



EINBLICK

CHEFGEDANKEN
OPTIMISMUS IST
DIE BESTE MEDIZIN

SICHTWEISEN
DIE BEDEUTUNG
DES STANDARDS

DARSTELLUNG
DENK-
FEHLER

OPTIMISMUS IST DIE BESTE MEDIZIN

Angesichts der vielen Unsicherheiten ist es wichtiger denn je, ständig zu analysieren und entschlossen zu handeln! Inflation, Gasnotstand, Wärmestuben, Stromausfall, Ukrainekrieg, zwei Staaten die mit Atomschlägen drohen, Klimakatastrophe, und, und, und... Die Medien übertreffen sich in den letzten Wochen mit ihren **Horrormeldungen**. Da rückt die anstehende Herbstwelle der Coronapandemie schon fast in den Hintergrund. Angesichts dieser gesamten unsicheren Lage wünschen sich viele die schöne Zeit der letzten Jahrzehnte zurück.

In den letzten Wochen habe ich viel darüber nachgedacht, ob die vergangenen 40 bis 50 Jahre des Aufbaus und des Konjunkturbooms eigentlich der Normalzustand waren (so hat es sich für uns zumindest angefühlt) oder ob genau dieses Unsichere eher der Normalzustand ist und wir in den letzten Jahrzehnten einfach **Glück** hatten, dass wir von solchen weitgehend verschont wurden.

Lassen Sie sich vor allem von den extremen Horrormeldungen nicht gleich aus der Ruhe bringen, sondern hinterfragen Sie erst einmal. Wenn Gaskunden von sechs- bis achtfachen Steigerungen ihrer Preise sprechen, dann liegt das meist daran, dass sie bei einem Billiganbieter Kunde waren und jetzt in die „Grundversorgung“ wechseln müssen.

Wie kann man diese Situation am besten meistern? Am besten mit Optimismus und Glauben an das Gute! Und vor allem mit entschlossenem Handeln! Es ist wichtiger denn je, die sich monatlich ändernden Rahmenbedingungen zu analysieren, um richtig zu handeln.

ENERGIEKRISE? Nehmen Sie Ihre Verträge mit den Versorgern unter die Lupe.

NEUE TARIFLÖHNE? Natürlich müssen die eigenen Löhne geprüft und gegebenenfalls angepasst werden. Aber damit alleine wäre es nicht getan, denn alle steigenden Kostenarten schmälern die Gewinne, es sei denn, **man optimiert auch den Umsatz entsprechend**.

So ist es wirtschaftlich unabdingbar, die Preise anzupassen.

Tun Sie es nicht, finanzieren Sie die Steigerungen aus ihrem **privaten** Geldbeutel. Viele unserer Mandanten haben neben ihren turnusmäßigen Preiserhöhungen auch im Sommer die Preise zusätzlich angehoben, um hier am Ende des Jahres nicht von unliebsamen finanziellen Überraschungen **überrollt** zu werden. Der Tenor aller, die die Preise zusätzlich angehoben haben: „Wir haben noch nie ein derartiges Verständnis der Kunden für unsere Erhöhung erfahren, wie diesmal!“. Andere haben dies nicht durchgeführt, aus Angst vor Kundenverlust und Umsatzrückgängen. Allerdings können wir in den Salons bei der Analyse der Umsatzzahlen bis einschließlich September noch keine derartigen generellen Trends erkennen. Der Großteil der von uns betreuten Salons liegt im Bereich der Planungszahlen. Nur **vereinzelt** gab es im September Umsatzeinbrüche, die aber meist auf andere Faktoren (krankheitsbedingte Ausfälle, Kündigungen, etc.) zurückzuführen sind. Demnach raten wir Ihnen als Berater: **SEIEN SIE MUTIG UND ENTSCLOSSEN!** Falls Sie in diesem Jahre keine zusätzliche Preiserhöhung durchgeführt haben, dann passen Sie zum Ende des Jahres Ihre Preise deutlicher wie sonst üblich an. Halten Sie hier Rücksprache mit Ihrem Beratungsteam!

CHEFGEDANKEN

Auf unserem T.I.M.-Event habe ich aber noch eine andere Möglichkeit aufgezeigt, wie die Friseurbranche auf die derzeitigen Entwicklungen reagieren **muss**: Mit einer deutlichen **Verbesserung Ihrer Leistung!** Gerade angesichts der Lohnsteigerungen und Lohnerwartungen reicht es nicht mehr aus, wenn eine Vollkraft einen Monatsumsatz von unter 8.000,- Euro realisiert. Hier benötigen wir auch ein anderes Anspruchsdenken. Definieren Sie für Ihr Unternehmen, was ein Stylist erwirtschaften soll, um ihre Mindestansprüche zu erfüllen. Angesichts der Kostenentwicklung sollte der Anspruch sein, dass eine Vollkraft 10.000,- Euro oder mehr erwirtschaftet.

