EINBLICK

CHEFGEDANKEN

WERTSCHÄTZUNG - WERTE VERBINDEN!

SICHTWEISEN

GLEICH UND GLEICH

DARSTELLUNG

HAARE UND MEHR ...

Juli/August 2021 | Nº 354

WERTSCHÄTZUNG - WERTE VERBINDEN!

Was haben **Automarken** mit dem Friseur zu tun? Und was hat dies wiederum mit der **Headline** zu tun? Nachfolgend einige Gedanken dazu, die dies vielleicht klarer machen:
Audi, Mercedes und BMW – alle drei Marken bauen Autos in der Mittel- und Oberklasse. **Keines** dieser Autos hat nur drei Räder oder unterscheidet sich deutlich von den Wettbewerbern. Auch preislich sind sich die drei **sehr** nahe! Und trotzdem hat jede Marke ihre Fans! Eingefleischte Mercedesfahrer werden in den **seltensten** Fällen auf die „Nachbarmarke" umsteigen. Umgekehrt gilt das natürlich auch!

Schauen wir mal hinter die Kulissen: Viele der Fans orientieren sich an den **Werten**, die die jeweilige Marke verkörpern! Ob nun **Mercedes** tatsächlich die sicherste Alternative ist, kann ich nicht sagen, dazu fehlt mir als einfacher Nutzer von KFZ einfach die Kompetenz. Und natürlich weiß ich auch nicht, ob **Audi** tatsächlich den Vorsprung durch Technik hat, der in der Werbung suggeriert wird. Und **BMW** – aus Freude am Fahren – hat bestimmt einige Features in seinen Autos nicht verbaut, die sich der einzelne Fahrer wünscht und die seine Freude erhöhen würden!

Und doch: Die Marken stehen für individuelle **Werte** und machen sie auch immer wieder **erlebbar**. Es soll bei Audi sogar mal ein Vorstandsmitglied gegeben haben, der für den „Technikvorsprung" verantwortlich war und diesem nicht gerecht wurde, sodass er nach kurzer Zeit auch wieder gekündigt wurde.

MARKENPFLEGE IST CHEFSACHE!

All dies zeigt, wie wichtig die **Markenpflege** ist. Und es zeigt auch, wie wichtig es ist, diese immer wieder zu dem Endverbraucher zu kommunizieren. Täglich erscheint die Werbung im TV usw. Meist ist es **Imagewerbung**, die wir sehen und wenig Preis- und Aktionswerbung! Imagewerbung in Form des Transports der Werte, für den die jeweiligen Marken stehen. Es sind genau diese Alleinstellungsmerkmale, die uns zu einer Marke hinziehen und uns zum **Kauf** veranlassen! Und wenn wir diese **Werte** gelernt (oft genug gehört und gesehen) haben, hinterfragen wir auch nicht mehr, ob dem tatsächlich so ist. Das Image (zu deutsch Bild) der Marke ist kreiert in den Köpfen.

Was hat das mit **uns** zu tun? Wie **grenzen** wir uns von den Mitbewerbern und Konkurrenten **ab**? Für **welche** Werte stehen wir denn? Klar – es gibt den Experten für Blond oder Balayage, den **günstigsten** Friseur am Ort usw. Das meine ich aber an dieser Stelle **nicht** allein – es müssen **drei** Werte sein! Für **welche** Werte stehen wir, was sind unsere **Hauptbotschaften** an die Kunden und wie lassen wir diese erlebbar werden - und zwar bei **jedem** Besuch! **Markenpflege** ist **Chefsache**! Die Werte zu definieren, wie uns die Menschen sehen, ist **zwingende** Voraussetzung für den dauerhaften Erfolg am Markt! Dies gilt natürlich einerseits als Marke für Kunden und natürlich auch – und dies wird für die Zukunft immer wichtiger – als **Arbeitgebermarke**!

