

WELLA

# EVA ErfolgsVergleichsAnalyse



## PANEL - Der Dienstleistungsvergleich

1. Tertial - 2. Tertial 2019

Salon

Haarmacher

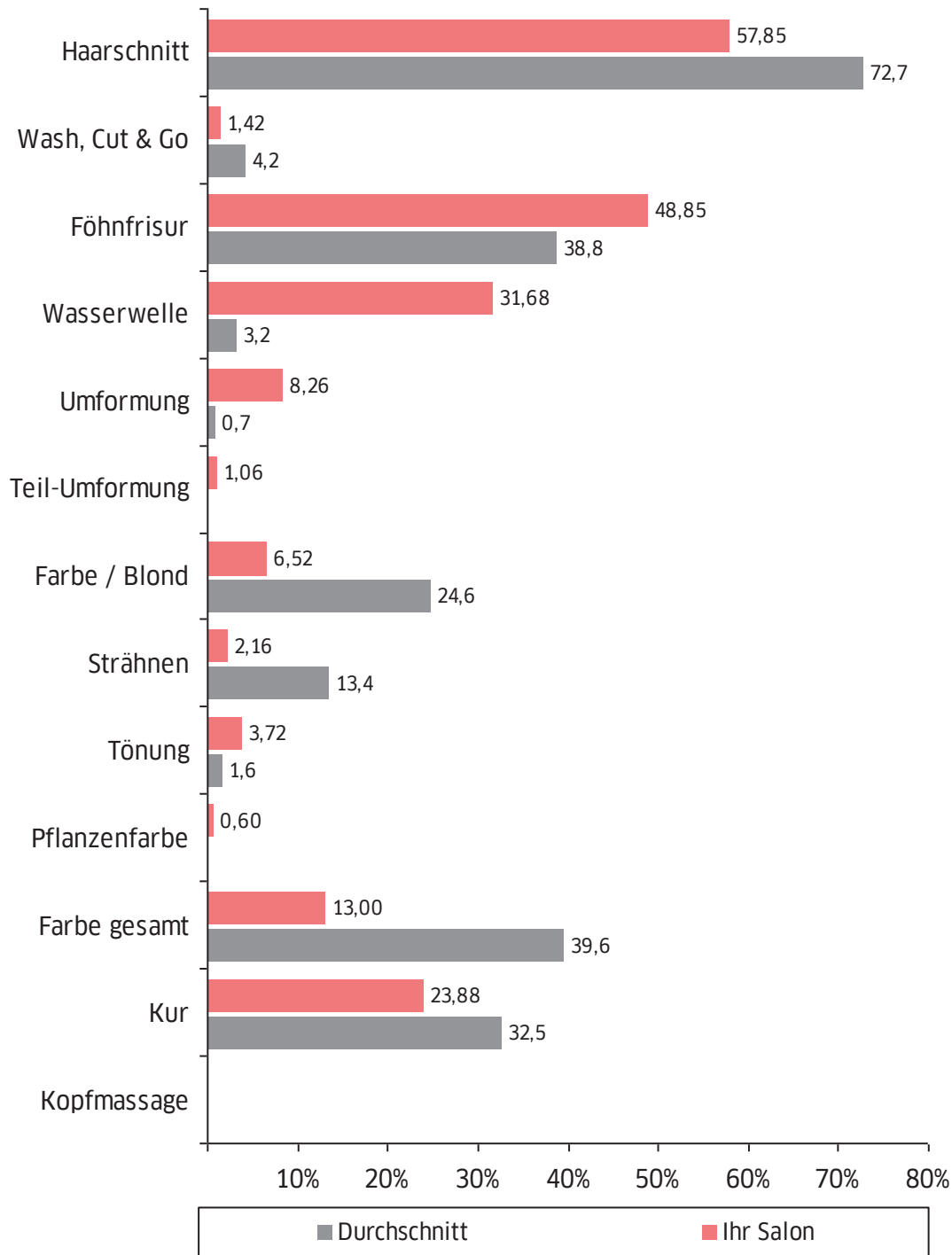
## Inhaltsverzeichnis:

<b>1. Anteile der Dienstleistungen in Ihrer Umsatzgrößenklasse</b>	<b>3</b>
* Damensalon	3
* Herrensalon	4
<b>2. EVA Dienstleistungsvergleich aller Teilnehmer</b>	<b>5</b>
* Basis-Dienstleistungen im Damensalon	5
* Farbverändernde Dienstleistungen im Damensalon	6
* Sonstige Dienstleistungen im Damensalon	7
* Basis-Dienstleistungen im Herrensalon	8
* Sonstige Dienstleistungen im Herrensalon	9
<b>3. Umsatz pro Kunde in Ihrer Umsatzgrößenklasse</b>	<b>10</b>
<b>4. Kundenzahlen pro Arbeitstag pro Mitarbeiter in Ihrer Umsatzgrößenklasse</b>	<b>11</b>
* Neukundenentwicklung in Ihrer Umsatzgrößenklasse	12
<b>5 Dienstleistungsfaktor in Ihrer Umsatzgrößenklasse</b>	<b>13</b>
* Damensalon	13
* Herrensalon	14
<b>6. Gesamtüberblick der Ergebnisse in Ihrer Umsatzgrößenklasse</b>	<b>15</b>
* Damensalon	16
* Herrensalon	17
<b>7. Allgemeiner Hinweis</b>	<b>18</b>

# 1. Anteile der Dienstleistungen in Ihrer Umsatzgrößenklasse ( 125-175 t€ )

## Damensalon

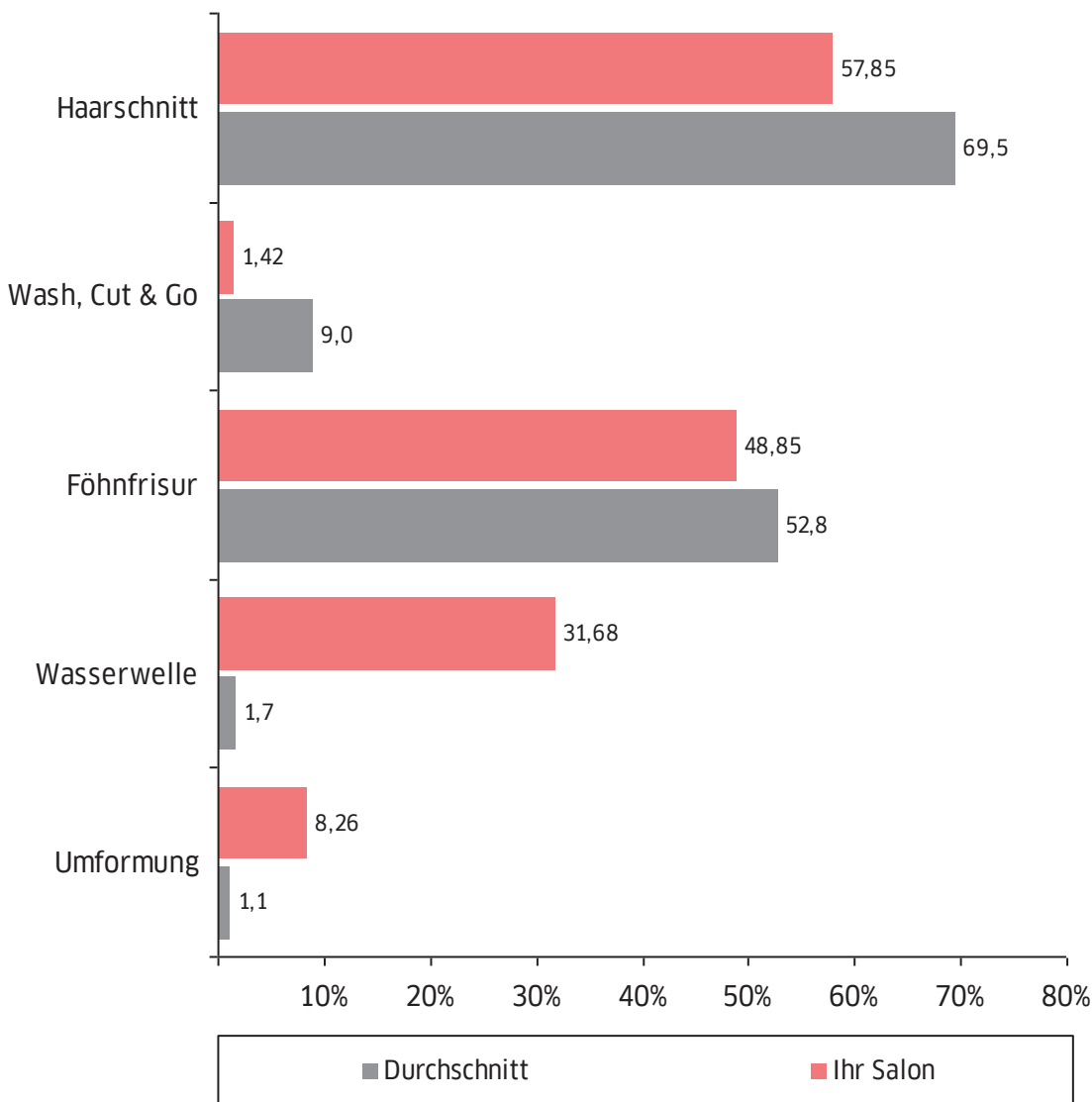
Um geeignete Maßnahmen im Friseursalon durchsetzen zu können, ist es sinnvoll zu wissen, wo die Stärken und Potenziale des Salons liegen. Hier zeigen wir Ihnen, in welchen Dienstleistungen die Stärken Ihres Friseursalons liegen und wo eventuell noch Potenziale vorhanden sind.