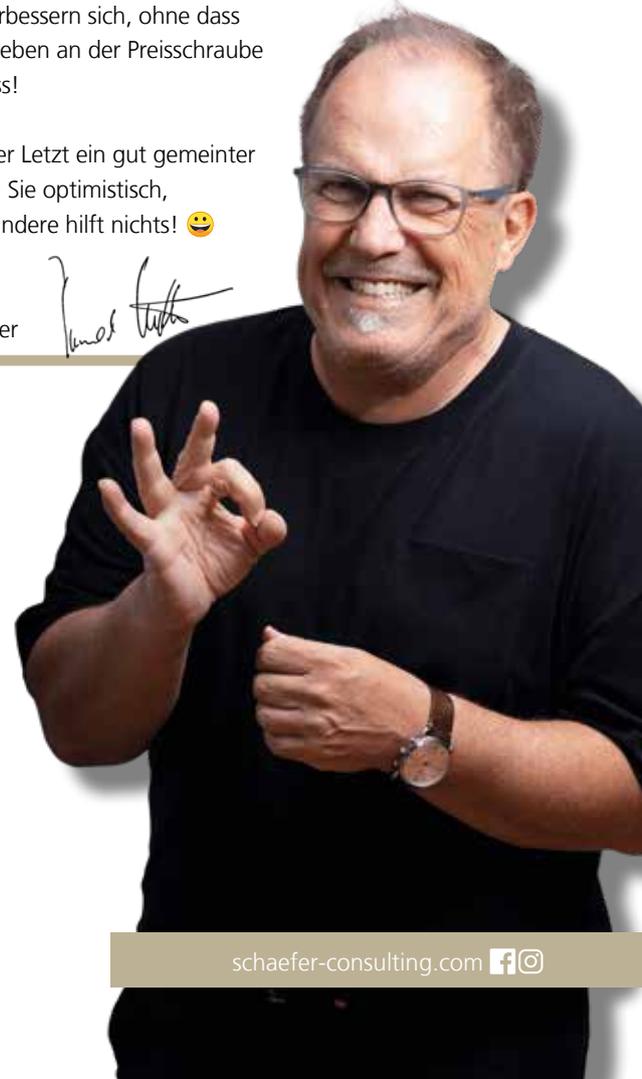
Für viele Angestellte und einige Chefs ist dies **nicht** vorstellbar? Eine einfache Rechnung: Angenommen bei den Damen kostet Waschen/Schneiden/Föhnen zumindest 45,- Euro und die Farbdienstleistungen auch mindestens 40,- Euro. Dann sollte ein durchschnittlicher Umsatz/Kundin von rund 75,- Euro realisierbar sein, wenn wir Kunden nicht nur zum Haarschneiden empfangen, sondern auch mit zusätzlichen Dienstleistungen begeistern. Mit 6 Damen am Tag wären dies 450,- Euro pro Tag; mit 22 Arbeitstagen wären damit 9.900,- Euro realisiert. Aber auch die **Terminierung** gilt es zu beachten. Wenn grundsätzlich mit 45 Minuten terminiert wird, dann ist der Stylist 4,5 Stunden mit dem Thema Haarschnitt beschäftigt. Setzt er für Farbdienstleistungen auch Assistenten ein, dann hat er noch zwei bis drei Stunden „Luft“.

Dies alles wurde am Tagesseminar in Dinkelsbühl eindeutig aufgezeigt und alle Teilnehmer dazu animiert, ihre Leidenschaft für ihren Beruf mittels Beratung und Kundenbegeisterung

tagtäglich auszuleben. Dann bekommen Kunden „draußen“ Komplimente und sind echte Werbeträger für den Salon und die Umsätze verbessern sich, ohne dass man übertrieben an der Preisschraube drehen muss!

Und zu guter Letzt ein gut gemeinter Rat: Bleiben Sie optimistisch, denn alles andere hilft nichts! 😊

Herzlichst
Harald Müller



DIE GROSSE BEDEUTUNG DES STANDARDS

Aus meiner Sicht ist das eine der **wichtigsten** Erkenntnisse der Zeit oder genauer gesagt der heutigen Zeit!

Viele von uns haben bis hierher ein **behütetes** Leben geführt. Es gab klare Abläufe und täglich haben wir all das was uns umgibt als **selbstverständlich** genommen und wohl auch oft deshalb die Wertschätzung dafür, ich sage mal, vernachlässigt.

Die Routinen oder eben auch Standards haben wir **automatisch** erledigt und unsere Komfortzone hat uns somit auch immer Ruhe und Sicherheit gegeben. Sätze wie „Das haben wir **immer** schon so gemacht.“ wurden zwar als Stagnation betrachtet, gaben aber dem Einzelnen das Vertrauen und den Halt von etwas Bekanntem.

Gemäß dem Motto „Stagnation bedeutet Rückschritt“ haben wir nach immer **Neuem** gestrebt und immer an die Grenzen unserer Komfortzone gekratzt und sie dann natürlich auch erweitert. Das ist und war auch gut so! Je größer und vielfältiger unsere persönlichen Möglichkeiten sind, umso leichter und flexibler können wir auf die unterschiedlichsten Situationen in unserem Leben reagieren und somit den Widerstand minimieren.

Seit einigen Monaten wird uns nun aufgezeigt wie schnell sich Situationen verändern können, wie schnell Sicherheit und Vertrauen sich bis ins Gegenteil umkehren können und wie jeder Einzelne in der Lage ist darauf zu reagieren. Es stellt sich heraus, dass diejenigen, die ihr Leben lang schon neugierig waren, ob im theoretischen Wissen oder auch im praktischen

Handeln, durch die Vielzahl der Möglichkeiten die sie sich angeeignet haben, viel **einfacher** mit neuen Situationen und schon gleich mit nicht persönlich steuerbaren Dingen von außen umgehen können.

Was ist dafür der Schlüssel? Aus meiner Sicht, ich habe es ja schon erwähnt, zum einen die große Neugierde nach unbekanntem, nach „neuem“ Wissen, nach Tiefe und Offenheit in der Erkenntnis und nach dem Verständnis für die Steuerung des Lebens!

Zum anderen liegt der Schlüssel in den **Standards**, in dem was uns vertraut ist. Es bildet die Basis, die Ruhe und das Vertrauen überhaupt los zu gehen, um Neues zu entdecken. Ich weiß, ich kann mich auf das bekannte Feld verlassen und selbst, wenn ich mich mal scheinbar ausweglos verlaufen sollte, kann ich wieder in meine Ruhezone zurück. Das gibt mir die schöpferische Kraft neue Pfade zu erkunden und in die Zukunft zu investieren, auch wenn sie in der einen oder anderen Situation gefühlt ungewiss ist.

Der Transport in unsere Salons liegt da nahe, denn Du hast Dir eben diese Standards in den täglichen Abläufen als Basis auch dafür geschaffen, um immer wieder auch den Mut zu haben, Neues auszuprobieren. Das große **Standardwerk** Deines Salons ist Dein **Salonhandbuch** oder für manche auch das **Mitarbeiterhandbuch**. In diesem „Werk“ ist alles **genau** beschrieben! Von der Begrüßung bis zur Verabschiedung, über die Wege im Salon, die Ausführung der Dienstleistungen, die Kommunikationsformen untereinander und mit den Kunden/Gästen. Es regelt das Zusammenleben innerhalb des Salonalltages.

