



EINBLICK

CHEFGEDANKEN
ERFOLGSFAKTOR
FÜHRUNG

SICHTWEISEN
SOCIAL MEDIA -
ABER RICHTIG!

ACADEMY
UMSATZSTEIGERUNG
LEICHT GEMACHT.

ERFOLGSFAKTOR FÜHRUNG!

DAS ERGEBNIS DER DEZEMBER-VERKAUFSAKTION BELEGT
AUCH DIE FÜHRUNGSARBEIT DER UNTERNEHMER

„Es gibt immer einen, der es macht und es gibt immer einen, der es zulässt!“ Dies ist einer der **wichtigsten** Führungs-Grundsätze, den wir in unseren Seminaren vermitteln. Bevor sich eine Führungskraft beschwert, was ihre Mitarbeiter tun oder nicht tun, stellt sich erst einmal die Frage, **wer** diese Mitarbeiter führt.

Hier ein Beispiel aus der Praxis: Wir empfehlen unseren betreuten Friseurunternehmen im Weihnachtsmonat Dezember **pauschal** 10 % auf alle Verkaufsprodukte anzubieten. Bei vielen Salons hat dies dazu geführt, dass sich der Verkaufsumsatz des Teams **mehr** als verdoppelt hat. Es gab aber auch Salons, in denen dies **nicht** passiert ist. Im Gegenteil: Sie hatten sogar einen sehr schlechten Verkaufsumsatz.

War die Aktion schlecht? Das **sicher** nicht! Dies beweisen die vielen Mitarbeiter und Salons, die ihren Produktumsatz **deutlich** verbessert haben.

Woran ist es dann gescheitert?

Es gibt **mehrere** Stationen, an denen eine erfolgreiche Umsetzung scheitern kann: **Wie** wurde die Aktion angekündigt? Nur nebenbei oder gab es eine **Teamsitzung**, bei der sowohl die Aktion als auch deren Ziele **klar** kommuniziert wurden? Waren **alle** Mitarbeiter bei der Teamsitzung dabei? Haben es **alle** auch **klar** verstanden? Wenn nein, gab es ein **Protokoll** über den Inhalt der Sitzung, bei dem die abwesenden Mitarbeiter alles **genau** nachvollziehen können?

Dann ist es auch wichtig, ob der Unternehmer, wenn er dann am Stuhl arbeitet, die Aktion auch **selbst** perfekt vorlebt. In

einigen von mir betreuten Salons haben schon die Chefs selbst ihre Beratungsleistung im Verkauf im Dezember auf **kleiner** Flamme gehalten. Wenn die Führungskräfte es aber selbst nicht leben, wie sollen sie die Umsetzung von den Mitarbeitern einfordern?

ES GIBT IMMER
EINEN
DER ES MACHT,
UND EINEN,
DER ES ZULÄSST!

In anderen Salons haben es die Chefs gelebt, aber die Mitarbeiter nicht. **Warum?** Gerade wenn Sie mit einer Aktion starten, ist es wichtig, dass vom ersten Tag an diese auch **konsequent** gelebt wird. Dies gilt es zu beobachten und **sofort** nachzuhaken.

Wenn der Unternehmer die nachlassende Leistung registriert – wenn er sie überhaupt unter die Lupe genommen hat – und nicht reagiert, dann kann – aus Sicht der Mitarbeiter – das Thema wohl auch **nicht** so wichtig sein. Es könnte aber auch sein, dass die neue Aktion anfangs gut gelebt wird, dann aber ab der zweiten oder dritten Woche einfach wieder **„einschläft“**. Wie **reagiert** die Führungskraft? Wenn sie nicht reagiert, dann ist der Effekt der Aktion **schnell** vorbei.

Viele Führungskräfte sind dann von ihrem Team **enttäuscht**. Doch die **Hauptverantwortung** liegt bei der **Führungskraft**. „Es gibt immer einen der es macht, und einen, der es zulässt!“ Die verantwortliche Person hat es zugelassen. „Nichtstun heißt Zustimmung!“ Wenn die Führungskraft **nicht** reagiert, dann scheint dies für die Mitarbeiter **ok** zu sein. „Muss ich denn immer alles 100 mal sagen?“, ist dann die **verzweifelte** Frage der Führungskräfte. Natürlich wäre es **wünschenswert**, wenn man eine Aktion einmal **klar** ankündigt, dass dann alle im Team diese auch konsequent umsetzen. Doch es gibt viele Faktoren, die dafür sorgen können, dass die Umsetzung nach-

CHEFGEDANKE

lässt, Bequemlichkeit, Stress, Hektik, Prioritätenverschiebung, und, und, und ...

