



EINBLICK

CHEFGEDANKEN
GLÜCKSGEFÜHLE UND
SELBSTZUFRIEDENHEIT

SICHTWEISEN
NIMM DOCH NICHT
ALLES PERSÖNLICH

DARSTELLUNG
PREMIUM

MEHR GLÜCKSGEFÜHLE UND SELBSTZUFRIEDENHEIT! SELBST ERARBEITETE ERFOLGE SORGEN FÜR MEHR BESTÄTIGUNG!

Stell Dir vor, Du nimmst an einer Olympiade teil und gewinnst die **Goldmedaille** – allerdings warst Du in dem Wettbewerb auch der **einzige** Teilnehmer, konntest den Erfolg also gar nicht verhindern. Wie **stolz** bist Du auf den erreichten Erfolg? Wenn jedoch in der Disziplin, in der Du gewonnen hast, weltweit mehr als 100.000 andere Menschen den **gleichen** Sport betreiben und Du Dich am Ende gegenüber allen anderen durchgesetzt hast, wie ist es dann mit dem gefühlten Stolz über den erreichten Erfolg?

Wie viele Stunden harten Trainings hat Dich der erste Erfolg gekostet, wie hart hast Du im zweiten Fall gearbeitet und Dich durch viele Wettkämpfe und Qualifikationen **durchgekämpft**, dass Du überhaupt an der Olympiade hast teilnehmen dürfen und hast dort auch noch alle Wettbewerbe einschließlich **Finale** gewonnen. Welches Gefühl der Zufriedenheit stellt sich dann ein? Erst der wahre Wettbewerb und das Gefühl, den Erfolg **selbst** erarbeitet zu haben, sorgt für echte und nachhaltige **Glücksgefühle**.

Dies alles gilt **nicht** nur im Sport, sondern auch genauso im Berufsleben. Angenommen ein Mitarbeiter bekäme mit 3.000,- Euro Festlohn fast den doppelten Lohn, den der Tarifvertrag vorschreibt, weil er es mit Dir ausgehandelt hat – **wie lange** ist er darauf stolz und freut sich? Ganz ehrlich – schon **kurz** danach ist dies Alltag! Hat er sich allerdings den Monatslohn erarbeitet, weil er sich einen tollen **Kundenstamm** aufgebaut hat und weil er seine Kunden **super** beraten und begeistert hat, dann ist das sicherlich ein anderes **Glücksgefühl**. Deswegen kommen auch immer wieder Neukunden mit Empfehlungsgutscheinen zu ihm, weswegen sein Kundenkreis immer **weiter** anwächst.

Auch durch die **Nachtermine**, bei denen er selbst die Termine empfiehlt, wann es sinnvoll ist, wieder den Salon zu besuchen, tragen ihren Teil dazu bei. Zudem bekommt er auch noch ein tolles **Trinkgeld** und eine gute Verkaufsprämie, weil er ja auch **optimal** berät.

Wie sehr **füllt** ihn diese Arbeit aus? Wie sehr ist er **stolz** auf all das, was er sich auf Seminaren und Schulungen angeeignet und danach erfolgreich umgesetzt hat? Er ist diesen Lohn **wert** und sein berufliches Umfeld weiß dies auch zu **schätzen**. Er weiß allerdings auch, dass ihm 3.000,- Euro Lohn nicht einfach **zufliegen**, er wollte **nie** etwas „geschenkt“! Er ist das Ergebnis einer konstant guten Arbeit und erfordert schon einige Anstrengungen, Neugier und Freude am Beruf.

Neulich hat mich ein Mandant gefragt, dass es ihn erstaune, wenn einige seiner Mitarbeiter gar nicht unzufrieden sind, wenn ihr Terminbuch **nicht** jeden Tag gut gefüllt ist. „Was ist mit ihrem **Stolz**, mit ihrem **Ehrgeiz**?“ fragte er sich. Als er in dem Beruf angefangen hat, gab es für ihn nur **ein** Ziel: Einen komplett ausgelasteten Timer! Dies bedeutet, dass sein berufliches Wirken so **gut** ist, dass viele Menschen gerne einen Termin bei ihm möchten, weil sie wissen, dass sie bei ihm in den **richtigen** Händen sind! Solange er **das** nicht erreicht hatte, hat er alle Hebel in Bewegung gesetzt, um **dahin** zu kommen. „Wir sind abends in den Kneipen nicht nur zum Feiern gegangen, sondern haben uns dort die **sympathischen** Kunden geangelt!“ . Ein guter Friseur zeichnet sich **dadurch** aus, dass er entsprechend **gut** ausgelastet ist!