Daher mein **Tipp**:
ERMITTELN SIE FÜR SICH IHRE **PERSÖNLICHEN** DREI WERTE (SOWEIT NOCH NICHT GESCHEHEN), DIE IM MITTELPUNKT IHRES UNTERNEHMENS STEHEN. DAS IST IHR **MARKENKERN**. DIESE HAUPTWERTE KÖNNEN NOCH MIT WENIGEN BESCHREIBENDEN WERTEN VERTIEFT WERDEN.

Diesen **Markenkern** muss **jeder** kennen - vom jüngsten Teammitglied bis zum langjährigsten Kunden - und auch **(er-) leben**! Es gibt eine **Vielfalt** an Literatur zu dem Thema **Markenbildung**. Oder nutzen Sie das **Chefseminar 2** - in welchem es 2 Tage ausschließlich um Ihren Markenaufbau und Ihre Markenpflege geht! Ich freue mich auf Ihren Besuch! Nehmen Sie sich die Zeit für die Chefsache Nummer 1 – Ihre Marke!

Lassen Sie Ihre Marke **lebendig** werden und **bleiben**!
Und freuen Sie sich über die **Wertschätzung**, die Ihnen in der Folge immer mehr zu Teil wird!

Ihre Mitarbeiter und Kunden werden dann auch Ihre **Werte** schätzen und die Menschen werden sich **hingezogen** fühlen zu dieser Marke – aber nur die **Richtigen**! Wertschätzung für Kunden – Mitarbeiter und Chef und zwar in **alle** Richtungen!

Herzlichst
Stefan Dax

MELDE DICH AN!
CHEF II
26.–27.09.
OBERDACHSTETTEN
09845/989100
schaefer-academy.com

„GLEICH UND GLEICH GESELLT SICH GERNE“ UND „GEGENSÄTZE ZIEHEN SICH AN“!

Wir sprechen ja oft über unsere **Wertegemeinschaft** und gerade in der heutigen Zeit scheint das ja doch zumindest undeutlich zu sein.
Trotz allem bleibt es dabei, Werte sind für das Zusammenleben mit sich selbst und vor allen auch innerhalb einer Beziehung und einer Gemeinschaft **unabdingbar**.

Doch über **welche** Werte sprechen wir und haben **alle** die gleichen Werte? Grundsätzlich gibt es in Bezug auf Werte einige **verschiedene theoretische** Konzepte. Jedes theoretische Konzept für sich ist schlüssig und doch ist es ein theoretisches Konzept. Das heißt, es besteht keine **Allgemeinverbindlichkeit**, da wir Menschen eben doch und Gott sei Dank sehr **individuell** sind!

Ich möchte heute mit Dir über das sogenannte **Reiss Motivation Profile (RMP)** sprechen. In diesem Konzept geht es, wie es der Name schon sagt um Motivation und genauer gesagt um die **Grundbedürfnisse** des Menschen.
Durch viele Studien und Befragungen ist der **Namensgeber** dieses Konzeptes zu der Ansicht gelangt, dass jeder Mensch sein Denken und Handeln an **16 Grundbedürfnissen** orientiert. Im Einzelnen sind das folgende Bedürfnisse, an dieser Stelle rein alphabetisch geordnet: Anerkennung, Beziehungen, Ehre, Eros, Essen, Familie, Idealismus, Körperliche Aktivität, Macht, Neugier, Ordnung, Rache, Ruhe, Sparen, Status und Unabhängigkeit.

Jeder Einzelne hat alle diese **16 Grundbedürfnisse**! Jedoch in völlig unterschiedlichen Intensitäten und das genau ist es, was Dich oft an Anderen **zweifeln** lässt.

Ja, Du hast richtig gehört. Wie oft passiert es Dir, dass jemand etwas macht, was für Dich **nie** in Frage kommen würde. Du kannst das weder verstehen, noch in irgendeiner Art und Weise **nachvollziehen**. Der ist doch, naja, zumindest nicht wie Du.

