

SPC-REPORT

# EinBlick

August/September 2018 | N° 322

Wir suchen Mitarbeiter ...

Chefgedanken

Zu viele Kunden?

Sichtweisen

Wunschliste  
der Mitarbeiter

Darstellung

Der Kunde ist  
doch kein König!

Neuheit

# Wir suchen Mitarbeiter ...

... lese ich an ganz vielen Friseursalons beim Vorbeischlendern. Und auch in vielen **Gesprächen** mit Unternehmern nimmt dieses Thema immer mehr Raum ein. Sätze, wie z. B. „Es gibt heute kaum mehr Mitarbeiter“ und noch besser „Es gibt heute keine guten Mitarbeiter mehr“ sind von mir oft gehörte **Sätze**.

Grundsätzlich stimmt es, dass die Anzahl der beschäftigten **Mitarbeiter** im Friseurhandwerk rückläufig ist und es stimmt auch, dass weniger junge Menschen insgesamt nachkommen – Stichwort demographischer **Wandel** – und dementsprechend weniger Azubis im Friseurhandwerk beschäftigt sind. Insofern sind die Aufsteller und Poster in den Schaufenstern und auch diese Aussagen von Friseurunternehmern also auch **nachvollziehbar**!

Ich persönlich habe dazu teilweise eine andere Meinung! Wir müssen **grundsätzlich** nicht darüber diskutieren, dass in einzelnen Salons wirklich Mitarbeiter benötigt werden. Dazu weiter unten mehr. Dies vorausgeschickt muss ich jedoch zur Friseurbranche sagen: Im Friseurhandwerk ist die **Auslastung** bundesweit bei rund 40 %. Wir könnten alle gemeinsam also noch auf die Hälfte der Mitarbeiter verzichten und hätten dann eine fast optimale Auslastung von 80 %.

Wäre dies der Fall, würde es jedem Mitarbeiter in unserer Branche **gut** gehen. Er hätte ein fantastisches Gehalt, hätte auch viel Spaß und eine große Nachfrage seitens der Kunden. Und die **Nachfrage** bestimmt den Preis. Dies kann jeder sehr gut in der Baubranche derzeit feststellen. Lange Wartezeiten auf Handwerker in diesen Bereichen und deutlich gestiegene Preise. Und bei höheren Preisen

ist auch der **Gewinn** des Unternehmens höher – auch der Unternehmer hat damit mehr **Freude**!

Nun ist der **einzelne** Salon, der wirklich jemand benötigt, jedoch nicht die Branche und es hilft diesem Unternehmer auch die oben gemachte Aussage nichts! Was also tun? Seit mehreren Jahren bereits ist es unsere **Empfehlung**, Geld in die Mitarbeiterwerbung zu investieren. In der Vergangenheit wurde das Geld in die Kundenwerbung investiert, diese Zeiten sind vorüber. Aus meiner Sicht müssen Sie einen **Großteil** des Geldes, welches früher in die Kundenwerbung gesteckt wurde, nun in die Mitarbeiterwerbung stecken. Und noch ein Tipp vorneweg: Es darf nicht erst dann in die Mitarbeitersuche investiert werden, wenn es **akut** ist, wenn genau jetzt jemand benötigt wird, weil zum Beispiel ein Mitarbeiter von Ihrem Salon in einen anderen wechselt!

Und damit sind wir bereits beim zweiten Punkt: Es **wechseln** eben auch viele Mitarbeiter häufiger den Salon. Dies ist umso ärgerlicher, wenn dieser Mitarbeiter vor nicht allzu langer Zeit zu Ihnen gekommen ist und sie viel Geld in die Weiterbildung **investiert** haben. Nun wäre der Mitarbeiter dann endlich auf dem **Niveau** und würde auch zum Gewinn beitragen und jetzt wechselt er! Daraus ist aber folglich doch eines abzulesen: Es gibt gut **ausgebildete** Mitarbeiter, die ihren Arbeitgeber wechseln!