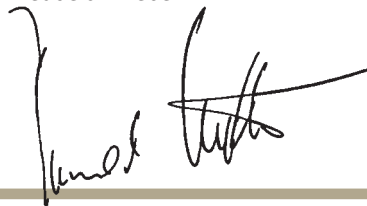
CHEFGEDANKEN

Eine **gute** Auslastung sorgt für Selbstbewusstsein, für Selbstbestätigung, für viele Arbeitstage ohne Langeweile, für viel Trinkgeld und auch für einen **tollen** Lohn! Jeder ist für seinen Erfolg **selbst** verantwortlich! Wenn er dafür **viel** unternimmt, wird er auch früher und mehr ernten, als die, die einfach zu bequem sind, die Dinge immer wieder vergessen und die ohne Ziele sind und warten, was ihnen der Tag so beschert.

ÜBERSCHÜTTE DEMNACH DEINE MITARBEITER NICHT VON ANFANG AN MIT HOHEN GRUNDLÖHNEN, SONDERN **ZEIGE**, DASS DU **GUTE** LEISTUNG AUCH **SEHR GUT** BEZAHLST UND HABE FREUDE, DEINE MITARBEITER ZU ENTSPRECHENDEN LEISTUNGEN ZU COACHEN UND FREUE DICH ÜBER DIE ENTSPRECHENDEN **ERFOLGE!**

Im Übrigen ging es mir bei Schaefer & Partner auch so. Ich hatte immer ein **Ziel** vor Augen: Ich wollte immer auf Platz 1! Dahinter steckt sicherlich viel Arbeit, Seminare, Kontakte pflegen, auf die großen und kleinen Bühnen zu gehen, viel unterwegs sein und täglich Freude am Beruf leben! Heute gehöre ich sicherlich zu den **Besten** in der Branche, darf seit knapp 20 Jahren als Teilhaber am Erfolg des Unternehmens mitbasteln, darf mitgestalten und vieles von dem weitergeben, was ich selbst erlernen durfte. Ich bin sehr dankbar für das, was ich tun darf und ich bin sehr stolz auf das, was ich schon erreichen durfte! Dies bedeutet viele Glücksgefühle, Selbstzufriedenheit und Freude am Leben!

Ich wünsche viel Erfolg!
Herzlichst
Harald Müller



NIMM DOCH NICHT ALLES PERSÖNLICH ...

Diesen Satz hat bestimmt **jeder** schon einmal gehört und sicher auch schon mal zu einem anderen gesagt.

Was ist also **so** bedeutend an diesem Gedanken? Zunächst stellt sich natürlich die Frage, in welcher Situation fällt dieser Gedanke? In den allermeisten Fällen wohl, wenn eine vermeintlich negative Botschaft eingetroffen ist oder uns ein vermeintlich negatives Ereignis ereilt hat.

Was genau heißt jetzt „nicht persönlich nehmen“? Im Grunde genommen heißt es, lass die Bewertung der Botschaft beim Botschafter oder eben die Bewertung des Ereignisses beim **Anderen**.

So einfach?! Für einige Menschentypen ist es **tatsächlich** so einfach und für andere eben **nicht**.

Es hängt wohl wieder damit zusammen, wie sie strukturiert sind.

Du erinnerst Dich: blau, grün, gelb oder rot. Wer das übrigens von sich noch nicht weiß, wir haben immer noch unseren Talentfinder mit der zauberhaften **Lisa Aceves**. Also den nächsten Termin erfragen und schon findest Du **Dein** Talent heraus.

Bleiben wir ruhig mal mit einem Beispiel bei unserer täglichen Arbeit. Zu Beginn unserer Tätigkeit lernen Du und wir uns gegenseitig kennen. Wir tauschen Bedürfnisse, Ziele, Möglichkeiten und Wege zu den Zielen aus. Du und wir finden uns sympathisch und beschließen einen **gemeinsamen** Weg auf Zeit zu gehen. Im Laufe des Weges lernen wir uns immer **besser** kennen und zwar als Menschen mit allem was, Gott-sei-Dank, dazugehört.