STAGNATION
BEDEUTET
RÜCKSCHRITT

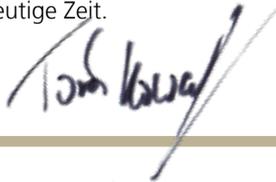
SICHTWEISEN

Vergleiche es mal mit der Straßenverkehrsordnung und stelle Dir vor, keiner hält sich an die Standards! Wie viele Missverständnisse und Schmerzen würde es geben und wer hat dann noch Vertrauen und Sicherheit, wenn er sich in sein Auto setzt, geschweige denn als Fußgänger unterwegs ist.

Genauso sieht es mit den Standards im Salon aus. Sie bieten uns die Sicherheit und das Vertrauen in uns, in unser Unternehmen und in jeden Einzelnen im Team.

Unter anderem bilden auch die berühmten 3 Fragen an der Kasse (die Frage nach dem **Nachtermin**, die Aufforderung für die **Weiterempfehlung** und auch die **Nachfrage** nach Produkten für zu Hause) schon immer, und gerade auch in der heutigen Zeit, die Grundlage für ein erfolgreiches und langfristig sicher aufgestelltes Unternehmen! Bitte achtet darauf, seid konsequent in der Umsetzung der Standards und gebt euch selbst die nötige Ruhe und Gelassenheit, um immer wieder zu neuen Ufern aufzubrechen. Und das es die auch braucht, lehrt uns in jedem Fall die heutige Zeit.

Herzlichst
Torsten Kowalsky



Heute: Bußgeldbescheide aus dem Ausland.

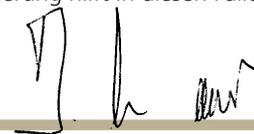
Egal, ob man mit dem Auto zum Ferienziel fährt, oder fliegt und sich am Urlaubsort einen Mietwagen nimmt, in **beiden** Fällen läuft man Gefahr, die lokalen Verkehrsvorschriften zu verletzen zu haben. Mir selbst ist so etwas auf Teneriffa passiert. Ich habe vor meinem Hotel falsch geparkt und einen Bußgeldbescheid über 200,- EUR an der Scheibe vorgefunden. Es gab lange Verhandlungen auf dem Revier, aber immerhin hatte ich versucht, die Strafe noch **vor Ort** zu regeln.

In vielen Fällen erreicht uns aber erst lange **nach** dem Urlaub plötzlich ein Bußgeldbescheid und wir tun uns fast **immer** schwer, überhaupt noch den Vorgang in Erinnerung zu rufen. Aber ignorieren sollte man einen solchen Bescheid besser nicht, denn Strafen aus EU-Mitgliedstaaten können auch in Deutschland vollstreckt werden. Zuständig ist das Bundesamt für Justiz in Bonn. Aktiv wird dieses Amt zwar erst, wenn es um mindestens 70,- EUR geht. Dieser Betrag ist aber **schnell** erreicht, da die Strafen im Ausland oft wesentlich höher sind und dazu auch noch die Verwaltungskosten kommen. In Österreich liegt die Untergrenze schon bei 25,- EUR, ohne Gebühren.

Bescheide aus Nicht-EU-Ländern unterliegen **nicht** dem Abkommen, seit dem Brexit gilt das auch für Großbritannien. Vollsteckt werden **nur** finanzielle Sanktionen, **nicht** aber Fahrverbote oder Gefängnisstrafen. Wenn also ein solches Schriftstück ins Haus flattert, am besten den Vorwurf prüfen und, falls die Sachlage eindeutig ist, auch bezahlen. Der Automobilclub für Deutschland (AvD) empfiehlt, **nur** dann einen Widerspruch und eine Stellungnahme einzureichen, wenn man nicht selbst am Steuer saß oder das Kennzeichen nicht stimmt. Manche Länder bieten dann Einsichtnahme in die Akte im Internet an. Wenn sich dann **immer** noch Unstimmigkeiten ergeben, sollte man **juristischen** Beistand hinzuziehen.

ACHTUNG: Private Inkassofirmen dürfen sich **nicht** auf die EU-Vereinbarung berufen. Kommt also der Mahnbescheid von einem solchen Unternehmen oder von einem Anwalt oder Notar, empfiehlt es sich, zunächst **keine** Zahlung vorzunehmen, sondern zunächst einen anwaltlichen Rat einzuholen. Eine Rechtsschutzversicherung hilft in diesen Fällen gut weiter.

Herzlichst
Bernd Werner



N^o 4²²

Der neue Trendduft



Ein aromatischer Talisman in orientalischem Gewand.

www.miee.de  

HEUTE SCHON AN WEIHNACHTEN GEDACHT?

SERVICE

Das ist Paul.

Paul kauft wie 40 % der Deutschen seine Weihnachtsgeschenke erst **wenige** Tage vor dem Fest. Sei **nicht** wie Paul und verschenke **rechtzeitig** Freude mit Erfolg für Dich!

Mit den **richtigen** Weihnachtspäsenten erreichst Du nämlich:

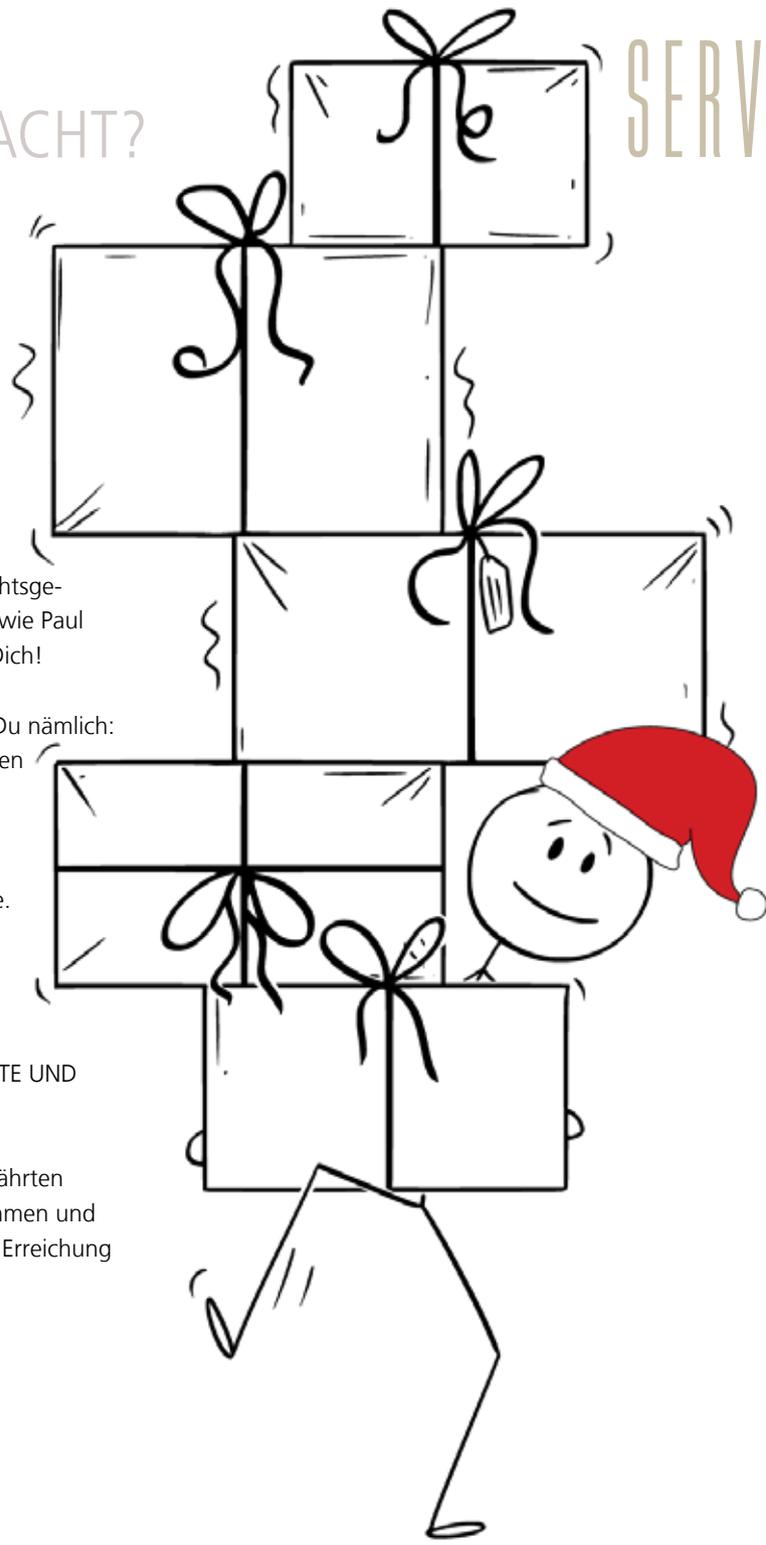
- ... eine **Auslastungssteigerung** der weniger frequentierten Monate Januar & Februar.
 - ... **Umsatzsteigerung** durch höhere Frequenz mit Zusatzdienstleistungen.
 - ... **Stärkung** und **Steigerung** der Verkaufsumsätze.
 - ... **Neukundengewinnung** sowie Stammkundenpflege.
- Und prägst so Dein Image langfristig **positiv**.

DENN WEIHNACHTEN BLEIBT DIE EMOTIONALSTE UND
UMSATZSTÄRKSTE ZEIT IM JAHR.

SPRICH UNS - DEIN BERATERTEAM - EINFACH AN!

Gemeinsam entscheiden wir, welches unserer bewährten Weihnachtspresente ideal zu Dir, Deinem Unternehmen und Deinem aktuellen Bedarf passt und Dich so bei der Erreichung Deiner Ziele unterstützt.

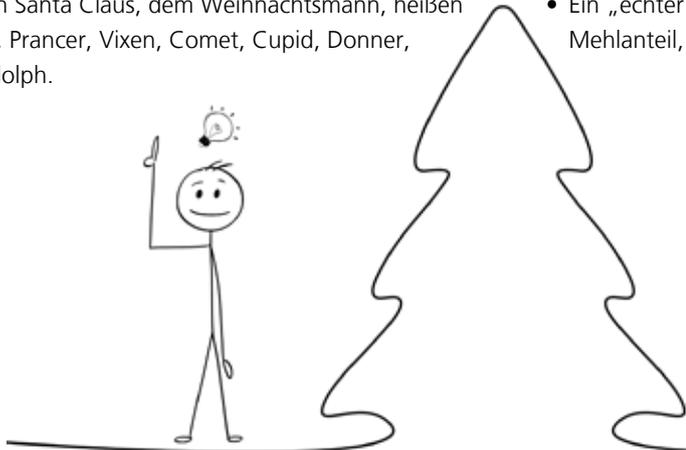
Dein Team der
Schaefer Consulting



UNNÜTZES WEIHNACHTSWISSEN

Habt Ihr eine Ahnung wie viele Nadeln eine durchschnittliche Nordmanntanne hat oder was Weihnachtslieder mit Haustieren zu tun haben? In der kalten Jahreszeit sorgt die Adventszeit besonders für Geselligkeit – Besuche auf dem Weihnachtsmarkt, Festessen, Weihnachtsfeiern und ein Besuch bei seinem Lieblingsfriseur stehen an. Für kurzweilige Unterhaltungen oder spannende Gesprächseinstige haben wir das perfekte Handwerkszeug für Euch und Eure Kunden: unnützes Wissen über Weihnachten:

- Laut einer Umfrage gaben 56 Prozent der Amerikaner zu, dass sie regelmäßig für ihre Haustiere Weihnachtslieder singen.
- Eine durchschnittliche Nordmanntanne in deutschen Wohnzimmern an Weihnachten hat 178.333 Nadeln und ist 1,64 m groß.
- Laut einer Studie aus dem Jahre 1995 bekommen 7 von 10 britischen Hunden zu Weihnachten ein Geschenk von ihren Besitzern.
- Die Rentiere von Santa Claus, dem Weihnachtsmann, heißen Dasher, Dancer, Prancer, Vixen, Comet, Cupid, Donner, Blitzen und Rudolph.
- Die Adventszeit war früher eine Fastenzeit.
- Der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute schätzt, dass jedes Jahr circa 15.000 Adventskränze und Christbäume in Deutschland Feuer fangen.
- Der Weihnachtsmann hat weltweit diverse Adressen, an die Briefe gesendet werden können. Eine davon befindet sich am Nordpol und lautet: Santa Claus Nordpolen, Julemandes Postkontor, DK-3900 Nuuk.
- 10 % der Bundesbürger haben keine Ahnung, weshalb Weihnachten gefeiert wird.
- Im Schnitt hat jeder fünf Personen zu beschenken.
- Jedes Jahr werden in Deutschland über 76,9 Millionen Euro für Geschenke ausgegeben.
- An Weihnachten haben etwa 38.600 Menschen Geburtstag.
- Rund 41 % der Deutschen verschenken zu Weihnachten elektronische Geräte wie Handys oder MP3-Player.
- Weihnachtsbäume wurden früher unter der Decke aufgehängt, so wurden sie zumindest nicht umgestoßen und nahmen auch weniger Platz ein.
- Ein „echter“ Dresdener Stollen besteht, bezogen auf den Mehnteil, zu 50 Prozent aus Butter.



DER ZUG HAT KEINE BREMSEN

Das ist ein bekannter Ballermann Hit. Aber nicht nur auf Malle, sondern auch bei Volksfesten in ganz Deutschland reißt er das Partyvolk von den Stühlen und auf die Tanzfläche.

„Ist es ein Tanz am **Abgrund?**“, frage ich mich manchmal. Nein! Ich bin durchaus kein Pessimist, vielmehr habe ich andere Erfahrungen, sowie auch andere Kontakte. Die Energiezulage, unter welchem Namen und in welcher Art sie auch kommen mag, wird nicht die Einzige bleiben. Es wird weitere Verbote geben um Energie zu sparen. Solche Fakten aus dem Mund eines Bundestagsabgeordneten machen nachdenklich, wie auch die Bemerkung: „Ich habe die Befürchtung, dass Deutschland es nicht schafft!“. Ebenso, wenn man von Vorbereitungen hört, die der Bevölkerung zur Sicherheit, bei einem sich anbahnenden Bürgerkrieg, dienen sollen. So Stimmen aus dem LKA.

Nun, Deutschland wird zunehmend **unzufrieden**, wenn auch auf hohem Niveau. Das **Ende** der notwendigen Einschränkungen ist noch nicht absehbar. Die soziale Schere klafft **immer** weiter auseinander und es ist eine Frage der Zeit, bis eine Gegenwehr des Volkes erfolgt.

Der Ruf nach staatlicher Hilfe ist **unüberhörbar**, aber auch der Staat wird nicht alles leisten können. Hier rächen sich die **Fehler** der Vergangenheit. Durch zu liberale Gesetze und zu wenig Kontrollen gehen den europäischen Staaten jährlich 1.000 Milliarden Euro verloren. Letztlich bezahlen wir jetzt die Trickereien und Steuersparmodelle der großen Konzerne.

Es ist **nicht** die Ukraine, es ist **nicht** Putin - die Ursachen liegen viel **tiefer**. Vieles wird zwar ausgelöst durch diesen Energiemangel, aber die Entscheidung Gas aus Russland zu beziehen, war die Entscheidung zu Gunsten des **günstigen** Preises, auch wissend, **nicht** den verlässlichsten Partner an der Seite zu haben.

Durch die „Geiz-ist-geil-Lebensweise“ haben wir nicht nur Werte sondern auch Umsätze und damit Steuergelder **verloren**. Gelder, die wir **gebraucht** hätten für Pflege, für Schule, für digitalen Wandel und viele andere Dinge. So kommt es wie es kommen muss: irgendwann hat das ein Ende und fällt uns auf die Füße. Nicht wenige Kritiker und Skeptiker sagen gemeinsam: Deutschland fährt in voller Fahrt vor die Wand. Richtig, der Zug hat keine Bremse und es bleibt fraglich ob diese Entwicklung noch aufzuhalten ist.

Und wenn nicht?

Persönlich denke ich, dass wir aus freien Stücken solch einen Wandel (der notwendig wäre), **nicht** schaffen. Es muss wahrscheinlich erst einen Crash oder ‚runterfahren‘ geben um dann, von der Talsohle heraus, wieder **neu** aufzubauen. Dann vielleicht mit neuen Gesetzen, mit neuen Werten, neuen Ideen und auch Hoffnungen.

Ich bin **fest** davon überzeugt, dass Unternehmen die Nachhaltigkeit leben und einen ehrlichen und fairen Weg gehen, die **Zukunft** sind. Das muss aber auch heißen, Mitarbeiter **vernünftig** zu entlohnen, um ihnen ein **akzeptables** Leben zu ermöglichen. Es muss heißen, Kunden ehrlich und fair zu bera-

DARSTELLUNG

ten und ihnen **nicht** das Geld aus der Tasche zu ziehen.
Vor allen Dingen bedeutet es aber auch, sich von Ängsten **frei**
zu machen um diese Zielsetzung **durchzuführen**. Sich selbst
kaputtzusparen ist nicht die Lösung. Viel mehr heißt es Energie
und Kapital **sinnvoll** einzusetzen.

Zum Beispiel auch für Trainingsmaßnahmen oder Beratung.
Wenn für den Betrag von 500,- EUR, die hier eingesetzt
wurden, 1.000,- EUR als Mehrumsatz zurückkommen, dann ist
das schließlich **kein** Verlustgeschäft.

Herzlichst
René Krombholz



15.000,- EURO PRO JAHR ZUSÄTZLICH VERDIENEN!