## 2. Dienstleistungsvergleich aller Teilnehmer

In den nachfolgenden Abbildungen haben wir die Dienstleistungsanteile Ihres Unternehmens den durchschnittlichen Anteilen aller EVA Dienstleistungsvergleich-Teilnehmer gegenübergestellt.

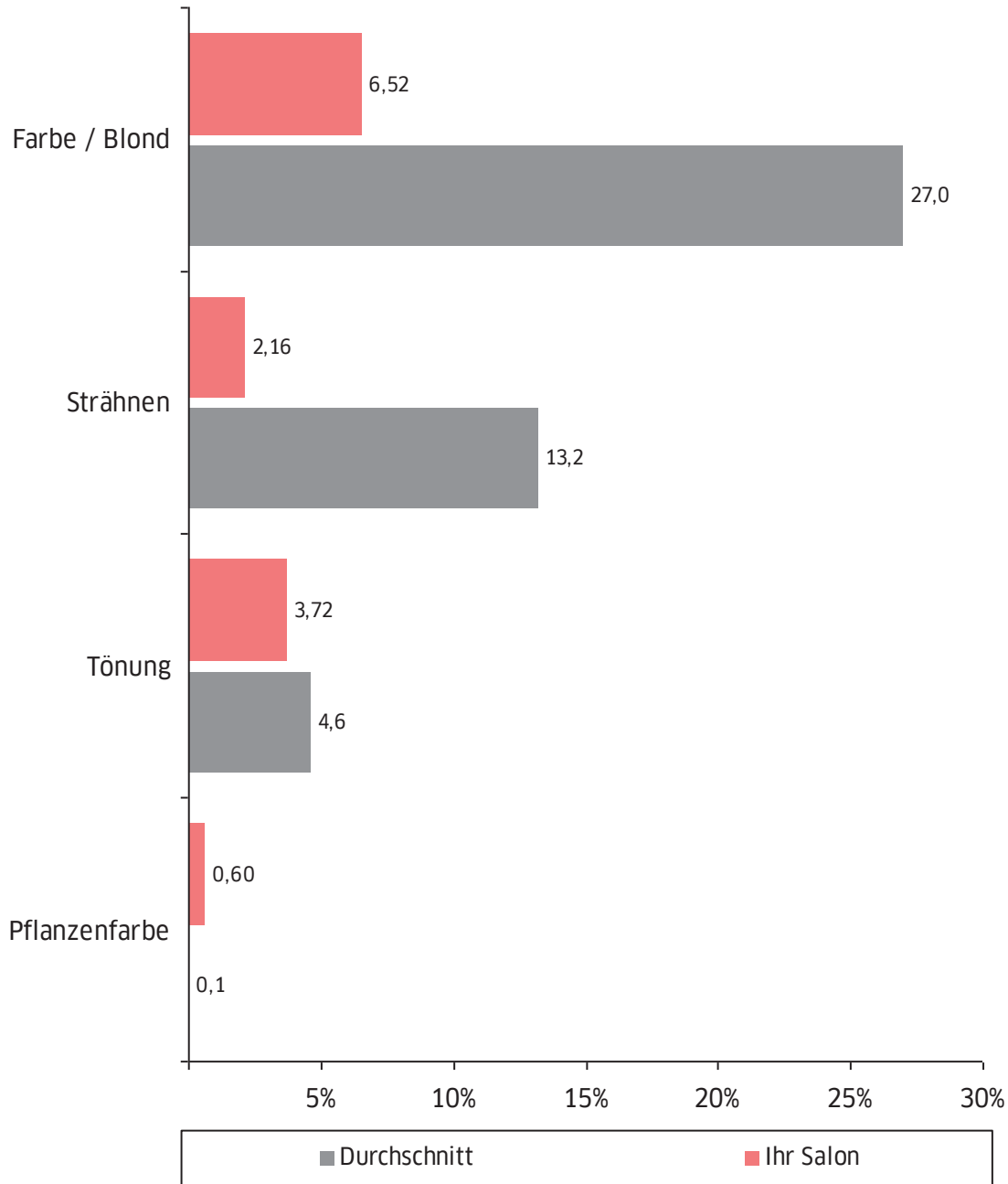
### Basis-Dienstleistungen im Damensalon