Wir reden über Fakten, Visionen, Gefühle und auch über Gedanken, die den Moment vereinnahmen, ob geschäftlich oder darüber hinaus.

Wir treffen Entscheidungen, erleben Freude und auch Traurigkeit zusammen. Viele Entscheidungen führen schnell zu den gewünschten Ergebnissen und manchmal dauert es auch etwas länger. Zu 99 % findet eine **Weiterentwicklung** in vielen Bereichen und entsprechend der vorher besprochenen Ziele statt. Der **gemeinsame** Termin, die Gespräche und Aufgaben, das Miteinander gehören jetzt einfach zum Leben und erleben dazu. Genau genommen also auch irgendwie etwas Gewohntes, etwas was nun zum Leben dazugehört. Natürlich gilt es in jedem Fall achtsam zu bleiben und immer wieder aufs Neue sein Bestes zu geben.

Die ursprünglich vereinbarte Zeit der Zusammenarbeit nähert sich dann dem Ende und fast alle **verlängern** diese Zeit, weil sie genau wie wir, dankbar sind für die Zusammenarbeit, das Wissen und Können gerne weiter in Anspruch nehmen und auch weiterhin an einer persönlichen Entwicklung mit unserer Beratung interessiert sind.

Doch was passiert eigentlich, wenn doch jemand die Zusammenarbeit beenden will? Ist er dann nicht zufrieden oder hat er sich einfach entschieden, einen anderen Weg zu gehen? War dann unsere Leistung nicht gut genug oder sind vielleicht auch alle im Vorfeld gestellten Ziele erreicht und das genügt?

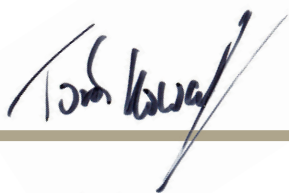
Ihr erinnert Euch sicher auch noch an meine letzten „Sichtweisen“ mit den Bildern. In dem Moment wird sicher auch ein inzwischen etabliertes Bild verändert, weil ja eben jetzt keine gemeinsamen Ziele mehr bestehen.

Es ist also in der Tat nicht so **einfach**, es nicht persönlich zu nehmen, denn es ändert ja auch unser persönliches Umfeld. Doch da die Entscheidung ja in dem Fall ein anderer getroffen hat, sollte auch alles, was dadurch entsteht beim **anderen** bleiben. Es sind schließlich **seine** Emotionen, **seine** Gedanken, **seine** Handlungen und am Ende auch **seine** Ergebnisse.

Wenn ich das hier so lese, weiß ich gar nicht mehr, ob ich tatsächlich „**nur**“ über unsere Arbeit schreibe, ob das Gleiche nicht auch für Deine Arbeit, ob mit Mitarbeitern und auch Kunden zutrifft, oder ob es am Ende nicht sogar um etwas Privates geht

Wie heißt es so schön, was kommen will, kommt; was gehen will, geht und was bleiben will, bleibt! Es ist also nichts Persönliches!

Herzlichst
Torsten Kowalsky



DER NÄCHSTE
TALENTFINDER
MIT LISA ACEVES
FINDET AM
13.-14.10.2019
IN OBERDACHSTETTEN
STATT.

KAMINFEUER

Der neue Trendduft

So betörend und fesselnd wie das prasselnde Feuer im Kamin
umgarnt Sie der warme und sinnliche Duft.



Miée

100% ENERGIE UND
PFLEGE FÜRS HAAR.



HAARPARFUM

Immer und überall fantastisch duftendes Haar.

Tauchen Sie ein in unsere Welt des Miée-Duftes
und erleben Sie den neuen Trendduft **Kaminfeuer**.

miee.de  

EINBLICK 7

LieblingsEinrichtung



**TAKARA
BELMONT**

Sichere Dir **1.000 €**
für Deinen alten Stuhl!
Steigere die Qualität und
erhöhe den Wohlfühlfaktor
für Deinen Kunden!

Nicht in bar auszahlbar!