Was mich bereits zum nächsten Punkt führt: Was ist ein **guter** Mitarbeiter? Meines Erachtens ist diese Frage leicht zu beantworten. „**Gut**“ im Sinne von ertragreich und viel Umsatz, den er erwirtschaftet? „**Gut**“ in dem Sinne, dass er Kunden mitbringt?

# Chef Gedanken

Oder der zweite Aspekt: Ein guter Mitarbeiter ist ein Mensch, der aufgrund seiner Werte, seiner Vorstellungen, seiner Eigenheiten, seines Auftretens usw. **gut** zu Ihrem Geschäft passt. Nun, es kann aus meiner Sicht nur der zweite Aspekt sein.

Nun ist Ihr Geschäft **einzigartig**! Sie sind individuell! Dem stimme ich zu und frage mich dann, warum sich so viele Stellenanzeigen ähneln. Der **Aufbau** ist ähnlich, o.k. das verstehe ich: Wir sind ..., Sie sind ..., Wir bieten .... Liest man jedoch den Inhalt, so ist von Individualität und Einzigartigkeit meist kaum mehr etwas zu spüren. Und hier will ich nun auch zum **Nachdenken** anregen!

Bitte werden Sie sich im Klaren über die Punkte als Arbeitgeber:

Was zeichnet mich als **Arbeitgeber** aus?

Warum bin ich einzigartig?

Was ist bei mir besonders gut?

An welchen Stellen habe ich Verbesserungspotenzial?

Wann und wie will ich dieses Potenzial bei mir entfalten?



Und noch ein letzter Gedanke: Wie, wann und wo bringe ich diese **Botschaften** dann auch in den Mitarbeitermarkt? Wie, wann und wo bewerbe ich mein Unternehmen und mache es **sexy** für Mitarbeiter, so dass diese Ihnen noch unbekanntem Menschen sagen: Da will ich arbeiten!?

Ich wünsche Ihnen gute Gedanken und viele tolle Mitarbeiter!

Ihr Stefan Dax

Schaefer & Partner Consulting



[www.schaefer-consulting.com](http://www.schaefer-consulting.com)  

# Plötzliche Neukundenflut in den Mandatssalons sorgt für Desinteresse!

Haben Sie Ihren **Fahrplan** für Ihren permanenten Auftritt in den Sozialen Medien parat? Haben Sie genügend **Neukunden**? Scheinbar schon, denn nur so kann ich mir die geringe Teilnahme unserer Mandanten an unserem letzten Webinar „Social Media – Wie Du aus 100 Followern 18.000 machst!“ erklären.

Laut aktuellen Umfragen ist die **Kommunikation** beziehungsweise die Darstellung von Friseursalons über Soziale Medien wie Instagram, Facebook, Pinterest usw. ein wichtiges **Mittel** um unter anderem Neukunden auf den Salon aufmerksam zu machen.

Aus diesem Grund waren wir in Form unseres „**Schaefer-Stündchens**“ am 09. Juli 2018 bei John Breitenbach, Inhaber von John Breitenbach Friseure, in Aschaffenburg zu Gast. Torsten Kowalsky und ich berichteten eine Stunde **live** aus dem Salon. John Breitenbach hat es in den letzten Jahren geschafft fast 19.000 Follower von seiner Instagram-Seite zu **begeistern**.

Im Interview verriet er wichtige **Tricks** und berichtete über seinen Weg und auch zukünftige Pläne und Entwicklungen. Um Neukunden musste sich der Salon in den letzten Jahren keine großen **Gedanken** mehr machen. Einzige Werbepattform hierfür sind und waren die Sozialen Medien, deren Nutzung ja bekanntlich **kostenfrei** ist. Hätte vor zwanzig Jahren jemand ein derartiges Tool auf einem Kongress oder Friseurevent vorgestellt, hätte sich wahrscheinlich jeder gedacht: „Das ist zu **schön** um wahr zu sein!“

Das Interesse an unserem Webinar war aufgrund des Themas groß und wir kamen der 100 Teilnehmer-Marke schnell näher.