Basis dieser Grafik sind die EVA Dienstleistungsvergleich-Teilnehmer aller Umsatzgrößenklassen. Dies bedeutet, dass hier unterschiedliche Salongrößen betrachtet werden. Damit bekommen Sie einen Überblick, welche Bandbreiten bei den einzelnen Dienstleistungsarten im gesamten Markt vorhanden sind. Da es sich hier um Grenzwerte der einzelnen Dienstleistungsarten handelt, ist es sinnvoll, dass Sie den Durchschnittswert Ihrer Umsatzgrößenklasse (Seite 3/4) für den direkten Vergleich nicht aus den Augen verlieren.

## 2. Dienstleistungsvergleich der Teilnehmer

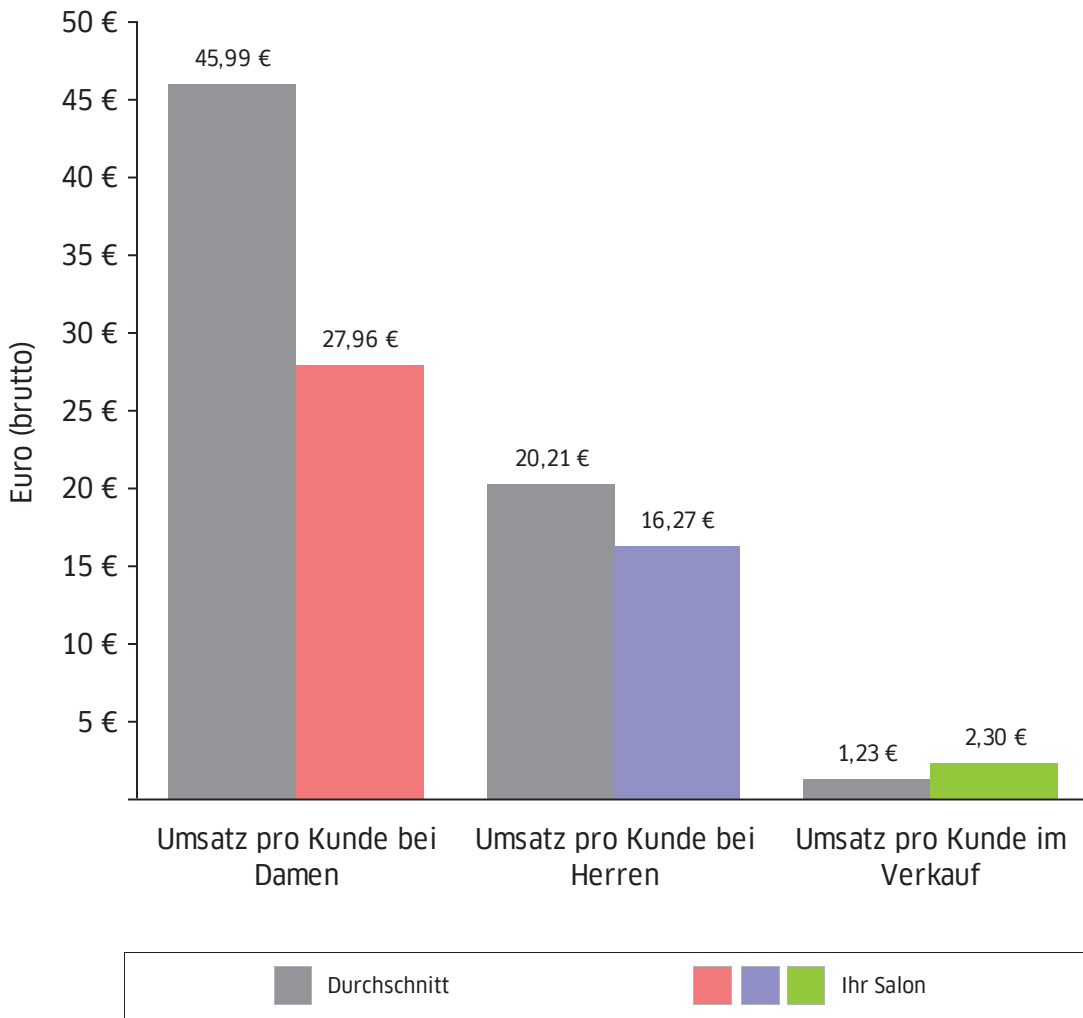
### Farbverändernde Dienstleistungen im Damensalon



Diese Abbildung zeigt Ihnen die einzelnen Anteile der Farbdienstleistungen. Unabhängig von der Umsatzgrößenklasse sind die durchschnittlichen Anteile an Farbdienstleistungen Ihrem Salonanteil gegenübergestellt. Für den direkten Vergleich in Ihrer Umsatzgrößenklasse finden Sie die jeweiligen Farbanteile auf Seite 3. Hier ist auch die Summe Ihrer Farbdienstleistungen unter „Farbe gesamt“ ausgewiesen.

### 3. Umsatz pro Kunde in Ihrer Umsatzgrößenklasse ( 125-175 t€ )

Um die Salonumsätze einzelner Bereiche miteinander vergleichen zu können, wurden die Ergebnisse auf die Zahl der Kunden im Damensalon, Herrensalon und im Verkaufsgeschäft herunter gerechnet. Anhand dieser Leistungskennzahlen können Sie direkt erkennen, wie viel Sie und Ihre Mitarbeiter im Vergleich zu den anderen EVA Dienstleistungsvergleichsteilnehmern in Ihrer Umsatzgrößenklasse erwirtschaftet haben.