Du kannst Dir sicherlich vorstellen, wenn Du zum Beispiel eine hohe Intensität beim Grundbedürfnis **Ordnung** hast, dann wirst Du ein sehr strukturiertes Leben führen und es bleibt relativ wenig Raum für **Spontaneität**. Ist Dein Gegenüber jedoch jemand, der eher spontan handelt und lebt, dann hat er zwangsläufig **weniger** Struktur in seinem Leben und achtet diese auch nicht so sehr. Ohne Zweifel führt das nach der Kennenlernphase, ob in einer Freundschaftsbeziehung, einer Liebesbeziehung oder einer geschäftlichen Beziehung zu einem **Konflikt**. Je nachdem wie weit die **Intensität** in diesem Grundbedürfnis zwischen Euch auseinanderliegt, desto mehr oder weniger **Konfliktlösung** ist überhaupt möglich.

Ein anderes Beispiel ist auch das Grundbedürfnis nach **Status**. Jemand, der hier eine hohe Intensität erlebt, wird dafür viel investieren und sich möglichst viele materielle Dinge anschaffen und diese auch sichtbar für alle anderen präsentieren. Er wird bemüht sein, zu einer bestimmten Gesellschaftsschicht zu gehören und sich möglichst **oft** dort zu zeigen. Trifft er nun auf jemanden, dem der Status **nicht** so wichtig ist, der kein Interesse daran hat, viele materielle Dinge anzuhäufen und

auf sogenannten Partys der „oberen“ Gesellschaftsschicht zu glänzen, dann wird es auch hier früher oder später zu unüberbrückbaren **Konflikten** kommen.

Wir kennen ja alle die **zwei Glaubenssätze** „Gleich und Gleich gesellt sich gerne“ und „Gegensätze ziehen sich an“. Doch was stimmt nun. Gut, irgendwie auch **Beides**, jedoch, wer wirklich Wert auf eine **langfristig** gute Beziehung legt, für den kann es nur **„Gleich und Gleich gesellt sich gerne“** geben, denn Gegensätze sind nur eine Zeit lang interessant und dann nur noch extrem **anstrengend**, für beide Seiten.
Ich kann jetzt hier auf Grund der **Komplexität** nicht auf alle Grundbedürfnisse eingehen. Eines ist jedoch ganz sicher und das ist ein gut gemeinter **Tipp** für Dich, **überprüfe vor** einer neuen Beziehung, egal ob Freundschaft, Liebe oder beruflich, wie stark oder weniger stark Eure **Grundbedürfnisse übereinstimmen**. Es bedarf einer gewissen Übereinstimmung von Grundbedürfnissen und Intensitäten, um eine langfristig **liebevolle** und **wertschätzende** Beziehung miteinander führen zu können.

Dazu werde ich **demnächst** auch ein **Seminar** anbieten, in dem wir intensiv auf **alle 16 Grundbedürfnisse**, deren Intensitäten, den Übereinstimmungen und Querverbindungen, den Persönlichkeitsmerkmalen und einigem mehr eingehen werden. Verbunden mit Deiner Lebenssituation und Deinen Zielen wirst Du herausfinden, ob Du richtig unterwegs bist in Deinem Leben!
Ich freue mich schon auf die dann gemeinsame Zeit mit Dir.
Wichtig ist in jedem Fall auch die **Andersartigkeit** des Anderen zu akzeptieren! Das ist keine Bewertung von gut oder schlecht, sondern einfach eine Einsicht in die offenbare Realität. Du musst niemanden mögen und Du musst auch nicht übermäßig viel Zeit mit jemandem verbringen. Mit mir natürlich hoffentlich schon und auch gerne **freiwillig** 🙂.

Herzlichst
Torsten Kowalsky

Mée

Deine Haarpflege.
So individuell wie Du!