So ging es mir auch viele Jahrzehnte als Basketball-Trainer mit meinen Mannschaften. Wir haben zwei bis dreimal pro Woche trainiert, damit die Dinge „auf der Bühne“ im Spiel funktionieren. Und dennoch passieren Dinge in den Spielen, bei denen die Umsetzung scheitert. Dann gilt es als Coach und Führungskraft zu handeln. Man nimmt eine „Auszeit“, in der man übrigens nur 60 Sekunden Zeit hat, das Team neu auszurichten. Doch danach ist das Team wieder **fokussiert** und setzt die Dinge wieder **besser** um.

Wie **oft** nehmen Sie derartige **Auszeiten**? Werfen Sie einen **prüfenden** Blick auf die Durchführung und Umsetzung der Aktionen? Richten Sie Ihr Team **spätestens** nach **einem** weniger erfolgreichen Tag abends wieder neu aus oder nutzen gleich **morgens** drei Minuten um Ihr Team wieder auf die Aktion **neu** zu fokussieren? Die Mitarbeiter erkennen an Ihrer Reaktion und Ihren Handlungen, wie wichtig die Umsetzung und der Erfolg ist.

Und by the way – wir reden hier bei der **nicht genutzten Chance** der Verkaufsaktion von eventuell 3.000,- bis 5.000,- Euro entgangenem Verkaufsumsatz. Dies bedeutet auch 300,- Euro bis 500,- Euro entgangene Verkaufsprovision und für den Unternehmer rund 2.000,- Euro **weniger** Gewinn. Es hätte sich schon gelohnt, am Ball zu bleiben. Für **alle** Beteiligten! Ich wünsche Ihnen für dieses Jahr 2025 viel Erfolg und denken Sie an Ihre Führungsaufgabe und an die gewünschte Konse-

quenz. Agieren und handeln Sie und gestalten Sie damit den Erfolg Ihres Teams und Ihres Unternehmens!

Herzlichst
Harald Müller



MELDE DICH AN!
FÜHRUNG I
06. – 07.04.
DINKELSBÜHL
09845/989100
schaefer-academy.com

SOCIAL MEDIA: EIN MUST-HAVE – ABER RICHTIG!

In der heutigen digitalen Welt ist Social Media für Friseursalons weit mehr als nur eine Option – es ist ein absolutes **Must-have**! Plattformen wie Instagram, Facebook und TikTok bieten eine **unschlagbare** Möglichkeit, neue Kunden zu gewinnen, Stammkunden zu binden und die eigene Marke **authentisch** zu präsentieren. Dennoch scheuen sich viele Saloninhaber, Social Media strategisch zu nutzen. Doch woran liegt das?

WARUM SOCIAL MEDIA FÜR FRISEURSALONS UNVERZICHTBAR IST

- **Neue Kunden gewinnen:** Potenzielle Kunden suchen Inspiration auf Social Media. Ein attraktives Profil mit hochwertigen Vorher-Nachher-Bildern, Einblicken hinter die Kulissen und zufriedenen Kunden schafft Vertrauen und Interesse.
- **Kundenbindung stärken:** Durch regelmäßige Posts, Storys und Interaktionen bleibt der Salon präsent. Kunden fühlen sich persönlich angesprochen und bauen eine emotionale Bindung zur Marke auf.
- **Employer Branding & Mitarbeitergewinnung:** Fachkräftemangel ist in der Branche ein großes Thema. Social Media ist eine ideale Plattform, um sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren und Talente anzuziehen.
- **Mehr Umsatz durch gezieltes Marketing:** Ob Produktvorstellungen, exklusive Angebote oder Terminerinnerungen – Social Media kann gezielt genutzt werden, um den Umsatz zu steigern.

