

Wunsch: mehr Beratung!



Kunden wünschen mehr Beratung!

Friseure und Verbraucher unterschiedliche Vorstellungen davon wie eine perfekte Beratung aussieht.

Beratung ist mehr als ein kurzes Gespräch – sie ist der Schlüssel zur Kundenzufriedenheit

76 % der Kundinnen und Kunden wünschen sich eine intensivere Beratung beim Friseur.

Das zeigt eine aktuelle Verbraucherumfrage des Industrieverbandes – und steht im Widerspruch zur Einschätzung vieler Friseur*innen, die überzeugt sind, bereits ausreichend zu beraten.

Woher kommt diese Diskrepanz?

Offenbar haben Friseurinnen und Kundinnen unterschiedliche Vorstellungen davon, was eine gute Beratung ausmacht.

Früher war Beratung Nebensache – heute ist sie essenziell

Lange Zeit gehörten Kommunikation und Beratung nicht zur Ausbildung im Friseurhandwerk.

Kundenwünsche wurden in einem kurzen Zwiegespräch abgeklärt – fertig.

Doch das genügt heute nicht mehr.

Moderne Konsumentinnen sind anspruchsvoller geworden.

Selbstdarstellung, Individualität und ein stimmiges Gesamtbild stehen im Vordergrund.

Die Frau von heute ist nicht mehr „nur Hausfrau und Mutter“, sondern oft karriereorientiert, selbstbewusst und wandelbar – und das spiegelt sich auch in ihren Frisurwünschen wider.

Beratung heißt: Wünsche erkennen, wecken und erfüllen

Wer erfolgreich beraten will, muss zuhören, verstehen und Impulse geben.

Die Haarkosmetik-Industrie bietet zahlreiche Seminare, die genau darauf ausgerichtet sind:

Typberatung

Trendanalyse

Verkaufpsychologie

Kommunikationstechniken

Weiterbildung ist Pflicht – nicht Kür

Der EU-Kodex für das Friseurhandwerk bringt es auf den Punkt:

„Wir leben in einer lernenden Gesellschaft. Gut informierte Kunden verlangen ständig nach aktualisierten und qualitativ höherwertigen Dienstleistungen. Daher ist eine kontinuierliche Weiterbildung für uns alle erforderlich, um den Erfolg zu sichern.“

Lebenslanges Lernen bedeutet:

- bessere Dienstleistungsqualität
- höhere Selbstachtung
- mehr Respekt im Umgang mit anderen

Diese Verantwortung liegt bei Arbeitgeberinnen und

Arbeitnehmerinnen gleichermaßen.

Denn Salons mit gut ausgebildetem Personal haben klare Wettbewerbsvorteile.