Der T.I.M. 2022 mit Harald Müller – Lohn heißt auch „Verdienst“ und nicht „Bekommst“!
Strahlende Gesichter in Dinkelsbühl! Die über 70 Teilnehmer des Mitarbeiter-Seminars „Tage der Entscheidung“ waren schon beim Eintreffen wegen der tollen Location **begeistert** und gingen hoch **motiviert** nach dem Seminartag nach Hause! „Ich habe mich voll abgeholt gefühlt!“, „Viele tolle Tipps für die Praxis!“, „Alles sehr locker und humorvoll, aber trotzdem sehr lehrreich vermittelt!“, „Maximal cool!“. So und ähnlich lautete der Tenor der Teilnehmer nach dem **Motivationstag** mit Harald Müller.

„Viele halten uns für verrückt, wenn wir über Bruttolöhne zwischen 3.000,- Euro bis 4.000,- Euro sprechen!“ erklärte der Referent zu Beginn, doch in den folgenden Stunden zeigte er auf, wie „leicht“ dies jedem gelingen kann.

Dabei geht es zunächst um die eigene **Einstellung**. „Bin ich Gestalter oder Spielball meines Lebens?“, Dies ist die erste Frage, die sich dabei stellt. Nur, wenn ich mein Leben nicht selbst in die Hand nehme und mich auf alle andere verlasse, dann darf ich mich nicht beschweren, wenn mein Leben langweilig und erfolglos bleibt. „Man kann die Vergangenheit **nicht** mehr ändern, aber ab **morgen** kann man alles auf neue Beine stellen.“

Jeder Mensch trifft jeden Tag über **20.000 Entscheidungen**, die meisten davon unbewusst. Harald Müller forderte die Teilnehmer auf, die wesentlichen Entscheidungen **bewusst** zu treffen. Gehe ich als Sonnenschein oder als Kotzbrocken in den Tag? Dies legt den Grundstein für einen positiven oder einen verschenkten Tag. Die „Kotzbrocken“ werden in vielen Salons zu den „Herrschern des Pausenraums“ erzählt Harald Müller aus der Praxis in den Salons und viele bestätigten dies mit eifrigem Nicken. Mit dem Lied „Alice“ untermauerte der singende Unternehmensberater zahlreiche Erfahrungen aus seiner beruflichen Praxis zu diesem Thema und das gesamte Gremium stimmte ein: „Alice, Alice who the f... is Alice!“ .

Setzt Du Dir **Ziele**, oder gibt es diese nicht? Wenn Du nicht weißt, wo Du hinwillst, darfst Du Dich nicht wundern, wenn Du nie ankommst. Wenn sich Widerstände in den Weg stellen, bleibe lösungs- und nicht problemorientiert. Viele Menschen gehen den Herausforderungen des Alltags aus dem Weg „Das funktioniert sowieso nicht!“ . So bewegt man sich jedoch **nicht** aus seiner Komfortzone und lernt nichts dazu. „Wachstum findet immer außerhalb der Komfortzone statt!“, zeigte der Trainer auf. „Frag Dich **immer**, wie es gehen könnte!“ .

Auch rief der Trainer auf, echtes **Teamwork** zu betreiben: „Nutze Assistenz, so gewinnen alle!“, kommuniziere nicht „hinterum“, sondern löse Deine Probleme immer direkt mit den Menschen, die es betrifft.

Danach stand die **Beratung** im Mittelpunkt: Bist Du „Schönheitsberater“ oder „Schneidesklave“? Führst Du nur das aus, was angemeldet ist oder bringst Du Dich als Berater ein und lässt Deine Kunden auch zuhause nicht im Stich? Immer wieder zeigte der Trainer Situationen auf, bei denen sich die Teilnehmer selbst ertappen konnten, wie sie im Alltag – unbewusst – sich für den vermeintlich einfacheren Weg entscheiden, aber dadurch nicht vorankommen.

Definiere Deinen **Anspruch**: „Tarif- oder Spitzenlohn?“ Nur wer sich hier klare **Ziele** steckt und mehr sein will als nur Durchschnitt, der wird auch **Überdurchschnittliches** erreichen! Wichtig ist es, sich all dieser Entscheidungen **bewusst** zu sein und **entschlossen** die Dinge anzupacken. Wie es dann in der Praxis, leichter, spielerischer und schneller umgesetzt werden kann, zeigte der Coach mit seinen abschließenden 20 Tipps auf. -Siehe nächste Seite.-



15.000,- EURO PRO JAHR ZUSÄTZLICH VERDIENEN!

-FORTSETZUNG-

- *Wie stellst Du Sympathie her?*
- *Wie ist es um Dein Outfit, um Deine Performance im Alltag bestellt?*
- *Wie gut bist Du in der Beratung?*
- *Wie bekommen Deine Kunden Komplimente?*
- *Leben unsere Kunden nach dem Salonbesuch weiter und wenn ja, kümmere ich mich darum?*
- *Was bringen Nachtermine?*
- *Wie kannst Du Deine Auslastung steigern?*
- *Wie gewinnst Du Neukunden?*
- *Sei Deinen Preis wert und kassiere immer die richtigen Preise!*
- *Setze Deine Ziele!*
- *Gehe sorgsam mit Deiner Zeit um und beachte die Rhythmen!*
- *Erstelle Fotos Deiner Arbeiten und nutze die digitalen Medien!*
- *Nutze Deine Chancen konsequent!*
- *Wie verbessere ich mein Trinkgeld?*
- *Bleibe neugierig auf Weiterentwicklung!*

UND VERGESSE NIE: „DURCHSCHNITT
MACHT NICHT SEXY!“

„All die aufgezählten Punkte machen Freude und Spaß, sind nicht langweilig, fordern Eure Kreativität und sorgen dafür, dass Euch alles zufliegt!“, versprach der Trainer zuletzt: „Wenn Du konsequent am Ball bleibst, kannst Du es gar nicht verhindern: ER FOLGT!“

Herzlichst
Harald Müller



Nivea



PURPURWOLKE

Der neue Trendduft auch als Haarparfum!