Als ich mir die **Teilnehmerliste** genauer ansah, war ich schon doch ein wenig überrascht zu sehen, dass von diesen vielen Teilnehmern nur ein sehr geringer Anteil unserer **Mandanten** dabei war.

Neben dem „**Dauerthema**“ Mitarbeiterfindung beschäftigen sich viele unserer Mandanten auch häufig mit dem Aufbau dieser neuen Mitarbeiter, der Schaffung eines eigenen Kundenstammes, Mehrumsatz, Auslastung, etc. Dies bedeutet natürlich auch Neukunden für den Salon und von den Mitarbeitern zu **begeistern**.

Ich weiß, dass wir sehr gute Arbeit leisten und auch in den von mir betreuten Salons gab es **Highlights** im letzten Monat. So verzeichnete ein Salon beispielsweise 114 Neukunden allein im Juni.

Aber fand diese **Neukundenflut** auch in den 249 anderen betreuten Friseursalons statt? Es muss so gewesen sein, denn ansonsten kann ich mir das geringe Interesse unserer Mandanten an diesem tollen Webinar nicht erklären.

Wir vermitteln Ihnen das neuste **Know-how** und bieten Ihnen als Mandanten an, dies kostenfrei über ein Webinar ins Haus zu liefern. Dennoch gab es so wenige Teilnehmer. Das ist mir **unverständlich**. Kurzzeitig habe ich überlegt für Herbst 2018 ein Webinar mit dem Titel „**STOP!** – Wie werde ich überflüssige Neukunden wieder los?“ mit ins Programm aufzunehmen.

# SichtWeisen

Sollte dennoch der ein oder andere Salon noch um Neukunden ringen, wäre ich sehr **überrascht**! Es wäre ja beinahe so, als wollte man abnehmen und bekommt einen Termin zum Fitness-training sowie einen ausgearbeiteten Ernährungsplan zur Verfügung gestellt um dies zu erreichen – hat aber dann am Termin keine Zeit oder auch keine Lust und an den Ernährungsplan, welcher dekorativ den Kühlschrank zierte, hat man auch keinen Gedanken verschwendet – zeigt sich aber dann überrascht, dass der gewünschte Erfolg **ausbleibt**.

Ihr Frank Greiner-Schwed

Schaefer & Partner Consulting



# Wunschliste der Mitarbeiter

Der Ruf nach höheren Löhnen im Friseurhandwerk wird immer **lauter**. Erstaunlicherweise kommt er weniger von Mitarbeitern als von denen, die sich für Image und Entwicklung in diesem Beruf **stark** machen. Natürlich ist dieses Ziel wichtig und unbestritten. Die Wunschliste der Mitarbeiter zeigt allerdings eine andere **Priorität**: Anerkennung, ein gutes Miteinander im Team und Sicherheit des Arbeitsplatzes sind hier **meist** genannt, aber nicht problemlos umzusetzen.

Die meisten Salons haben derzeit zu **wenige** Kunden, sprich zu **niedrige** Umsätze. Ob es an der mangelnden Kundenbindung, an der Qualität oder sonstigen Dingen liegt, muss jedes Unternehmen für sich selbst analysieren und erarbeiten.

Ein sicherer Arbeitsplatz kann allerdings nur realisiert werden, wenn die wirtschaftliche Situation auf **gesunder** Basis steht. Das erfordert wiederum die Leistung, Bereitschaft und den Fleiß der Mitarbeiter.

Ein harmonisches Miteinander gerät schnell ins Wanken, wenn Friseure notwendige Sollvorgaben regelmäßig nicht erfüllen und der Chef in die eigene Tasche greifen muss, und diese Defizite auszugleichen.



# DarStellung

Ich wage sogar zu behaupten: In vielen Betrieben ist die Harmonie ein **Trugschluss**, einfach weil viele Arbeitgeber nicht nachrechnen, welche Summen sie tagtäglich mit ihrer Arbeit ausgleichen müssen.

Erst die Verlässlichkeit untereinander, Verträge und Vereinbarungen zu halten, solche Ziele anzustreben, bringt das nötige **Vertrauen**. Auch wenn dieses heute etwas unmodern erscheint, so ist es die Grundlage für eine gute **Teamorientierung**.