KALENDER

VICTORY 

Termine einfach online buchen

Der Victory Salonkalender hat rund um die Uhr geöffnet. Deine Kunden können künftig einfach über das Smartphone, Facebook oder das Internet Termine in Echtzeit buchen. Die optimalen Termine werden vorgeschlagen, auf die Mitarbeiter verteilt und auch wenn es bei einem Kunden länger dauert, lernt der Kalender mit. Deine Kunden verpassen dank der automatischen Erinnerung keinen Termin mehr und werden auf zusätzliche Dienstleistungen aufmerksam gemacht. Somit bringt der Victory Kalender bares Geld.

Must-have

Positioniere Dich zeitgemäß und serviceorientiert, indem Du Deinen Terminalservice rund um die Uhr anbietest.

KALENDER
monatlich, ab

44,- €*



* **Laufzeit: 24 Monate** - Alle Preise zzgl. 19% MwSt. - Angebote gelten solange der Vorrat reicht - Abbildungen können abweichen
Preise für Kasse & Kalender gelten nur in Verbindung mit dem Abschluss eines Victory-Supportvertrags

SMILE DAY

Fülle Deinen Terminkalender!

Deine Kunden wollen am liebsten alle immer nur samstags in den Salon kommen?

Gib Deinen Kunden einen Anreiz, an anderen Tagen Termine zu vereinbaren!

Du entscheidest, welcher Tag es sein soll, und gewährst an diesem Tag z. B. 20% auf Dienstleistungen.

Die Schaefer Graphics gestaltet Dir dafür Bonuskärtchen, Aufsteller oder Poster. Wir helfen Dir gerne das richtige Werbemittel für Dich zu finden.

Bist Du bereit für einen vollen Salon auch unter der Woche?

098 45/989 260

schaefer-graphics.com  



SCHAEFER
GRAPHICS

ENTSCHEIDE
SELBST,
WANN DEINE
KUNDEN
KOMMEN!



DSGVO HEUTE: WELCHEN NUTZEN KANNST DU DARAUSS ZIEHEN?

RECHTSWELT

Die neue Datenschutzgrundverordnung **schützt** die personenbezogenen Daten Deiner Kunden. Dieser Umstand verleiht diesem Thema einen äußerst **hohen Stellenwert**.

Personenbezogene Daten, also **alle** Informationen, die sich auf Deine Kunden beziehen, dürfen **nicht** unbefugt erhoben, genutzt, weitergegeben oder sonst verarbeitet werden. Jeder Arbeitnehmer ist daher **verpflichtet**, diese Daten vertraulich zu behandeln und ausschließlich auf Weisung des Arbeitgebers zu verarbeiten. Diese Verpflichtung besteht auch **nach** Beendigung der Tätigkeit des Arbeitnehmers fort.

Die Mitarbeiter dürfen daher die personenbezogenen Daten Deiner Kunden weder selbst verwenden noch bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses mitnehmen, um diese am neuen Arbeitsplatz einzusetzen.

Ein bekanntgewordener Verstoß **muss** innerhalb von 72 Stunden nach Bekanntwerden der Datenschutzbehörde gemeldet werden, ansonsten macht man sich selbst **strafbar**. Verstöße ziehen nach der neuen Datenschutzgrundverordnung sehr hohe **Geldbußen** bis hin zu **Freiheitsstrafen** nach sich.

Wir haben nun endlich eine Möglichkeit, der oftmals vorgekommenen Praxis des Datendiebstahls bei einem Wechsel des Arbeitgebers einen Riegel vorzuschieben.

Nachdem Du als Saloninhaber

auch persönlich für die Einhaltung der neuen Datenschutzgrundverordnung haftest, ist eine Verpflichtung aller Mitarbeiter auch in Deinem eigenen **Interesse**.

Wir empfehlen Dir daher dringend, mit jedem Mitarbeiter eine **schriftliche** Vereinbarung analog der Datenschutzgrundverordnung in schriftlicher Form abzuschließen – sei es bereits im Arbeitsvertrag bei neuen Mitarbeitern oder als Zusatzvereinbarung bei bestehenden Mitarbeitern. Den Text hierzu stellen wir Dir **jederzeit** gerne zur Verfügung. Sprich uns an!

Herzlichst
Bernd Werner

DIE MITARBEITER DÜRFEN DAHER
DIE PERSONENBEZOGENEN DATEN
DEINER KUNDEN WEDER SELBST
VERWENDEN NOCH BEI BEENDIGUNG
DES ARBEITSVERHÄLTNISSES
MITNEHMEN, UM DIESE AM NEUEN
ARBEITSPLATZ EINZUSETZEN.