Was hält viele Salons davon ab? Trotz der vielen Vorteile gibt es einige Hürden, die Friseursalons oft davon abhalten, Social Media professionell zu nutzen:

- **Zeitmangel:** Der Salonalltag ist hektisch, und oft fehlt die Zeit, regelmäßig hochwertigen Content zu erstellen.
- **Technische Unsicherheiten:** Welche Plattform ist die richtige? Welche Formate funktionieren am besten? Viele Saloninhaber fühlen sich von der Vielzahl an Möglichkeiten überfordert.
- **Fehlende Strategie:** Ohne klaren Plan bleibt Social Media oft ein sporadisches Experiment statt eines effektiven Marketingtools.
- **Angst vor negativer Kritik:** Bewertungen und Kommentare sind öffentlich. Viele Salons haben Sorge, mit Kritik nicht professionell umgehen zu können.

SO GELINGT DER SOCIAL MEDIA ERFOLG!

- **Klar definierte Strategie:** Wer ist die Zielgruppe? Welche Botschaft soll vermittelt werden? Mit einer durchdachten Planung lassen sich Inhalte effizient erstellen.
- **Regelmäßige Inhalte mit Mehrwert:** Tutorials, Kundenstimmen, Vorher-Nachher-Bilder – abwechslungsreicher Content hält das Publikum interessiert.

SICHTWEISEN

- **Automatisierung nutzen:** Tools wie Meta Business Suite oder Planungs-Apps helfen, Inhalte im Voraus zu erstellen und zu timen.
- **Community-Interaktion nicht vergessen:** Kommentare beantworten, auf Nachrichten reagieren – Social Media ist ein Dialog!

Mehr Inspiration gefällig? In der aktuellen Podcast-Episode von Focus Friseur tauche ich noch tiefer in das Thema Social Media ein und gebe praxisnahe Tipps, wie Friseursalons ihre digitale Sichtbarkeit erfolgreich ausbauen. Hör doch einfach mal rein!




Und für alle, die erfahren wollen, worauf es ankommt, wie Du Deine Reichweite **gezielt** steigerst und warum es **wichtig** ist, einfach loszulegen, statt lange zu zögern: Am **3. November 2025** findet unser **Inspirationstag „Social Media Makeover“** statt – ein praxisnaher Workshop. Sei dabei! Gemeinsam machen wir Social Media greifbar – für mehr Erfolg und Sichtbarkeit!

Herzlichst
Stefanie Schäfer-Dax

*Stefanie
Schäfer-Dax*

MELDE DICH AN!
INSPIRATIONSTAG
SOCIAL MEDIA
03.11.
OBERDACHSTETTEN
09845/989100
schaefer-academy.com



Kaffee zählt mit über 800 Aromen zu den komplexesten Naturprodukten.

Der Duft eines frisch gebrühten Kaffees ist wie eine Verheißung, ein Versprechen.

Wir wissen aber alle, dass Kaffee nicht gleich Kaffee ist. Das Anbaugebiet, das Wetter, die Lagerung und die Sorte haben Auswirkungen auf dessen Qualität. Und nur wenn da alles stimmt, kann und muss die Rösterei das Duftwunder vollenden.



Die kleine Rösterei, von der wir unsere Bohnen beziehen, verarbeitet sie mit Herzblut und viel Erfahrung. Sie arbeitet nicht auf Menge, sondern auf Bestellung. Damit überlagert die Bohne nicht und behält ihr volles Geschmackserlebnis.

Miée

MI'ESPRESSO

harmonisch ■ aromatisch ■ cremig



- 500 g oder 1.000 g extremer Kaffeegenuss
- Röstkaffee, ganze Bohnen

Haben Deine Kunden diesen Kaffee **MI'ESPRESSO** erst einmal verkostet, kann es durchaus passieren, dass sie – neu gestylt – auf den Weg gerne noch einen mitnehmen.

Passend dafür haben wir unseren schmucken Miée **Refill-Becher** für Dich.

Schenke Dir und Deinen Kunden das schwarze Gold von Miée (ein)!



SPC-KONGRESS 2025

25.–26. MAI 2025

EVENT

DEINE VORTRÄGE



ÜBER HÖHEN UND TIEFEN

Lars Cordes

Lars Cordes ist Geschäftsführer der gleichnamigen Filialunternehmung mit 14 Standorten und 100 Teammitgliedern in Berlin & Brandenburg.