100% Energie und Pflege fürs Haar.

www.miee.de

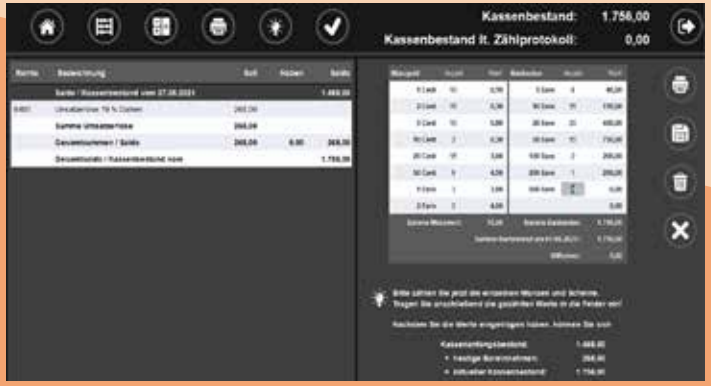
VOR DEM FEIERABEND KOMMT DER TAGESABSCHLUSS
ODER „KEINE BUCHUNG OHNE BELEG!“

Das **ordnungsgemäße** Führen der Kasse ist mindestens **genauso** wichtig, wie die Zufriedenheit der Kunden – dies wissen wir alle. Denn bei einer Kassenprüfung ist das Ziel, die Kassenprüfer bzw. das Finanzamt zufriedenzustellen und **keine** Reklamationen zu erhalten.
Jeder **Kassenvorgang** muss aufgezeichnet werden und wird am Ende des Tages beim Tagesabschluss addiert. Ganz nach der alten Buchhalterregel **„Keine Buchung ohne Beleg“**, welche heute noch genauso unverändert gilt. Daher wird der Tag mit der Abrechnung der Kasse beendet.

Mit Victory² geht dies ganz einfach von der Hand und der Feierabend ist nach ein paar Klicks eingeläutet!

Und so einfach erstellst Du den Tagesabschluss:
1. **Startseite** Victory² öffnen.
2. Unter der Kategorie „Tagesgeschehen“ auf den **Button** „Tagesabschluss“ klicken.
3. Automatisch öffnet sich die Druckoption. Wir empfehlen, diese mit einem **Klick** auf „Abbrechen“ beim ersten Öffnen nicht auszuführen, da zu diesem Zeitpunkt in der Regel die Bankeinzahlungen noch nicht gebucht sind.
4. Es öffnet sich ein **separates** Fenster für die Kassenabrechnung des aktuellen Tages.
5. Auf das Schieberegler-Symbol oben links („Kassenbestand zählen“) klicken, die einzelnen Münzen und Scheine in der Kasse zählen und die jeweilige Anzahl in das Feld **rechts** neben der Kontenansicht eintragen.
6. Auf die **Diskette** klicken um das Zählprotokoll in der Kasse zu speichern.
7. Oben links auf das **Taschenrechner-Symbol** („Einlagen und Ausgaben“) klicken, falls Bankeinzahlungen oder Privatentnahmen in Bar etc. gebucht werden sollen.
Beispiel Bankeinzahlung: Bei Bankeinzahlung Haken anklicken, Geldbetrag eintragen, welcher zur Bank gebracht werden soll, gegebenenfalls den Buchungstext ändern und wieder mit einem Klick auf den Haken bestätigen.
Zurück zum Zählprotokoll mit einem Klick auf das Schieberegler-Symbol oben links („Kassenbestand zählen“) wechseln und das entnommene Geld für die Bankeinzahlung aus dem Zählprotokoll abziehen.
ACHTUNG: Dieses Vorgehen gilt nur für Bankeinzahlungen, da dieses Geld zukünftig auf die Bank gebracht werden soll. Alle anderen Ausgaben/Einlagen (die Bar getätigt werden) sind bitte im gleichen Moment aus der Kasse zu nehmen/in die Kasse zu legen wie es erforderlich ist!
Am Ende muss die Differenz wieder **Null** sein: Kassenbestand ist gleich Zählprotokoll. Bei einer Differenz wird das Trinkgeld, Buchungen, Bankeinzahlung etc. überprüft.
Erneut mit der Speicherdiskette speichern.
Es wird nun gefragt, ob das **Zählprotokoll** zusätzlich zum **Kassenbericht** ausgedruckt werden soll, was mit einem Klick auf **„JA“** passiert. Das Ausdrucken eines Zählprotokolls ist nicht notwendig, aber ein Nachweis zum tatsächlichen Wechselgeldbestand muss zumindest in **elektronischer** Form geführt werden.
Wenn das Zählprotokoll ausgedruckt werden soll, dann auf das Drucksymbol („Zählprotokoll drucken“) **rechts** neben dem Zählprotokoll klicken.

