

Mit runderneuertem Salon-Konzept gegen neuartige Konzept-Salons!

Kurt Bliss & Elfriede Schwörer

Es kommt immer wieder vor, dass Menschen oder Unternehmen durch innere oder äußere Umstände in Bedrängnis kommen, vor schwierige Entscheidungen gestellt sind oder gar auf eine existenzielle Bedrohung angemessen reagieren müssen.

Oft sind dies auch Situationen, in denen Menschen oder Unternehmen die Gefahrenzeichen nicht rechtzeitig erkannt haben oder nicht erkennen wollten, weil dieses Erkennen Aktivitäten erfordert, die innere Überwindung kosten, sehr anstrengend sein können oder das zu erwartende Ergebnis sehr ungewiss ist. Und dann einfach nichts getan wird.

Die derzeitige Entwicklung im Friseurmarkt kann für viele Einzelunternehmer tatsächlich zu einer existenziellen Bedrohung werden, wenn sie ein paar Dinge nicht wirklich ändern und sich für ihre Kunden entsprechend neu und anders präsentieren.

Diese Bedrohung ist deshalb so akut, weil etwas, was in Deutschland jahrzehntelang nicht funktioniert hat, auf einmal wie von selbst läuft: Pfliffige Friseurunternehmer, vereint mit Profi's aus dem Marketing, der Betriebswirtschaft oder der Zulieferindustrie haben ihr Konzept beschrieben, getestet und Kollegen gefunden, die das Konzept gekauft und anscheinend damit auch Erfolg haben.

„Konzept-Salons“ mit Namen wie Hairkiller, C & M Company, Unisex, usw. haben sich in windeseile über ganz Deutschland hinweg etabliert, sind weiter auf dem Vormarsch, machen den individuell starken Einzelkämpfern das Leben schwer und nehmen den „Salon-Konzept-losen“ auf Dauer die Lebens-Chancen.

Nun ist sicher jede Einzelkämpfer-Ausgangs-Situation etwas „anders als bei allen Anderen“. Dem entsprechend wird auch die Antwort auf die Herausforderung bei jedem der Einzelkämpfer-Unternehmer eine andere sein müssen.

Oft haben solche Bedrohungen in Umbruchzeiten jedoch etwas Gemeinsames: Sie machen Angst und blockieren dadurch – unter anderem – das Finden von konstruktiven Antworten auf diese Bedrohungen.

Wenn bei Ihnen in letzter Zeit auch manchmal solche difusen Angstgefühle hochkommen, wenn Sie an die gegenwärtige Lage im Friseurhandwerk und besonders, wenn Sie an die Zukunftsaussichten Ihres Unternehmens denken, dann gibt es ein paar ganz konkrete Befreiungs-Schritte, um diesen Zustand aufzuheben und Ihre Energien wieder in produktive Bahnen fließen zu lassen.

Der erste Schritt ist immer:

Erstellen Sie eine Bestandsaufnahme über den derzeitigen Zustand Ihres Unternehmens.

- Dazu überprüfen Sie als erstes die 5 wichtigsten Leistungskennzahlen Ihres Unternehmens.

Wie ist die Umsatz-Entwicklung? Die Kosten-Entwicklung? Die Gewinn-Entwicklung?

Welche Entwicklung zeigt sich bei der Zahl der Bedienungsfälle? Welche Entwicklung zeigt die Neukunden-Statistik?

Diese Bestandsaufnahme ist relativ schnell und einfach zu erstellen, wenn diese Daten bei Ihnen einigermaßen geordnet vorhanden sind. Richtig aussagekräftig wird diese Bestandsaufnahme natürlich erst dann, wenn Sie diese Zahlen

mindestens 2 noch besser 3 Jahre zurückverfolgen und neben einander stellen können.

- Manchmal werden diese Kennzahlen durch massive äußere Einwirkungen beeinflusst und müssen bei einer Bestandsaufnahme entsprechend beachtet werden.

Zum Beispiel:

- Die Straße vor Ihrem Geschäft wird seit Monaten erneuert und die Kunden können Sie nur über große Umwege erreichen?
- Zwei Ihre starken Mitarbeiterinnen sind gleichzeitig schwanger geworden und fallen für längere Zeit aus?
- Eine starke Mitarbeiterin hat gekündigt und sich im Einzugsgebiet selbständig gemacht?

Wenn Sie jetzt 3 mal sagen mussten „ja, so ist es“, dann sind Sie in einer bedauernswerten Situation, die nicht ohne Einfluß auf die Kennzahlen bleiben kann. Aber Sie wissen jetzt auch, warum die Kennzahlen ein solches Bild zeigen und dass Sie jetzt aktiv werden müssen.

Wenn Sie dagegen 3 mal mit „nein, trifft bei mir nicht zu“ geantwortet haben und Ihre 5 wichtigsten Leistungskennzahlen zeigen trotzdem eine rückläufige Tendenz, dann ist das eine bedenkliche Situation. Auch wenn Sie eventuell ins Feld führen können, dass sich die Konkurrenz-Situation durch Neueröffnungen im Billigsektor dramatisch verändert hat. Damit werden Sie in naher Zukunft leben müssen.

Egal ob „bedauernswert“ oder „bedenklich“, wenn Ihnen Ihr Steuerberater nach dieser Bestandsaufnahme nicht dazu rät, die Insolvenz anzumelden, dann haben Sie alle Chancen aus dieser Talsenke auch wieder herauszukommen.