Er spricht über die 10-jährige Entwicklung seiner personalisierten Premium Friseurmarke als Filialunternehmen und die Erfolge & Misserfolge hierbei.

Schonungslos und authentisch erfahren die Zuhörer wie ihn sein Weg durchs „Tal der Tränen“ geführt hat, warum er zuversichtlich in die Zukunft blickt und welche Rolle die Familie

MELDE
DICH AN!
09845/989 100

und sein Netzwerk auf dem Weg zurück zum Erfolg spielen. Wie er sein Unternehmen radikal umgebaut hat und dadurch eine neue Perspektive erhielt.

Möglich war dieser Weg nur durch Resilienz und Gelassenheit, welche ihm die Kraft und Energie gab, diesen Weg auch in schwierigsten Phasen fortzusetzen. Es entwickelten sich loyale Partnerschaften in alle Richtungen und ließen durch starke Teamleistung neue Erfolge erreichen.

DEINE VORTRÄGE



ZDF - ZAHLEN DATEN FAKTEN

Frank Greiner-Schwed

Unternehmensberater und Seminar-Trainer Frank Greiner-Schwed zeigt Dir die spannende Welt der Zahlen, Daten und Fakten der Friseurbranche! Erfahre, wie sich die Branche entwickelt und welche Chancen Du jetzt nutzen kannst.

Du lernst, wie Du Deine Auslastung steigern, mehr Umsatz generieren und dadurch Deinen Gewinn erhöhen kannst. Lass Dich inspirieren, wie Du mit diesen Erkenntnissen Dein Selbstwertgefühl stärkst und täglich neue Erfolgsmomente erlebst. Frank Greiner-Schwed macht Dir Lust auf mehr – mehr Erfolg, mehr Motivation, mehr Zukunft!

SPC-KONGRESS 2025

25.–26. MAI 2025

EVENT

DEIN PROGRAMM

SAMSTAG, 24. Mai 2025

- ab 16.00 Uhr Handwerk meets Kunstwerk
Lass Dir Dein Tattoo stechen!
- ab 18.00 Uhr Get together!
- 18.00-21.30 Uhr Welcome Buffet
- 16.00-23.00 Uhr Raum der Mysterien
- ab 21.45 Uhr „Lina Bó“ Live Band

SONNTAG, 25. Mai 2025

- 07.00-07.30 Uhr Power Tanz mit Lena Sterle 5. OG
- 08.00-09.45 Uhr „Wunderbürste“ Styling Lounge EG
- 09.00 Uhr Einlass Vortragssaal 5. OG
- 10.00-10.30 Uhr Begrüßung 5. OG
- 10.30-12.00 Uhr **Anders Indset**
„Possibilismus - Wertegesteuerte
Leistung“ 5. OG
- 12.00-13.30 Uhr Mittagspause EG
- 13.30-14.30 Uhr **Frank Greiner-Schwed**
„ZDF - Zahlen Daten Fakten“ 5. OG
- 14.30-15.00 Uhr Pause EG
- 14.30-16.30 Uhr Kaffee & Kuchen Kitchen Bereich EG