8. Um den Tagesabschluss zu beenden, auf den **Haken** („Kassenabrechnung abschließen") **oben links** (rechts neben Glühbirne) klicken.
9. Die **ersten vier Haken anklicken** und **„Kassenabrechnung abschließen"** auswählen.
10. Als letzten Schritt den nächsten Arbeitstag auswählen, der sich automatisch im Kalender **„Erfassungsdatum"** öffnet. Achtung, wenn hier ein falsches Erfassungsdatum gewählt wird, sind alle fehlerhaft gebuchten Kassiervorgänge zu stornieren und erneut auf den korrekten Tag zu buchen!
11. Mit einem Klick auf das Symbol der **Diskette** schließt sich das Fenster automatisch und Du bist wieder auf der Startseite von Victory² mit dem morgigen Erfassungsdatum, sofern ausgewählt.



Hinweis:
Für Full-Service-Kunden ist der automatische Versand der Kassendaten in der Regel hinterlegt. Ist jedoch nur ein Tag des Monats nicht korrekt abgeschlossen worden, kann der automatische Versand nicht durchgeführt werden! Des Weiteren ist gegebenenfalls Deine Kasse fehlerhaft, was dringend überprüft werden muss.

Bei Fragen sind wir, sowie Deine persönlichen Ansprechpartner gerne für Dich da.
Dein Schaefer Digital Team

HAARE
UND MEHR ...

Haare sind für uns **Normalität**!
Jeden Tag **arbeiten** wir damit und **reden** darüber.
Für die Menschen, die uns ihren **Kopfschmuck** vertrauensvoll in die Hände geben, ist das **anders**. Die **eigenen** Haare sind uns **vertraut**, sie werden mehr oder weniger **liebevoll** gepflegt, gestylt und hergerichtet. Aber schon der **Haarschnitt** ist nicht jedermanns Sache. Wer gibt schon gerne etwas von sich **her**?

Das hat etwas von **wegnehmen** …
Fremde Haare, außerhalb einer vertrauten Beziehung, werden sogar eher als **„igitt"** bis hin zu **„ekelhaft"** empfunden.

Junge Menschen sind heutzutage alles andere als **körperfeindlich**, dennoch erzeugt der Gedanke fremde Haare behandeln zu müssen nicht unbedingt das Gefühl des **Wohlbehagens** und kann Auswirkungen auf eine Absage zum **Friseurberuf** zur Folge haben.

Aber wir reden von Haaren, die nicht immer mit **positiven Assoziationen** begleitet sind.
Wir wollen doch mehr als nur **„Haar-Abschneider"** sein.
Warum wenden wir uns dann nicht dem **wichtigsten** überhaupt zu? Unseren Kunden und deren Wünschen!
Kunden kommen mit dem Wunsch nach mehr **Pflegeleichtigkeit** und **Verschönerung** zu uns.

Schauen wir allerdings auf die **unausgesprochenen** Kundenwünsche, dann stehen hinter dem Wunsch des guten Aussehens ganz **andere** Wünsche: Suche nach **Anerkennung**, **Nähe** und **Beziehungen**, bis hin zu dem Wunsch, das Singledasein zu beenden oder das nächste Date erfolgreich werden zu lassen.

WIR WOLLEN DOCH MEHR ALS NUR „HAAR-ABSCHNEIDER" SEIN.

Aber wir reden über Haare, dem Material, welches uns **vertrauensvoll** in die Hände gelegt wird, aber eigentlich nur das Mittel zum Zweck ist.
Warum reden wir nicht über die **wirklichen** (wenn auch unausgesprochenen) **Kundenwünsche**.