Verlässlichkeit schafft Vertrauen, Vertrauen ergibt ein positives Miteinander. Verständnis kommt hinzu, Mitarbeiter müssen Verständnis auch für die wirtschaftlichen Belange aufbringen, der Chef wiederum für die Schwierigkeiten der Mitarbeiter. Hier ist **Kommunikation** wichtig, Stillschweigen (beispielsweise wenn Vereinbarungen nicht gehalten werden) ist von beiden Seiten falsch und führt in eine **Sackgasse**.

Natürlich befürworte ich den Wunsch nach besserer Bezahlung im Friseurhandwerk. Vorrangig wünsche ich mir aber Teamgeist, Verständnis und Vertrauen. Nur so kann die Wunscherfüllung der Mitarbeiter **realisiert** werden. Erst durch das Miteinander einer guten Teamarbeit werden bessere Leistungen und höhere Umsätze möglich, die dann automatisch zu **besseren** Löhnen führen.

Das Konzept aus „**Der faire Salon**“ hilft Ihnen bei dem Dialog, den Sie hierzu ständig führen müssen.

Herzlichst

Ihr René Krombholz

Der faire Salon, Friseur News, Figaro Düsseldorf



[www.der-faire-salon.de](http://www.der-faire-salon.de) 





*„Wir lieben Miée!*

*Endlich eine Pflegeserie nur für uns Friseure.*

*Perfekte Ergebnisse nach ausführlicher Kundenberatung. Das stellt uns nach Außen noch stärker als Haarpflegespezialist dar.*

*Nachhaltig, edel, individuell und einzigartig mit Dufferlebnis – was will man mehr – so können wir unsere Kunden noch glücklicher machen!“*

*KornHair – World of Beauty  
Doris Kornherr*

## Sparkassen führen Echtzeit-Überweisung ein

Die übliche Sepa-Überweisung wird mit **Zeitverzögerung** ausgeführt. Doch nach der HypoVereinsbank (HVB) führen nun auch die Sparkassen Echtzeit-Überweisungen ein.

Was bedeutet **Echtzeit**?

Innerhalb von 20 Sekunden soll das Geld auf dem Konto des Empfängers **eingehen** – und zwar zu jeder Tages- und Nachtzeit. Voraussetzung ist allerdings, dass die Banken an dem System teilnehmen.

Was haben **Kunden** von Echtzeitzahlungen?

Der große Vorteil bei Instant Payments ist: Anders als bei einer Papierüberweisung oder einer herkömmlichen Online-Überweisung, weiß man sofort, ob das Geld **angekommen** ist.

Wer online shoppt, hat Vorteile: Je **schneller** der Händler das Geld hat, umso **schneller** wird die Ware verschickt.

Allerdings gilt bislang eine Obergrenze von 15.000 Euro für Instant-Payments-Zahlungen.

Wer nimmt noch an dem **System** teil?

Vorreiter war in Deutschland die HypoVereinsbank. Seit 10. Juli an können es nun auch die rund 50 Millionen Kunden der 385 Sparkassen in Deutschland nutzen.

## Baukindergeld kommt rückwirkend ab Januar 2018

Das Baukindergeld zur Förderung von Familien, die ein Eigenheim kaufen oder bauen, soll zügig umgesetzt werden und rückwirkend ab dem 1. Januar 2018 gelten. Darauf haben sich Union und SPD Mitte Mai geeinigt. Geplant ist, dass Eltern künftig von der KfW-Bank über zehn Jahre **12.000 Euro** pro Kind für den Erwerb von Wohneigentum erhalten.

Voraussetzungen für das Baukindergeld ab 2018

Das **Baukindergeld** beträgt 1.200 Euro pro Kind und Jahr, welches der Bund für zehn Jahre auszahlt. Um Anspruch auf die Förderung zu haben, darf das zu versteuernde Haushaltseinkommen nicht **über** 75.000 Euro liegen. Pro Kind gibt es allerdings einen zusätzlichen Freibetrag von 15.000 Euro. Ausschlaggebend sind dabei die durchschnittlichen Einkünfte der letzten zwei Jahre vor der Antragsstellung.