Auch wenn Sie der Einblick in den Zahlenspiegel Ihres Unternehmens sehr betroffen gemacht hat, ist **dieser gewonnene Überblick der unerläßliche erste Schritt**, um diese difuse Angst vor der Zukunft abschütteln zu können und die ersten Schritte aus der Talsohle in Erwägung zu ziehen.

Und der nächste Schritt, den wir Ihnen jetzt empfehlen ist: **Besinnen Sie sich auf Ihre Stärken und bringen Sie diese Stärken neu ins Spiel.**

- ☞ Stärken sind etwas, was Sie und Ihr Team besonders gut können.
- ☞ Stärken sind etwas, was Sie und Ihr Team besonders gern tun.
- ☞ Stärken sind Leistungen, bei denen Ihnen Ihre Kunden immer wieder mal zu verstehen geben: „Das schätze ich besonders an Ihnen und/oder an Ihren Mitarbeiter oder an Ihrem Salon“.
- ☞ Stärken zeigen sich auch dadurch, dass bestimmte Dienstleistungen durch Ihre Kunden überdurchschnittlich nachgefragt werden.
- ☞ Stärken verbergen sich auch in Leistungen, mit denen Sie in der Vergangenheit richtig erfolgreich waren.

Die hier aufgeführten Stärken sind die Qualitäten Ihres Teams, Ihres Salons und auch Ihre persönlichen Stärken im Rahmen Ihres Teams.

Sich auf Stärken besinnen ist manchmal einfacher gesagt als getan. Denn wenn ich mich, durch die eingangs aufgezählten Entwicklungen, in diesem Zustand der difusen Angstblockaden befinde, kann es durchaus sein, dass mir in dieser Stimmungslage momentan gar keine besonderen Stärken meines Salon mehr einfallen.

Klaus Kobjoll, der erfolgreiche Hotelier aus Nürnberg, gibt im Zusammenhang mit einer Optimierung der persönlichen Beziehung zu den Gästen, die Empfehlung, ausgewählten Fan's des eigenen Hauses, zwei einfache Fragen zu stellen, um die Hauptberührungspunkte herauszufinden.

Übersetzt auf den Friseur lauten diese Fragen an den Fan Ihres Hauses etwa so:

- Eine Freundin (oder ein Freund) würde Dich fragen, ob Du einen guten Friseur für sie kennst. Würdest Du uns dann empfehlen?
- Wenn sie Dich dann fragt, was ist da anders: Was würdest Du Deiner Freundin dann erzählen?

Klaus Kobjoll erklärt dann weiter, dass die Befragung von 25 Fan's völlig ausreicht, um die „Hauptberührungen“ herauszufinden. Einmal im Jahr wird diese Befragung im Schindlerhof in Nürnberg durchgeführt. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse fließen dann immer wieder ganz gezielt in die Aktivitäten zur Verbesserung der Qualitäten in den verschiedensten Bereichen ein.
Soweit Klaus Kobjoll.

Könnten diese einfachen zwei Fragen auch eine wunderbarer Gelegenheit für Sie sein, um die Stärken Ihres Salons aus der Sicht des Kunden neu zu entdecken?
Überwinden Sie Ihre Zweifel und fangen Sie einfach mit 10 Ihrer größten Fan's mit der Befragung an.
Hören Sie gut hin, eventuell müssen Sie durch ergänzende

Fragen Ihrem Fan helfen sich zu artikulieren, seien Sie auch offen, wenn Ihr Fan so nebenbei den einen oder anderen Verbesserungsvorschlag vorbringt und registrieren Sie diesen.

Wir versprechen Ihnen,

- ☞ wenn Sie derzeit in dem Stadium sind *„ich habe Mühe, noch etwas Gutes an meinem Laden zu finden“*, werden Sie nach diesen Interviews erkennen, dass es Kunden gibt, die dies ganz anders sehen und Sie werden auch erkennen, dass Sie mit diesen neu entdeckten Stärken, trotz aller Einflüsse von draußen, sehr gute Chancen haben, Ihre individuelle Eigenständigkeit zu erhalten, wenn Sie sich künftig verstärkt auf die Umsetzung Ihrer Stärken konzentrieren.
- ☞ wenn Sie derzeit in dem Bewußtsein sind *„eigentlich mach ich alles Menschenmögliche, aber die Ergebnisse sind eher bescheiden und unbefriedigend“*, dann werden auch Sie ein paar wichtige Aha-Erlebnisse bei Ihren Interviews haben und mit gestärktem Selbstvertrauen Ihre Aktivitäten noch mehr auf die neu erkannten Stärken ausrichten wollen.

Klar ist, Sie schöpfen neue Energie und neuen Optimismus aus dieser Aktivität der Fan-Befragung. Klar ist jedoch auch, dass Sie diese neu gewonnene Kraft jetzt auch nutzen müssen, um die erkannten Stärken so ins Spiel zu bringen, dass sich daraus Erfolg entwickelt, der in den 5 wichtigsten Kennzahlen sehr bald sichtbar werden wird.

Haben Sie noch Fragen?

Für aktive Marktlücke-Leser findet die alljährliche „Arena“ am 11./12. November 07 in Frankfurt statt. Thema, unter anderem, „Salon-Konzept oder Konzept-Salon?“ Anmeldung und Informationen über den **elithair Management Service** in Lahr Tel. **07821/ 98 30 30** oder email: elfriede.schwoerer@elithair.com.