Workshops/Kurzvorträge

jeweils um 15.00 / 16.00 / 17.00 Uhr EG

Miée „Praxis Workshop“
mit Christopher Langer EG

Schaefer Academy „Aufblühen statt
ausbrennen“ mit Lisa Aceves EG

**Schaefer Consulting meets Schaefer
Graphics** „Social Media“ mit Stefanie
Schäfer-Dax und Tamara Felbinger EG

Raum der Inspirationen

15.00-18.00 Uhr EG

Holsta Werkzeug Tasche mit Timon
Schneider

Locken Schere mit Astrid Schmidt Hock

Olivenöl mit Aniello Giordano

Wunderbürste mit Babette Ortmann EG

Neuaufgabe Buch
„Management im Friseurhandwerk“
mit Schaefer Consulting EG

Victory
Dein digitaler Unternehmensberater EG

19.30-21.00 Uhr Abend-Buffer EG

ab 21.00 Uhr Losverkauf EG

ab 21.30 Uhr Mottoparty Glitzer & Glamour
mit Live-Band Chicolores

MONTAG, 26. Mai 2025

09.00 Uhr Einlass Vortragssaal 5. OG

09.15 Uhr Gewinnauslosung der Tombola 5. OG

09.30-10.15 Uhr **Joe Weissbacher**
„Ziele & Erfolg“ 5. OG

10.15-11.15 Uhr **Lars Cordes**
„Über Höhen und Tiefen“ 5. OG

11.15-11.45 Uhr Pause 5. OG

11.45-13.15 Uhr **Yaël Meier**
„Generation Z“ 5. OG

13.15 Uhr Verabschiedung 5. OG

13.30 Uhr Mittagessen und Ausklang EG

OSTERAKTIONEN HAPPY HOPPING

Liebe Kunden und Osterhasen-Fans,

Der Frühling erwacht und mit ihm startet unser eggzellentes Oster-Abenteuer! Tauche ein in eine Welt voller bunter Überraschungen und hoppelnder Freude.

Oster-Magie für alle!

Ob Neu- oder Stammkunde, bei uns wird jeder zum Osterhasen-Liebling. Lass Dich von unseren frischen Ideen, eggzitierenden Angeboten und der Jagd nach bunten Eiern begeistern.

Frohe Ostern und happy hopping!



DA FLIEGT JA DER DOTTER AUS DEM EI!

WÄHLE DEIN
LIEBLINGS-
MOTIV!

In unserer Broschüre findest Du 9 verschiedene Layouts, die auf jedem Produkt umsetzbar sind. Kreuze auf dem Bestellformular einfach die entsprechende Nummer an.

Für Deinen Erfolg haben wir zu Ostern wieder frische Werbemittel für Dich:

- Osterkarte (DIN-lang) mit Dienstleistungsgutschein für ausgebliebene Kunden
- Osterkarte (DIN-lang) mit Kennenlern-Gutschein zur Neukundengewinnung
- Osterkarte (DIN-lang) mit einer Oster-Überschung für Stammkunden
- Ostersuchspiel „Hop&Win“ (DIN A 4) während der Wartezeit im Salon
- Osterkarte in Ei-Form als Gewinn für das Suchspiel
- Aufsteller und Poster zum Hinweis auf Deine Aktionen
- Osterwertmarke für Dein Wertmarkensystem zur Kundenbindung

LOS GEHTS!



EI EI EI KLEINE GUTSCHEINE IN EI FORM

Entweder als Gewinn zum Suchspiel oder einfach als Gutschein für Deine Kunden ist dieser Flyer im Ei Format ein echter Hingucker!

- Steigerung der Auslastung
- Gutscheinwert und -text individuell wählbar

JAHRESMITTE AUSLASTEN

SCANNE HIER
FÜR DAS
GESAMTE
ANGEBOT!



OSTERKARTEN ZUM VERSCHENKEN KUNDENREAKTIVIERUNG/NEUKUNDEN- GEWINNUNG/STAMMKUNDENBINDUNG

Layout N°. 1
mit Gutschein für ausgebliebene Kunden



Layout N°. 2
mit Neukunden-Gutschein



Layout N°. 8
mit Wunsch-Gutschein für Stammkunden



Format 21 x 10,5 cm
Farbe 4/4 farbig
Papier 300 g/m²
Bilderdruckpapier matt

POSTKARTEN ALS OSTERGESCHENK MIT MEHRWERT FÜR DICH

Diese Osteraktion bietet verschiedene Möglichkeiten, Kunden mit personalisierten Osterkarten und Gutscheinen anzusprechen:

Für ausgebliebene Kunden: Ostergruß mit Gutschein als Anreiz zum Wiederkommen

Für Neukunden-Gewinnung: Kennenlern-Gutschein für Freunde, Verwandte oder Bekannte bestehender Kunden

Für Stammkunden oder ausgebliebene Kunden: Wunschgutschein als besonderes Ostergeschenk

BEST SERVICE:

Du hast Dich für die Versandkarten entschieden und nutzt die Salonkasse Victory mit dem Full Service Center? Gerne übernehmen wir für Dich den Kartenversand zzgl. Porto, Kuvert, Layout & Druck. Unabhängig von Deiner ausgewählten Osteraktion, unterstützen wir Dich gerne bei der Erstellung der individuellen Aktions-Buttons in Deiner Kasse. Auch als Support Kunde stehen Dir die Dienstleistungen von Victory zur Verfügung.