PREMIUM

Ein Begriff, welcher durch ein Buch des Düsseldorfer Kollegen **Oliver Schmidt** in die Friseurbranche gelangte. Doch was steckt dahinter?

Am einfachsten zu erklären am Umgang mit **Fleisch**. Früher ein Lebensmittel, was sich **nicht** jeder leisten konnte, schon gar nicht täglich. Bis die Discounter kamen und mit ihnen die Massentierhaltung. Der Preis sank und mit diesem die Qualität, soweit, bis es **nicht** weiter abwärts ging. Heute verkaufen Marketing Experten Fleisch in einer Qualität wie sie früher normal war, nennen es **Premium** und das hat dann wieder seinen Preis.

Clever verpackt lässt sich damit richtig gut Geld verdienen. Für einen Hamburger zahlen wir gerne 8,50 €, während wir nicht bereit sind, für eine **Frikadelle** 2,- € auszugeben. Ein stolzer Preis für die zusätzliche Garnitur und andere Backform.

„**Premium Friseur**“, das Buch beschreibt das Ziel, das Beste für den Kunden zu leisten und zu geben, auch ein adäquates Ambiente zu schaffen. „Da brauchen wir besser bezahlte Mitarbeiter und andere Preise“, soweit ist man in den Diskussionen schon. Offen die Frage, woher nehmen?

Nach Meinung fast aller Friseure/innen sind die Kunden **nicht** bereit mehr zu bezahlen. Richtig müsste es heißen: „... diese Friseurpreise können wir uns nicht leisten... denn wir müssen 4 mal im Monat zum Essen ausgehen, 60,- € fürs Smartphone abdrücken und zweimal jährlich in den Urlaub fahren... ja .. auch Netflix ist nicht umsonst und auf Malle waren wir dieses Jahr auch noch nicht...!“.

Friseure/innen argumentieren dagegen: „Wir dürfen nicht vergessen, dass es auch Kunden gibt, denen finanziell die Grenzen **eng** gesteckt sind. Die mit Smartphone auf Malle können sich den Friseur leisten. Aber es gibt auch die arme Rentnerin, die Verkäuferin und Putzfrau. Auch die müssen zum Friseur!“.

Nun, die meisten davon verdienen **mehr** als Mitarbeiter im Friseur-Handwerk. Aber bekommen die woanders Rabatte? Bei Vodafone, im Restaurant, bei der Urlaubsreise?

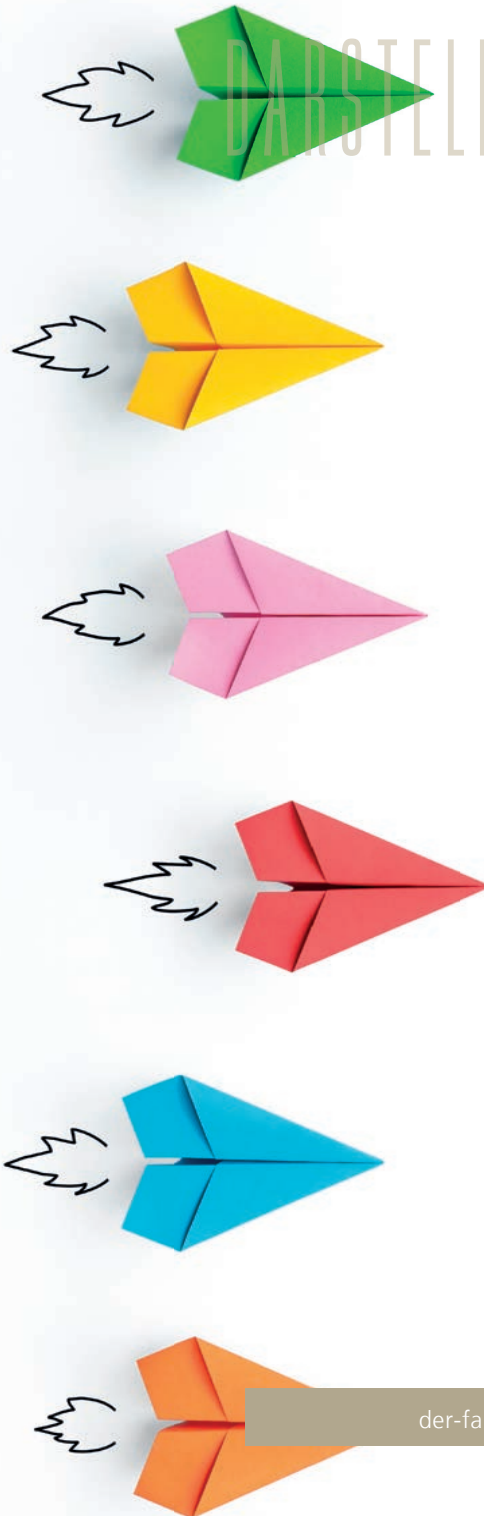
Nein, natürlich nicht! Aber genau dort bleibt das Geld und für den Friseur ist dann **kaum** noch etwas übrig. Die Friseure müssen lernen, dass der Konkurrent nicht nur der Kollege um die Ecke ist, sondern eher **andere** Branchen. Schon vor Jahren brachte es die Spiegel Studie „Outfit vier“ auf den Punkt: der Friseur abgeschlagen hinter Freizeit, Kosmetik und vielen anderen Dingen auf dem **allerletzten** Platz. Folge von zu wenig Angeboten, wenig Image und vor allen Dingen schlechter Darstellung der Wertigkeit der eigenen Arbeit.