Das Baukindergeld erhalten Familien für das erste gemeinsame Wohneigentum. Zudem werden nur Eltern gefördert, die Kindergeld oder einen Kinderfreibetrag für ihren Nachwuchs erhalten und bei denen die Kinder mit im neuen Eigenheim leben.

## Getränkesservice

Service zählt heutzutage **mehr** denn je und wird von Kunden häufig als **Selbstverständlichkeit** vorausgesetzt – dazu gehört auch der **Kaffee** bei Ihnen im Salon. Doch dieser Service ist nicht selbstverständlich, denn schließlich zahlt jeder Gast im Café nebenan auch für diese **Leistung**. Machen Sie Ihre Kunden auf diese besondere, kostenfreie Dienstleistung bereits aufmerksam?

Nutzen Sie Ihren Kassenbon um Ihren Kunden mitzuteilen, dass sie für die Getränke nicht **extra** bezahlen müssen.

Wir legen für Sie gesonderte Buttons in Ihrem SPE.Victory an, die für Sie einfach zu erreichen sind und für spätere Auswertungen – wenn Sie es wünschen – zur Verfügung stehen.

Sie erreichen uns:

Montag – Freitag 08:00 Uhr – 20:00 Uhr  
Samstag 08:00 Uhr – 14:00 Uhr  
Telefon: +49 (0) 9845 989 333

Sollten Sie außerhalb unserer Support-Zeiten Fragen haben, so sprechen Sie bitte Ihr Anliegen auf unseren geschalteten Anrufbeantworter. Wir rufen Sie möglichst schnell zurück.

Ihr  
SPE.Victory Dienstleistungszentrum  
An der Hochstraße 15  
91617 Oberdachstetten  
Tel.: +49 (0) 9845 / 989 333  
victory@schaefer-electronics.com



Wussten Sie schon ...



### Urlaubszeit – Stress fürs Haar!

**Haare** haben es gerne kühl, schattig und bevorzugen **Süßwasser**. Das heißt im Umkehrschluss: Ein Urlaub in sonnigen Ländern mit Strand und Hotelpool sind für Haare eine besonders **stressige** Zeit.

# Der Kunde ist doch kein König!

„We are Ladies and Gentlemen serving Ladies and Gentlemen“, so lautet es in der Servicekultur der weltweit bekannten **Ritz-Carlton** Hotels. Der Kunde ist dort also **kein** König, wie es doch so oft anderswo gelebt wird. Wieso denn auch? Wenn der Kunde König ist, wer sind dann **Sie** als Dienstleister? Ein Diener des Königs? Ein Diener, der macht, was der König sagt? Wie soll es denn auf so einer Basis zu einem **guten** Beratungsgespräch kommen? Wie soll denn eine vertrauensvolle Beziehung zum **Kunden** aufgebaut werden? Auf diese Art und Weise kann das gar nicht funktionieren. Vielmehr sollte es doch immer eine Kommunikation auf **Augenhöhe** sein.

Und dies impliziert, dass niemand auf eine **höhere** Ebene gestellt werden darf. Wertschätzende und kundenorientierte Kommunikation beginnt mit der **innerlichen** Haltung, einander verstehen zu wollen durch Begegnung auf Augenhöhe. Und diese drückt sich dadurch aus, dass ich mir Zeit nehme **zuzuhören**, mich für die Sichtweise des Gegenübers **öffne**, auf Bedürfnisse eingehe und in einer konstruktiven, offenen Form **kommuniziere**.

Die Kundenorientierung beginnt jedoch schon in der **Haltung** und **Kultur** im Unternehmen. Wenn sich die Mitarbeiter nicht kundenorientiert geführt fühlen, wie sollen sie dann Kundenorientierung nach **außen** leben? Auf eine gewisse Art und Weise sind wir doch alle Kunden im Verhältnis zueinander.