BESCHENKE DEINE KUNDEN

WIR SIND MARKE

Was ist eine Marke?

Kennen Sie das Phänomen, dass sich Personen Marken-Namen bzw. Logos tätowieren lassen, wie beispielsweise Harley Davidson?

Oder dass Qualität immer mit einem Marken-Namen einhergeht?

Es ist bekannt, dass es genügend „No-Name-Produkte“ gibt, die die gleiche Produktionsstraße durchlaufen, wie ihre Marken-Konkurrenten und dennoch der Konsument bereit ist, für ein und dasselbe Produkt mehr zu zahlen, nur weil DIESER Name bzw. DIESES Logo darauf abgebildet ist. Diese Firmen, genau diese Marken, haben es geschafft, einen Stellenwert auf dem Markt einzunehmen, der alleine durch Status beziehungsweise Image eine Art Monopolstellung genießt.

Nicht nur beim Endverbraucher wird mit einer Marke eine bestimmte Wertigkeit assoziiert, sondern auch Mitarbeiter identifizieren sich mit diesen Marken.

DEINE MARKE IST, WAS
ANDERE LEUTE SAGEN,
WENN DU NICHT IM
RAUM BIST. JEFF BEZOS

Und genau darum geht es:

Der Kunde soll nicht sagen „Ich war beim Friseur.“, sondern „Ich war bei Daniel Golz.“ Ebenso sagen die Mitarbeiter über sich selbst nicht „Ich bin Friseur.“, sondern „Ich arbeite bei Daniel Golz.“

Die große Frage, die sich nun stellt, ist:



DU HAST
NOCH KEIN
EXEMPLAR?
DANN GÖNN'
DIR WISSEN!

Wie werde ich zu DIESER Marke?

Im Folgenden wird erörtert, worauf es aus Sicht des Kunden und auch aus der Perspektive des Mitarbeiters ankommt, damit man sich als MARKE etabliert und wie diese Differenzierung bzw. das Abheben von der breiten Masse funktioniert.

UMSATZSTEIGERUNG LEICHT GEMACHT (ER)KENNE DEIN POTENZIAL!

Als Beraterin erlebe ich es immer wieder: Viele Stylistinnen und Stylisten schöpfen ihr **volles** Potenzial am Kunden **nicht** aus. Dabei steckt in jedem Termin eine **große** Chance – nicht nur für den Umsatz, sondern auch für die **Zufriedenheit** des Kunden.

Oft höre ich den Einwand: „Aber ich will doch niemandem etwas **aufschwätzen!**“ Doch genau darum geht es **nicht**. Vielmehr geht es darum, dem Kunden das **bestmögliche** Ergebnis zu **bieten**. Denn ein zufriedener Kunde kommt gerne **wieder** und **empfiehlt** Dich weiter. Schauen wir uns dazu **zwei** typische **Beispiele** an:

FALL 1: Eine Kundin kommt **regelmäßig** zum Schneiden, bucht aber **nie** eine **Pflegebehandlung**. Dabei ist ihr Haar strapaziert und würde von einer professionellen Pflege **enorm** profitieren. Würdest Du sie gezielt darauf ansprechen, könnte sie sich **bewusst** für eine zusätzliche Behandlung entscheiden. Das Ergebnis? Gesünderes, glänzendes Haar für Deine Kundin – und ein höherer Umsatz für Dich.

FALL 2: Eine Kundin kommt alle zwei Monate zum **Nachschneiden** ihrer Balayage, aber eine **Farbauffrischung** mit einer **Tönung** oder ein spezielles **Glossing** wird ihr **nie** aktiv angeboten. Dabei wäre genau **das** der Schlüssel, um ihr Haar **dauerhaft** strahlend und frisch aussehen zu lassen. Viele Kundinnen wären **dankbar** für einen solchen Vorschlag – wenn sie den Mehrwert dahinter verstehen.

Es geht also gar nicht immer darum, **mehr** Kunden zu bedienen. Viel **wichtiger** ist es, die Beratungsqualität so zu verbessern, dass Du **mehr** Dienstleistungen pro Kunde erbringst. Das sorgt nicht nur für **bessere** Ergebnisse, sondern auch für **nachhaltiges** Umsatzwachstum.