„So, dann werde ich dafür sorgen, dass Du die nächsten Wochen wieder **alle Chancen** hast!"
„Dann werde ich mal dafür sorgen, dass Sie sich die nächsten Wochen wieder **richtig wohl** fühlen!"

Das sind Sätze, die nicht nur die **Fürsorge** deutlich werden lassen, sondern **direkt** auf die **versteckten Kundenwünsche** zielen. Hört sich das nicht besser an als „Schauen Sie mal, so sehen Ihre **Haare** doch wieder **besser** aus!".

DARSTELLUNG

Wir haben die Gabe, Menschen äußerlich **positiv** zu verändern und damit gleichzeitig **Einfluss** auf ihr **Inneres** zu nehmen. Wir sind mitverantwortlich für das **Wohlbefinden** unserer Kunden. Dessen sollten wir uns **bewusst** sein und dies auch so **kommunizieren**.

Nicht nur weil es sich **besser** anhört, sondern ganz besonders, weil dieses im **Gefühl** der Kundin **ankommt** und dort **entscheidet** sie, ob wir ihr **Lieblingsfriseur** werden oder ob sie **weitersuchen** muss.

Herzlichst
René Krombholz

der faire Salon

HOT SUMMER STYLE

Für Ihre Neueinrichtung oder das Replacement einzelner Plätze haben wir gemeinsam mit GREINER eine Kollektion von 3 Friseurstühlen ausgewählt, die Attraktivität und Qualität seit Jahren unter Berweis stellen:

Alle mit der bekannten 5-Jahres-Garantie

Garantie gilt nicht für Polster

GREINER

Aktion HOT SUMMER STYLE
bis 30. September
Rufen Sie uns jetzt an!

HEISSE SOMMER-ANGEBOTE!
5% ON TOP AUF JEDE EINRICHTUNG + GRATIS 1 HUGO SET

tel. +49 (0) 23 27 - 99 10 950 www.interpartner.de

CORONA
UPDATE

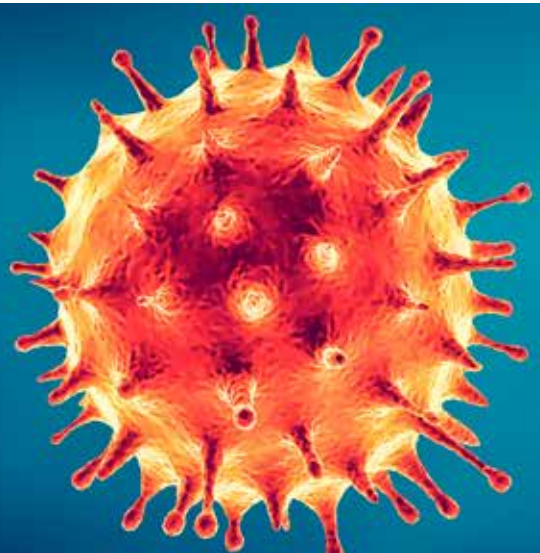
RECHTSWELT

ERNEUT VERLÄNGERT:
CORONA-BONUS BLEIBT BIS MÄRZ 2022 STEUERFREI

Die Möglichkeit für Arbeitgeber, ihre Angestellten – **zusätzlich** zum üblichen Arbeitslohn – mit einem steuerfreien Bonus von bis zu 1.500 Euro zu unterstützen, wurde **nochmals** verlängert: bis zum **31. März 2022**.
Zu **beachten** ist, dass Beihilfen und Unterstützungen zwar in Teilbeträgen zugewendet werden können, jedoch im **gesamten** Zeitraum 1. März 2020 bis 31. März 2022 insgesamt **nur** bis zu einem Betrag von 1.500 Euro steuerfrei sind.
Voraussetzung für die Steuerfreiheit ist unverändert, dass die Zuwendungen zusätzlich zum **ohnehin** geschuldeten Arbeitslohn geleistet und im Lohnkonto aufgezeichnet werden.
Aufgrund der Steuerfreiheit besteht **Beitragsfreiheit** in der Sozialversicherung.

