

Wir sind die Besten

– aber wissen das auch Ihre Kunden?

Dass Sie mit Herzblut arbeiten und stolz auf Ihre Leistung sind, ist selbstverständlich. Doch oft fehlt die Außendarstellung: Angebote und Leistungen werden nicht sichtbar genug kommuniziert. Dabei gilt: *Klappern gehört zum Handwerk* – und Kunden kaufen lieber bei Siegern.

Viele Services, wie die kostenlose Ponykorrektur, sind für Sie selbstverständlich. Doch andere Salons berechnen dafür bis zu 8 €. Das ist bares Geld, das Sie investieren – und Ihre Kunden sollten das wissen!

Was früher selbstverständlich war, ist heute ein Pluspunkt. Faire Löhne, gutes Betriebsklima, Weiterbildung – all das macht Ihren Salon besonders. Ihre Mitarbeiter sollten darüber sprechen, Sie als Chef müssen es einfordern.

Kundenorientierung statt Betriebsblindheit

Angebote müssen den Nerv der Kunden treffen – nicht nur den Geschmack des Teams. Kunden sind anspruchsvoll, verwöhnt von Vielfalt und Innovation. Discounter machen es vor, Friseure hinken oft hinterher.

Nutzen Sie auslastungsschwache Zeiten für kreative Aktionen: neue Farbtrends, Pflege-Specials oder exklusive Pakete. Nicht der Preis allein zählt – sondern die Verpackung.

Teamwork macht den Unterschied

Binden Sie Ihr Team ein! Gemeinsame Ideenrunden fördern Kreativität und Motivation. Mitarbeiter, die mitgestalten dürfen, reden auch engagierter mit Kunden über Leistungen und Angebote.

□ **CHECK**

Kennen Sie das Image Ihres Salons?

Was denken Menschen, die keine Kunden sind, über Ihren Salon?

Gibt es regelmäßige Teamgespräche?

Sprechen Ihre Mitarbeiter aktiv mit Kunden über Leistungen und Angebote?

Wissen Ihre Kunden, welche Services und Besonderheiten Sie bieten?

Können Ihre Mitarbeiter eigene Ideen einbringen?

Gibt es bei Ihnen attraktive Angebote und Aktionen?