DISCOUNTER SIND FAST FRISEURE (FAST = SCHNELL):

- LEISTUNG AUF DEN GRUNDNUTZEN REDUZIERT – HAARE KÜRZEN, FERTIG!
- KEINE FESTE ZIELGRUPPE = ZIEL IST EINZIG DER UMSATZ
 - ERGEBNISORIENTIERT – SCHNELLER UMSATZ, KOSTEN SPAREN, KEIN SERVICE
 - SELTEN SPEZIELLE DIENSTLEISTUNGEN WIE WELLE, HOCHSTECKEN USW.
- KEIN TREUEVERHALTEN VON KUNDEN ERWARTET – WER KOMMT DER KOMMT.
 - KUNDEN MÜSSEN, JE NACH PREISSEGMENT, GEWISSE MÄNGEL TOLERIEREN

Discounter oder Fast – Friseure müssen nicht unbedingt **negativ** gesehen werden. Aber es ist ein anderes, meist abgespecktes, Angebot. Vielfach wird in diesem Preissegment auf Service und Beratungszeit **verzichtet**, in der zur Verfügung stehenden Zeit müssen deutlich mehr Kunden behandelt werden, was durchaus Einfluss auf die **Qualität** hat. Auch an- oder ungelernte Arbeitskräfte werden zur Kundenbehandlung eingesetzt. Wissen Ihre Kunden das? Vor allen Dingen: Wissen Ihre Kunden was **SIE** anders (besser) machen?

Herzlichst
René Kromholz



SEMINARTERMINE 2019 D/CH



SEMINARE

Chefseminar I

mit Klaus Schaefer und Sascha Griebhammer
10. – 12.11. in Sachsen bei Ansbach/D

Chefseminar II

mit Stefan Dax
01. – 02.12. in Oberdachstetten/D

Führungsseminar I

mit Harald Müller
10. – 11.11. in Neuendettelsau/D

Beratung und Kommunikation I

mit Bastian Schaefer
20. – 21.10. in Eich/CH
04. – 05.11. in Oberdachstetten/D

Beratung & Kommunikation II

mit Stefanie Ehrich
20. – 21.10. in Oberdachstetten/D

Clever@work

mit Frank Greiner-Schwed
24. – 25.11. in Oberdachstetten/D

Organisation & Rezeption

mit Torsten Kowalsky und Andrea Büchele
18. – 19.11. in Oberdachstetten/D

Cut Basic

mit Thomas Müller
14. – 16.10. in Neunkirchen/D

Shiatsu

mit Petra Schnelle
14.10.

FÜR DICH

Talentfinder

mit Lisa Aceves
13. – 14.10. in Oberdachstetten/D
24. – 25.11. in Eich/CH

Beziehungsmanager/Glücksbringer

mit Lisa Aceves
ab 2020

WEBINAR

mit Frank Greiner-Schwed und Torsten Kowalsky
30.09. zum Thema „Wie Du Mitarbeiter effizient
suchst und findest“, live aus Oberdachstetten.