Lassen Sie sich fallen auf ein samtweiches Wolkenbett,
auf dem Sie der Duft der Purpurwolke geborgen umhüllt.



NEWSLETTER – DAS TOOL FÜR DEIN E-MAIL-MARKETING

Hast Du in Deinem Kassensystem fleißig die Mail-Adressen Deiner Kunden hinterlegt, kannst Du sie **regelmäßig** per Newsletter ganz einfach erreichen. Denn diese Kunden spiegeln **genau** Deine Zielgruppe wider. Sie freuen sich, von Dir zu lesen und genau für sie sind Deine **Newsletterinhalte** gemacht. Das ist Deine Möglichkeit, außerhalb vom Salon, direkt mit ihnen in Kontakt zu bleiben und nicht nur über Social Media mal gesehen zu werden.

Wir haben hier tolle Tipps für Dich aus der Kombination der besten Hände, SCHAEFER DIGITAL und SCHAEFER GRAPHICS.

Legen wir **gemeinsam** los:

1. Wo sehe ich, wer und wie viele Kunden eine Mail-Adresse angegeben haben?
 - a) Starte Victory.
 - b) Button bei Auswertung „Marketing“ drücken.
2. Wie erstelle ich die Newsletter-Versandliste?
 - a) Kundenselektion: Hier kannst Du nach Zeiträumen, Stammbediener etc. selektieren, oder Du exportierst die gesamte Liste und bearbeitest bzw. filterst diese in Excel.
 - b) Hast Du die Liste exportiert, filterst Du alle Kunden heraus mit E-Mail-Adresse, speicherst sie ab und lässt sie uns zukommen.

Gerne übernimmt dies Victory für Dich.

Als FSC-Kunde von Schaefer Digital übernehmen wir für Dich die Listenerstellung und den Versand eines Newsletters völlig kostenfrei.

Bei Support Kunden verrechnen wir 200,- EUR für diese Dienstleistungen.

3. Welche Dateien benötige ich für den Newsletter-Versand außerdem?
 - a) **Header** – die Kopfzeile: gleichbleibender Bestandteil, bspw. mit Firmenlogo & Slogan
 - b) **Hauptteil**: Newsletter-Inhalt
 - c) **Footer** – die Fußzeile: gleichbleibender Bestandteil, u.a. Social Links, Firmenname, Unternehmensform und ganz wichtig: Der Abmeldelink (laut DSGVO)

Gerne übernimmt die Erstellung und Gestaltung deines Newsletters die **Schaefer Graphics** für Dich.

Das Auge liest immer mit - *Tipps aus der Graphics:*

- Wähle einen aussagekräftigen Betreff und vermeide „Spam Wörter“ wie „Rabatt“.
- Halte Dich möglichst kurz! Konzentriere Dich auf das Wesentliche, was du Deinen Abonnenten mitteilen möchtest und überfordere sie nicht mit unnötig langen Texten. Der sogenannte „Whitespace“ ist hier ein must-have!
- Benefits bewegen zur Handlung: Füge einen Call-to-Action Button mit Verlinkung zur entsprechenden Website ein.
- Achte auf qualitative Bildwelten: Hierbei gilt, dass ein Bild ca. 800 Pixel breit sein soll.

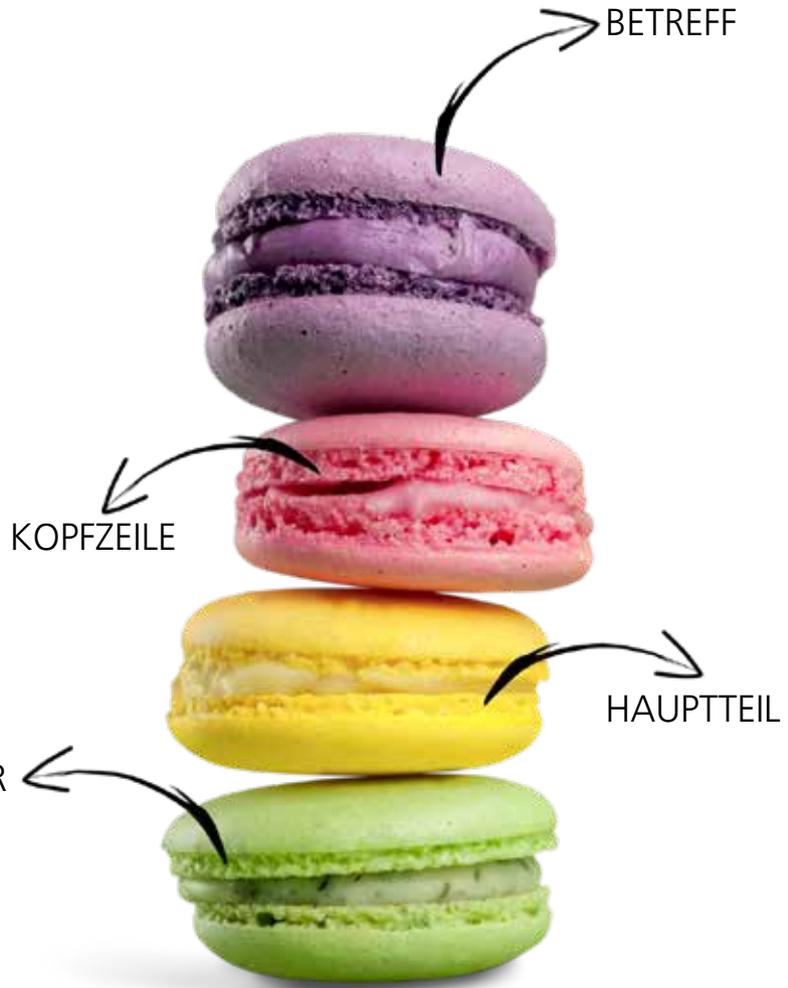
4. Über was soll ich denn schreiben?