Egoismen, Machtkämpfe oder Zickenkriege führen von dieser Haltung des wertschätzenden Miteinanders eher **weg**. Es kommt also gerade für Führungskräfte darauf an, diese kundenorientierte Haltung vorzuleben. Um eine entsprechende Kultur wachsen zu lassen, ist es notwendig, **konstruktiv** miteinander zu kommunizieren und Feedback zu geben. Das bedeutet allerdings auch, mal klar **„nein“** zu sagen und nicht alles zu machen, um es dem

anderen recht zu machen. Denn das führt wieder zu einem unterwürfigen Verhältnis und dann ist der **König** nicht mehr weit weg.

Eindeutig definierte Rollen und Aufgabenfelder mit entsprechendem Verantwortungsraum und Spielregeln **helfen** dabei. Und auch mal loslassen können als Führungskraft, um dem Mitarbeiter Vertrauen entgegenzubringen, spielt eine **große** Rolle.

Auf den ersten Blick ziemlich **unscheinbar**, aber von großer Wirkung und damit die Basis für den Aufbau und die Pflege guter Beziehungen sind – diese oft sehr kleinen – „Momente gelingender Beziehungen“. Dies kann ein angenehmer Händedruck mit einem Lächeln im Gesicht sein, obwohl Sie gerade im Stress sind, die Frage nach der Familie zu Hause, die gezeigte Aufmerksamkeit, durch die Sie sich genau merken konnten, welches Getränk das Lieblingsgetränk der Kundin ist. Und genau diese kleinen Momente vermitteln das **Gefühl**, persönlich wahrgenommen zu werden beziehungsweise **gesehen** zu werden. Sie schenken ein Gefühl der Anerkennung, der Wertschätzung und der Empathie und lassen dadurch positive Gefühle überwiegen. Sie öffnen das **Interesse** am Gegenüber und machen Lust auf mehr. Diese Momente gelingender Beziehungen setzen Energie **frei** und fördern die **Dialogbereitschaft**. Sie dienen als eine Art Kraftquelle für weiterführende Prozesse und stellen somit die Basis für eine gute **Beziehung** zum Kunden und zum **Mitarbeiter** dar, die von Vertrauen geprägt sein muss, damit eine gute Beratung bzw. ein gutes Miteinander funktionieren kann. Legen Sie deshalb sehr viel **Wert** auf diese kleinen **Momente**!

Um mehr von diesen kleinen Momenten schaffen zu können, helfen Ihnen die folgenden Eigenschaften:

- Offenheit: den anderen wahrnehmen und dialogbereit sein
- Zugewandtheit: empathisch reagieren, ermutigen und inspirieren, Kritikfähigkeit fördern und angstfreien Raum schaffen
- Respekt: anerkennend und wertschätzend sein, Achtung zeigen, auf Gleichwürdigkeit achten, auf Augenhöhe agieren und authentisch sein
- Mut: Vertrauen schenken, einen Vertrauensvorschuss geben und risikobereit sein
- Spaß: humorvoll sein
- Zeit: sich Zeit nehmen und entschleunigen

Im Seminar „**Beziehungsmanager**“ der neuen Seminarreihe „**Für Dich – bewusst entwickeln**“ geht es genau um diese Themen und ich lade dich herzlich dazu ein, gemeinsam den Grundstein zu legen, wertvolle Beziehungen durch wertschätzende Kommunikation aufzubauen.

Denn: „Das Wichtigste in einem Gespräch ist zu hören, was nicht gesagt wurde.“ (Peter F. Drucker)

Herzlichst  
Deine Lisa Aceves  
CCT Seminare



# Ihre nächsten Seminartermine

# FreiHalten

**Chefseminar I** mit Klaus Schaefer & Sascha Griebhammer  
25. – 27.11.2018 in Marktbergel

**Chefseminar II** mit Stefan Dax  
14. – 15.10.2018

**Führungsseminar I** mit Harald Müller  
21. – 22.10.2018

**Führungsseminar II** mit Harald Müller  
11. – 12.11.2018 in Eich

**Finanzielle Freiheit** mit Stefan Dax & Anja Wiesendorf  
21. – 22.10.2018 in Oberdachstetten

**Beratung & Kommunikation I** mit Bastian Schaefer  
21. – 22.10.2018 in Eich  
28. – 29.10.2018 in Oberdachstetten  
19. – 20.11.2018 in Oberdachstetten