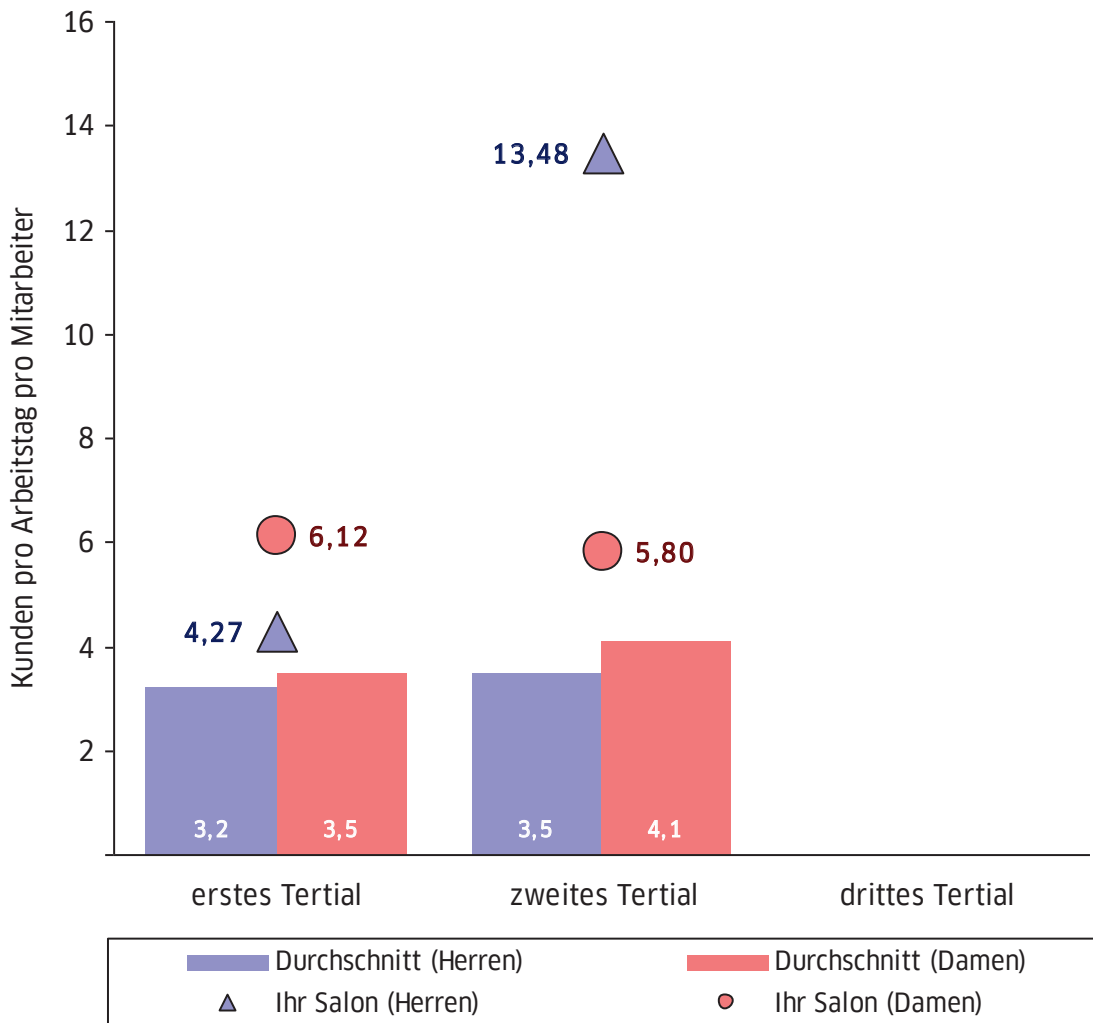


Diese Darstellung kann für einen direkten Mitarbeitervergleich genutzt werden. Errechnen Sie diese Leistungskennziffern ebenso für die einzelnen Mitarbeiter und vergleichen Sie diese mit Ihrem Salondurchschnitt. Basis ist die jeweilige Kundenanzahl des Mitarbeiters. Diese Leistungskennziffer ist ein wichtiger Informationsfaktor, da er einen Vergleich Ihrer Teammitglieder direkt aufzeigt - unabhängig ob es sich um eine Voll- oder Teilzeitkraft handelt. Weitere Informationen für die Berechnung der jeweiligen Leistungskennziffern erhalten Sie im Anhang der ersten Jahres- bzw. Neukunden-Zusendung.

Mit dem Vergleich der einzelnen Tertiale erhalten Sie Hinweise auf die Wirksamkeit von vorangegangenen Werbeaktionen und Schulungsmaßnahmen. Überprüfen Sie zum Beispiel die Mitarbeiterumsätze pro Kunde, die Kunden pro Tag etc.

## 4. Kundenzahlen pro Arbeitstag in Ihrer Umsatzgrößenklasse ( 125-175 t€ )

Diese Grafik stellt dar, wie sich im Verlauf eines Jahres die Gesamt-Kundenzahl Ihres Friseursalons (Neu- und Stammkunden) pro Arbeitstag im Vergleich zu anderen EVA Dienstleistungsvergleich-Teilnehmern in Ihrer Umsatzgrößenklasse entwickelt.