WAS BEDEUTET DAS KONKRET FÜR DEINEN UMSATZ?

Werfen wir einen Blick auf eine **einfache** Rechnung: Angenommen, Du bedienst im Monat 80 Damenkundinnen und erzielst damit einen Bruttoumsatz von 7.600 €. Du hast einen **Dienstleistungsfaktor** von **2,5** – das bedeutet: Jede Kundin erhält Waschen, Schneiden, Föhnen. Jede zweite Kundin bucht **zusätzlich** eine **Farbauffrischung** oder **Pflege**. Was passiert, wenn Du durch **gezielte** Beratung Deine durchschnittliche Dienstleistungszahl auf **3 Dienstleistungen** pro Kundin steigerst? Dann bekommt jede Kundin neben dem „Basis-Paket“ noch eine **weitere** Behandlung. Wenn eine zusätzliche Dienstleistung im Schnitt 25 € kostet, bedeutet das: 0,5 zusätzliche Dienstleistungen pro Kundin × 80 Kundinnen im Monat × 25 € Zusatzumsatz pro Dienstleistung = 1.000 € **mehr** Umsatz monatlich.

Das ergibt 8.600 € Umsatz pro Monat – nur durch eine bewusstere Beratung! Und das Beste daran: Du musst **keine** einzige Kundin **mehr** bedienen als zuvor.

DEIN POTENZIAL IST GRÖßER ALS DU DENKST!

Viele Friseure unterschätzen, welchen Unterschied **kleine** Veränderungen in der **Beratung** ausmachen können. Wenn Du die Bedürfnisse Deiner Kunden **gezielt** ansprichst, kannst Du nicht nur den **Umsatz** pro Termin steigern, sondern auch die **Kundenbindung** deutlich erhöhen. Eine **zufriedene** Kundin, die sich rundum gut beraten fühlt, wird nicht nur **häufiger** wiederkommen, sondern Dich auch aktiv **weiterempfehlen**. So entsteht ein **langfristiger** Mehrwert für Dich und Deinen Salon.

Natürlich ist es auch **immer** wichtig zu wissen, **wohin** man sich entwickeln kann. Das Schöne: Dein Potenzial ist genau **berechenbar**! Sobald Du Deine mögliche Auslastung berechnet hast, kannst Du genau feststellen, wie viel Umsatz für Dich tatsächlich möglich ist. Und das ganz **ohne** Überlastung. Möchtest Du wissen, wie das geht? Dann empfehle ich Dir unsere **Seminare**:

FÜR MITARBEITER: Unser **Durchstarter-Seminar** zeigt Dir, wie Du Deine persönliche Effizienz und Deinen Umsatz steigern kannst.

FÜR UNTERNEHMER: Unsere **Chefseminare I & II** helfen Dir, Deinen Salon strategisch weiterzuentwickeln und wirtschaftlich noch erfolgreicher zu machen.

Starte durch und nutze Dein volles Potenzial.
Viel Spaß dabei!

Herzlichst
Natalie Billenstein



SEMINARTERMINE 2025 D/A

CHEFSEMINAR I:

20.–22.07. in Dinkelsbühl
28.–30.09. in Dinkelsbühl
19.–21.10. in Österreich

CHEFSEMINAR II:

09.–10.11. in Dinkelsbühl

FÜHRUNGSSEMINAR I:

06.–07.04. in Dinkelsbühl
26.–27.10. in Dinkelsbühl

FÜHRUNGSSEMINAR II:

06.–07.07. in Dinkelsbühl

DURCHSTARTER:

06.–07.04. in Oberdachstetten
26.–27.10. in Oberdachstetten

BERATUNG & KOMMUNIKATION I:

17.–18.03. in Oberdachstetten
02.–03.06. in Oberdachstetten
21.–22.09. in Oberdachstetten
17.–18.11. in Oberdachstetten

BERATUNG & KOMMUNIKATION II:

27.–28.04. in Oberdachstetten
28.–29.09. in Hamburg

ORGANISATION & REZEPTION:

09.–10.03. in Oberdachstetten
14.–15.09. in Oberdachstetten

SICHER AM TELEFON:

06.10. online

SHIATSU:

24.03. in Oberdachstetten
20.10. in Oberdachstetten

TALENTFINDER:

29.–30.06. in Dinkelsbühl
21.–22.09. in Dinkelsbühl

LEICHTFÜSSER:

16.–17.11. in Dinkelsbühl

Inspirationstage

03.11. Social Media

in Oberdachstetten/D

25.–26.05. 60. SPC-Kongress

in Dinkelsbühl/D

19.10. T.I.M. - team in motion

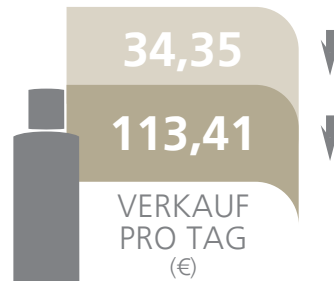
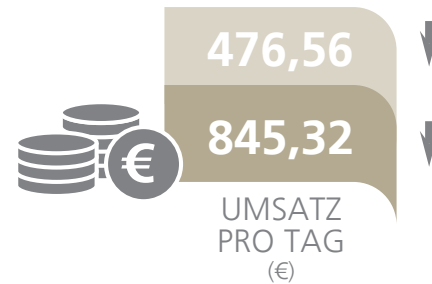
in Dinkelsbühl/D

MELDE DICH
JETZT AN UNTER:

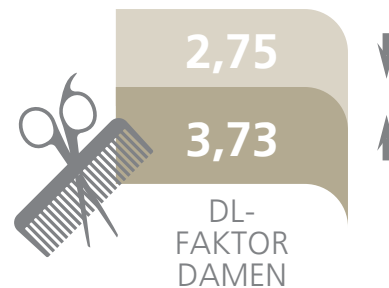
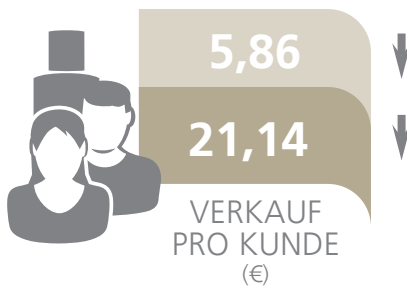
+49 (0) 9845 / 989 100
INFO@SCHAEFER-ACADEMY.COM
SCHAEFER-ACADEMY.COM

ZAHLEN IM EINBLICK JANUAR 2025

WISSENSWERTES



DURCHSCHNITTSWERTE ■
TOP-WERTE ■
ENTWICKLUNG ■



*Zu beachten ist, dass es sich nicht um die Werte eines einzelnen Salons handelt, sondern um Durchschnittswerte aller ausgewerteten Salons in der jeweiligen Kategorie im Januar 2025.



SCHAEFER CONSULTING

Herausgeber:

Schaefer & Partner Consulting GbR, An der Hochstraße 15, 91617 Oberdachstetten
+49 (0) 09845 989 0 / schaefer-consulting.com



info@schaefer-consulting.com



Redaktion:

Stefanie Schäfer-Dax, schaefer-dax.stefanie@schaefer-consulting.com, +49 (0) 9845 989 217

Wir wenden uns mit diesem Medium selbstverständlich an alle Menschen, unabhängig von ihrem Geschlecht. Wir haben in den Beiträgen und Texten versucht, eine geschlechtergerechtere Sprache umzusetzen: durch Nennung der weiblichen und männlichen Form, durch eine abwechselnde Nennung der weiblichen und männlichen Form, durch Partizipformen wie „die Mitarbeitenden“ oder textliche Umschreibungen. Beschreibt eine Textpassage aus unserer Sicht eher eine berufliche Rolle wie beispielsweise „Stylist“, haben wir auf das Gendern verzichtet.

Gestaltung:

Katrin Cervizzi, cervizzi.katrin@schaefer-graphics.com, +49 (0) 9845 989 202

Erscheinungsweise:

monatlich (am 15. des Monats)

Beiträge von Gastkommentatoren stellen nicht unbedingt die Meinung der Schaefer Consulting, sowie der Redaktion dar.

Titelbild: © Vincenzo Esposito für Miée

Seite: © 13 / br.illu Adobe Stock