- Mitarbeitervorstellung / Mitarbeiterjubiläum / Salonjubiläum
- Weiterbildung von Mitarbeitern und Gratulation zu den bestandenen Prüfungen
- Vorher-Nachher eigener Frisuren
- Teilnahme an Wettbewerben / Erfolge bei Wettbewerben
- Auszeichnungen schulischer Leistungen der Azubis
- Auswertung / Ergebnis Kundenbefragung
- Teilnahme an Shows
- Seminare / Weiterbildung
- Fotos externer Events oder eigener Events
- Aktionen
- Neue Dienstleistungen / Neue Produkte / Neuer Lieferant
- Überarbeitete Homepage / Hinweis auf Fanpage bei Facebook und Instagram / Hinweis auf Online-Timer

RUF UNS GERNE AN!
WIR FREUEN UNS AUF
DEINEN ANRUF!

SCHAEFER DIGITAL
09843/989-333

SCHAEFER GRAPHICS
09843/ 989-260



P.S.: Wie wäre ein Newsletter zu Deiner bevorstehenden Weihnachtsaktion?

SEMINARTERMINE 2022 D/CH



CHEFSEMINAR I

23.10.–25.10. in Dinkelsbühl

CHEFSEMINAR II

20.11.–21.11. in Oberdachstetten

BERATUNG & KOMMUNIKATION I

23.10.–24.10. in Oberdachstetten

SHIATSU

13.11. in Oberdachstetten

LEICHTFÜSSER

06.11.–07.11. in Dinkelsbühl

SCHWEIZ:

BERATUNG & KOMMUNIKATION I

06.11.–07.11. in Eich

EVENTS:

KONGRESS 2023

18./19.06. im Meiser Design Hotel
in Dinkelsbühl/D

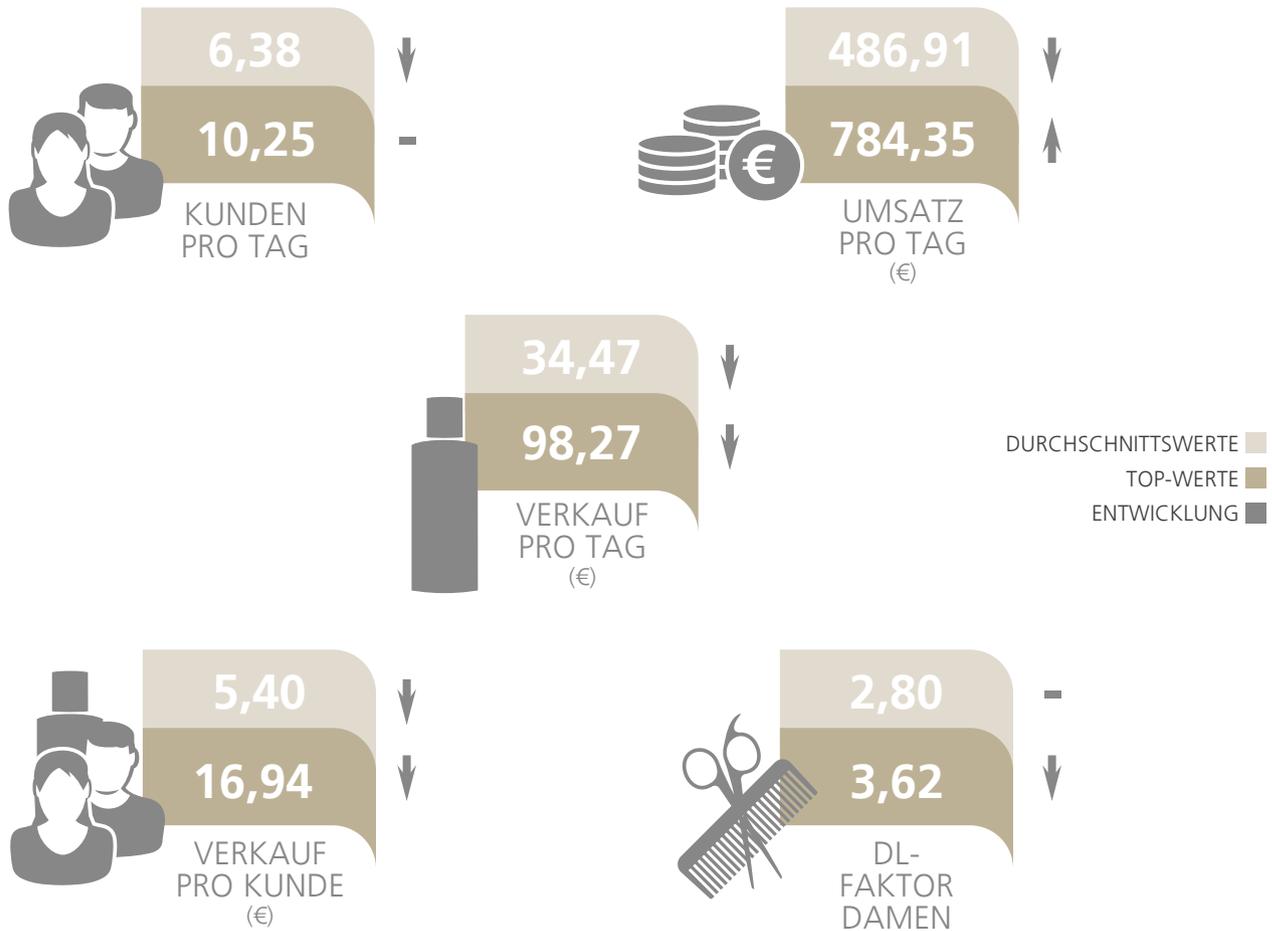
T.I.M. 2023

17.09. im Meiser Design Hotel
in Dinkelsbühl/D

Anmeldung unter: Tel.: +49 (0) 9845 / 989 100 ■ info@schaefer-academy.com ■ schaefer-academy.com  

ZAHLEN IM EINBLICK

WISSENSWERTES



*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 September 2022.



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

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: © Mike Orlov / Adobe Stock

S. 9: © shuravi07 / Adobe Stock

S. 13: © gelilewa / Adobe Stock

S. 17: © dimakp / Adobe Stock