein eigenes System verfolgt.

Beispiel

Alle Mitarbeitenden verwenden dieselben Standards:

– Begrüßung

– Beratung

– Preisinformation

– Verabschiedung

Dadurch erlebt jeder Kunde einen professionellen und verlässlichen Ablauf.

Der Nutzen

– weniger Beschwerden

– höhere Kundenzufriedenheit

– mehr Empfehlungen

Empfehlungen gehören zu den stärksten Formen der Neukundengewinnung.

Salonstandards verhindern teure Fehler

Jede Reklamation kostet Zeit, Material und Geld.

Beispiel

Eine Kundin versteht die Preisstruktur nicht.

Nach der Behandlung entsteht eine Diskussion über die Rechnung.

Durch einen klaren Beratungsstandard wird der Preis künftig bereits vor der Behandlung erläutert.

Der Nutzen

– weniger Reklamationen

– weniger Nacharbeiten

– weniger Rabattforderungen

– höhere Kundenzufriedenheit

Schon wenige vermiedene Reklamationen im Jahr sparen oft mehr Geld als der Mitgliedsbeitrag kostet.

Wissen und Motivation für Mitarbeitende

Weiterentwicklung findet im Alltag oft zu wenig statt.

Der Mitgliederbereich liefert regelmäßig neue Ideen und Themen für Teambesprechungen.

Beispiel

Im Monatsmeeting wird nicht über Probleme gesprochen, sondern über eine konkrete Frage:

“Wie schaffen wir mehr Wiederbuchungen?”

Das Team entwickelt gemeinsam eine Lösung und testet diese vier Wochen lang.

Der Nutzen

– motiviertere Mitarbeitende

– bessere Beratung

– mehr Eigenverantwortung

– bessere Ergebnisse

Alleinstellungsmerkmal Qualität und Nachhaltigkeit

Viele Salons werben mit denselben Aussagen:

– modern

– kreativ

– professionell

Kunden können diese Versprechen kaum unterscheiden.

Beispiel

Ein Mitgliedssalon erklärt stattdessen:

„Wir nehmen uns Zeit für Beratung, arbeiten transparent und legen Wert auf langfristige Kundenzufriedenheit statt auf schnelle Abschlüsse."

Der Nutzen

Kunden erkennen einen Unterschied.

Dadurch wird die Entscheidung weniger über den Preis und stärker über Vertrauen getroffen.

Rabatte und exklusive Vorteile

Neben den inhaltlichen Vorteilen profitieren Mitglieder von Vergünstigungen bei Partnerunternehmen sowie Angeboten des Education- und Mutmacherteams.

Beispiel

Ein Seminar kostet für Mitglieder weniger als für Nichtmitglieder oder ein Partner gewährt Sonderkonditionen.

Der Nutzen

Direkte Einsparungen reduzieren die Betriebskosten und verbessern die Rentabilität.

Fazit

Die Mitgliedschaft im fairen Salon rechnet sich selten durch einen einzigen großen Vorteil.

Sie rechnet sich durch viele kleine Verbesserungen:

- ein zusätzlicher Neukunde über den Salonfinder
- ein geteilter Social-Media-Beitrag mit neuer Reichweite
- eine zusätzliche Produktberatung pro Tag
- mehr Wiederbuchungen
- weniger Reklamationen
- geringere Marketingkosten
- motiviertere Mitarbeitende
- bessere Sichtbarkeit der eigenen Qualitätsphilosophie

Jede einzelne Verbesserung mag klein erscheinen. Zusammen können sie jedoch dazu führen, dass ein Salon mehrere tausend Euro zusätzlichen Jahresumsatz erzielt oder erhebliche Kosten einspart.

Die Mitgliedschaft ist deshalb kein Logo an der Tür. Sie ist ein Werkzeugkasten für mehr Sichtbarkeit, bessere Beratung, stärkere Kundenbindung und langfristig erfolgreichere Salonführung.


der faire Salon
Mitgliedschaft gewinnbringend nutzen
Mehr Sichtbarkeit.
Mehr Kunden. Mehr Umsatz.
Salonfinder
Salon-Suche
Search
Salon-Suche
FairSalon Mitte
Book Now
HairCare West
Book Now
4.8 Stars