Die Kundenzahlen pro Arbeitstag pro Mitarbeiter werden je Tertial dargestellt.

Falls einzelne Tertialsbalken nicht abgebildet sind, so haben Sie

- eventuell nicht zu Beginn eines Geschäftsjahres an EVA der Dienstleistungsvergleich teilgenommen
- unregelmäßig Daten eingeschendet.

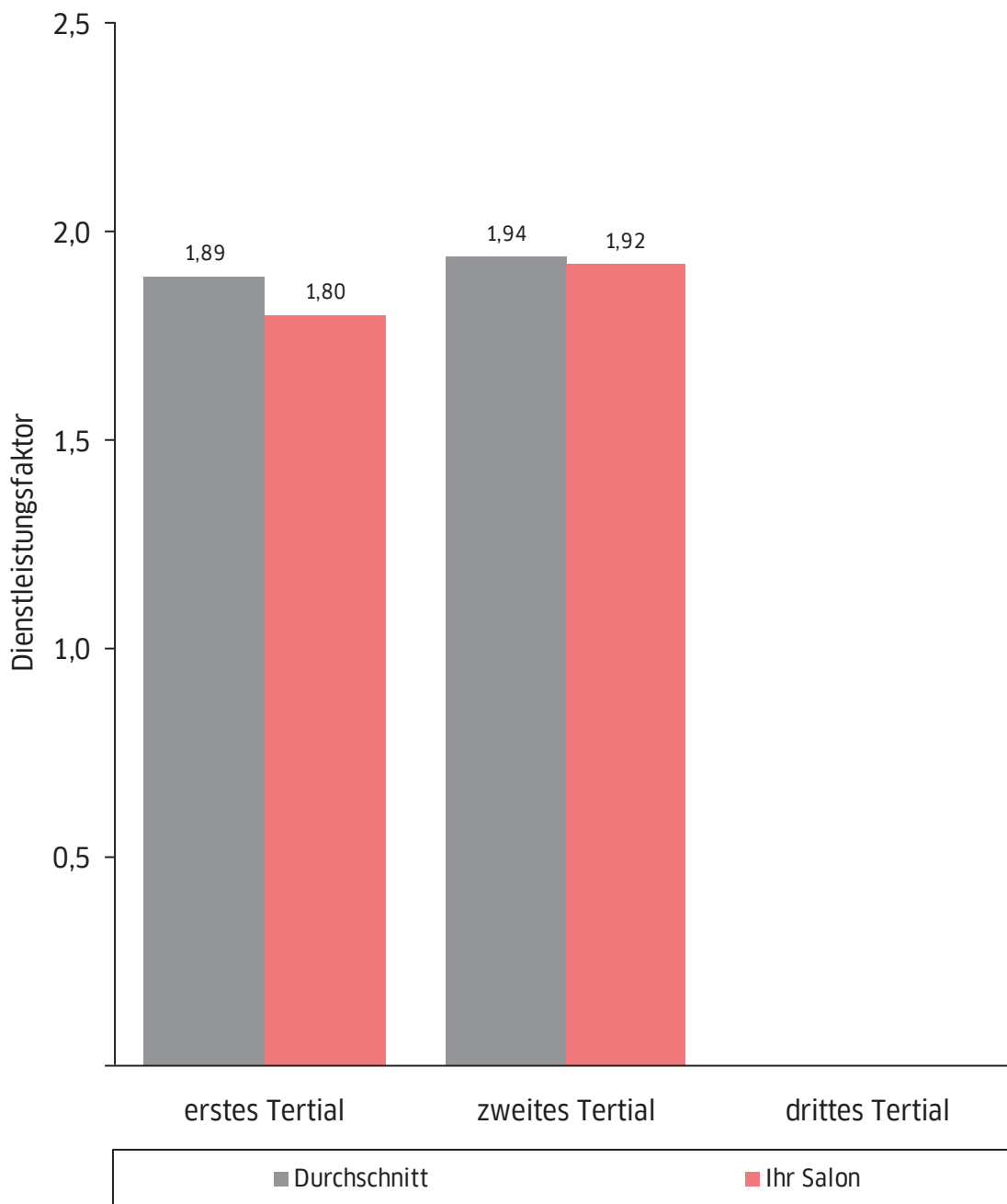
Nutzen Sie auch diese Leistungskennziffer, um Ihre Mitarbeiter direkt vergleichen zu können. Basis sind die jeweiligen Arbeitstage der Mitarbeiter in dem einzelnen Salonbereich. Weitere Informationen zur Berechnung dieser und anderer Leistungskennziffern finden Sie im Anhang der Jahreserst- bzw. Neukundenzusendung.