EVENTS

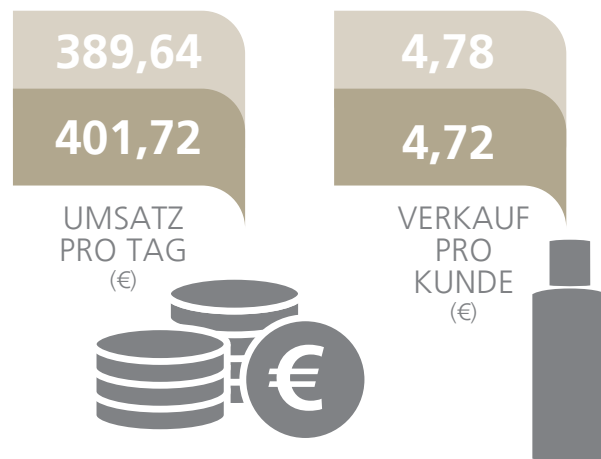
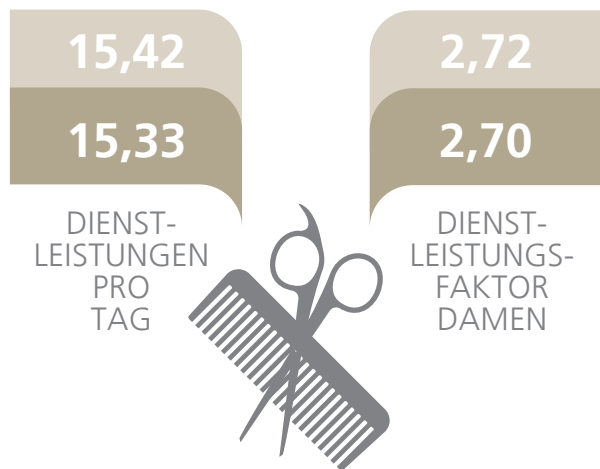
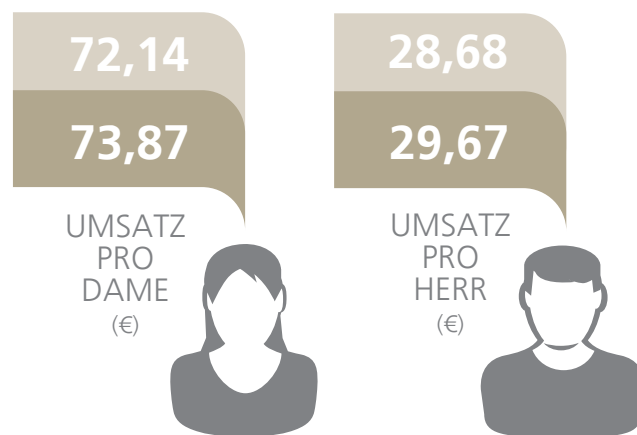
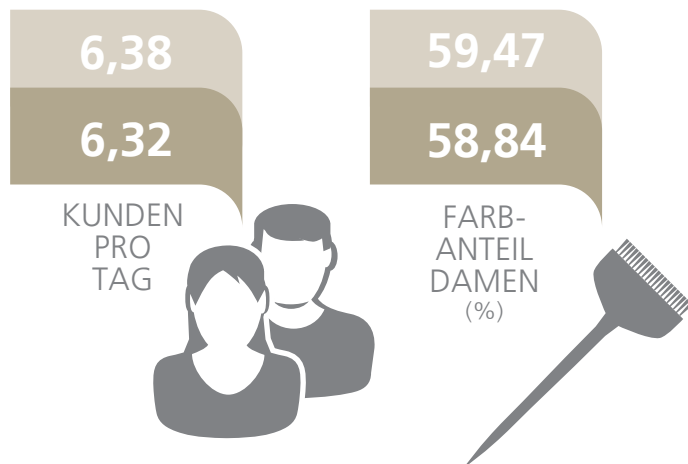
Herbstseminar

mit Klaus Schaefer, Harald Müller und Lisa Aceves
28.09. – 05.10. in Kalabrien/I



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

AUSWERTUNGEN



JULI '18 ■

JULI '19 ■



SCHAEFER
CONSULTING

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



info@schaefer-consulting.com
schaefer-consulting.com