**clever@work** mit Frank Greiner-Schwed  
11. – 12.11.2018 in Oberdachstetten

**Organisation & Rezeption** mit Torsten Kowalsky & Andrea Büchele  
14. – 15.10.2018 in Oberdachstetten

**Beratung & Kommunikation II** mit Stefanie Ehrich  
05. – 06.11.2018 in Oberdachstetten

**Fit to Start** mit Tobias Kabirschke & Anil Akkoyun  
27. – 31.08.2018 in Würzburg

**Talentfinder** mit Lisa Aceves  
07. – 08.10.2018 in Oberdachstetten  
21. – 22.10.2018 in Eich

**Cut Basic Seminar** by *Nice*  
08. – 10.10.2018 in Neunkirchen mit Thomas Müller

**Events:**

**T.I.M.**

Würzburg/D: 23.09.2018 mit Frank Greiner-Schwed & Torsten Kowalsky  
Nottwil/CH: 10.02.2019 mit Franc Braun



**SPC-Kongress 2019**  
19. – 20.05.2019 in Herzogenaurach

**Webinar**

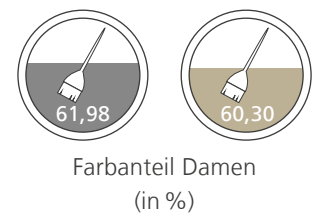
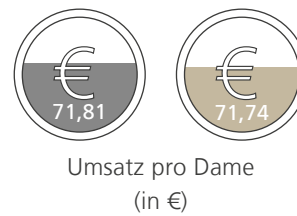
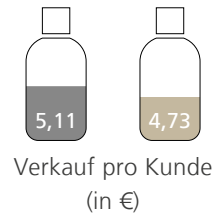
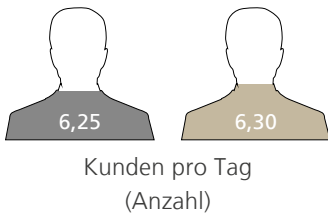
03.09.2018 „Das Mitarbeiter Webinar“ live aus Oberdachstetten  
mit Frank Greiner-Schwed und Torsten Kowalsky

**Sichern Sie sich jetzt Ihren Platz!**

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

CCT GmbH  
An der Hochstraße 15  
91617 Oberdachstetten  
Tel.: +49 (0) 9845 / 989 100  
info@cct-seminare.com  
www.cct-seminare.com  

## Auswertungen



Juni '17 ■  
Juni '18 ■



### DAS MITARBEITER-WEBINAR

Das Mitarbeiter-Webinar am **03. September 2018 um 19:00 Uhr**

live aus Oberdachstetten mit **Frank Greiner-Schwed** und **Torsten Kowalsky** für Mitarbeiter, Führungskräfte und Chefs:

- Wie baue ich mir einen Kundenstamm auf?
- Wie schaffe ich es meine Kunden langfristig zu begeistern?
- Welche Kosten entstehen in einem Friseurunternehmen?
- 3,5-facher Umsatz? 5-facher Umsatz? Wie entsteht ein Lohnfaktor?
- Welchen Umsatz sollte ich kurz-, mittel- und langfristig erreichen?

**Save the Date!**

Melden Sie sich jetzt an unter <https://schaefer-cooperation.lpages.co/webinar/>

SCHAEFER  PARTNER  
CONSULTING

An der Hochstraße 15 · 91617 Oberdachstetten  
Tel.: +49 (0) 9845 / 989 0 · Fax: +49 (0) 9845 / 989 222

[info@schaefer-consulting.com](mailto:info@schaefer-consulting.com)  
[www.schaefer-consulting.com](http://www.schaefer-consulting.com) 