Weiterhin zeigt Ihnen diese Gegenüberstellung, inwieweit die Veränderungen Ihrer Kundenzahlen mit allgemeinen saisonalen Schwankungen/Trends parallel verlaufen. Wollen Sie bspw. die Wirksamkeit einer vorher durchgeführten Werbeaktion überprüfen, eignen sich diese Leistungskennziffern als passendes Controlling-Instrument.

## 5. Dienstleistungsfaktor in Ihrer Umsatzgrößenklasse ( 125-175 t€ )

Der Dienstleistungsfaktor gibt an, wie viele Dienstleistungen in Ihrem Friseursalon im Durchschnitt pro Kunde durchgeführt werden. Die folgenden Abbildungen zeigen die Tertiäre Entwicklung Ihres Damen- und Herrensalons im Vergleich zum Durchschnitt aller EVA Dienstleistungsvergleich-Teilnehmer in Ihrer Umsatzgrößenklasse.

### Damensalon





## Leistungskennzahlen in Ihrer Umsatzgrößenklasse 125.000,00 € bis 175.000,00 € im Damensalon

DAMEN SALON	Ihre Salondaten				EVA-Werte	
	Tertiale in %			Tertiale gesamt in %	Anteile für 1.- 2. Tertial 2019 in %	Abweichung gesamt in %-Punkte
Dienstleistung:	1	2	3			
Haarschnitt	57,6	58,1	-	57,8	72,7	-14,8
Wash, Cut & Go	1,2	1,6	-	1,4	4,2	-2,8
Föhnfrisur	46,7	50,9	-	48,8	38,8	10,0
Wasserwelle	31,1	32,3	-	31,7	3,2	28,5
Umformung	7,6	8,9	-	8,3	0,7	7,6
Teil-Umf.	0,8	1,4	-	1,1	0,0	1,1
Farbe / Blond.	5,9	7,1	-	6,5	24,6	-18,1
Strähnen	2,3	2,0	-	2,2	13,4	-11,2
Tönung	4,0	3,4	-	3,7	1,6	2,1
Pflanzenfarbe	0,2	1,0	-	0,6	0,0	0,6
Farbe gesamt	12,5	13,5	-	13,0	39,6	-26,6
Kur	22,6	25,1	-	23,9	32,5	-8,6
Kopfmassage	-	-	-	-	0,0	0,0
Dienst- leistungsfaktor	1,80	1,92	-	1,86	1,92	-0,06
Gesamtkunden	1065	1113	-	1089	1006	83
Kunden pro Tag *	6,1	5,8	-	5,9	3,8	2,1
Neukunden- anteil in %	4,0	4,6	-	4,3	5,5	-1,2
Umsatz brutto pro Kunde	26,85	29,02	-	27,96	45,99	-18,03

\* pro Mitarbeiter

## **Allgemeiner Hinweis:**

Wir weisen Sie darauf hin, dass diese Beratungsunterlagen vertraulich zu behandeln sind und nicht ohne die Genehmigung durch Wella - auch nicht auszugsweise - weitergegeben werden dürfen. Die Analyse wurde aufgrund der uns zur Verfügung gestellten Unterlagen, sowie der uns erteilten Auskünfte nach bestem Wissen und Gewissen erstellt und umfasst diejenigen Hinweise, die wir unter den gegebenen Umständen für erforderlich hielten. Für die Richtigkeit übernehmen wir keine Haftung. Rechtsansprüche aus der Beratung können weder gegen den Berater noch gegen Wella geltend gemacht werden.

Bei Fragen bitten wir Sie, sich mit uns in Verbindung zu setzen.

Leutershausen, 14. Jan. 2020

**Kennziffer/Kundennr: 900001**