ÄNDERUNG DER KURZARBEITERGELDVERORDNUNG

Die **Entlastung** der Arbeitgeber durch die vollständige Erstattung der von ihnen allein zu tragenden Sozialversicherungsbeiträge wird bis zum 30. September 2021 **verlängert**.
Ab dem 1. Oktober 2021 bis zum 31. Dezember 2021 erfolgt eine Erstattung von 50 % der allein vom Arbeitgeber zu tragenden **Sozialversicherungsbeiträge**, wenn die Kurzarbeit bis 30. September 2021 eingeführt wurde.
Betriebe, die ab 1. Oktober 2021 erstmals oder nach einer 3-monatigen Unterbrechung erneut Kurzarbeit einführen, erhalten keine Erstattung der Sozialversicherungsbeiträge mehr.



DIE 10 TOP-QUALITÄTEN
GUTER FÜHRUNGSPERSONEN

Eine **gute** Führungsfähigkeit wird nicht einfach in den Schoß gelegt. Einige Menschen finden zwar **schneller** Zugang zu anderen Menschen, doch dies alleine reicht **nicht**. Die Aufgabe der Führungskräfte ist es, ein **Umfeld** zu schaffen, in dem sich Mitarbeiter **selbst** motivieren können und jegliche Demotivation der Mitarbeiter zu minimieren. Hierfür sollte eine sehr erfolgreiche Führungskraft **viele** Qualitäten in sich vereinigen.

1. Vision/Ziele
Welche Ziele werden verfolgt? Gibt es eine **Vision**?
Viele Unternehmer können diese Fragen nicht wirklich beantworten. Doch wenn die Führungskraft nicht weiß, wo sie **hinwill**, **wer** soll ihr dann folgen? Aus diesem Grund ist es **wichtig**, die aktuelle Situation zu hinterfragen, in welchen Bereichen man sich auf dem **richtigen** Weg fühlt, was man verbessern will, um dann klare Ziele zu formulieren.

2. Verantwortungsübernahme
Gerade in Zeiten von Krisen und schwierigen Unternehmensphasen nutzt es nichts, sich in die „Opferrolle" zu begeben. Der Unternehmer ist gerade **jetzt** gefordert zu agieren, sich vor das Team zu stellen und zu gestalten! Für Dein Unternehmen bist in erster Linie Du verantwortlich.

3. Vertrauen
Wer wächst und lebt schon gerne in einem Gefühl des Misstrauens? Schenke den Dir **wichtigen** Menschen auch Dein **Vertrauen** und fordere und fördere Deine Mitarbeiter!

4. Delegationsfähigkeit
Als Unternehmer kannst Du **nicht** erfolgreich werden, wenn Du Dich um alles **selbst** kümmern musst. Welche Aufgaben und welche Tätigkeiten kannst Du **delegieren**? Delegieren heißt dann aber auch vertrauensvoll abgeben und nicht **jedem** Mitarbeiter bei jeder Aufgabe **hinterherkontrollieren**.

5. Konfrontationsfähigkeit
Gerade in der sehr empathischen Friseurbranche sind die Unternehmer stets bestrebt, in **Harmonie** mit allen, vor allem auch mit ihren **Mitarbeitern** zu leben. Dies sorgt aber auch häufig dafür, dass sich die Unternehmer bei der Formulierung und Umsetzung ihrer Ansprüche **sehr** gehemmt verhalten. Formuliere Deine Anforderungen an Deine Mitarbeiter ganz **klar**. Übe **sachliche** Kritik immer im Sinne der Ergebnisverbesserung und nicht als „persönliche Abrechnung"!

6. Entscheidungsfreude
Gerade bei anstehenden Entscheidungen fühlen sich viele wie gelähmt, aus Angst die „falsche" Entscheidung zu treffen. Wenn aber Veränderungen anstehen und wir dann keine Entscheidung treffen, sagen wir „ja" zum Bestehenden. Versuche Dich **vor** der Entscheidung so gut wie möglich zu **informieren**, um dann zu einem Ergebnis zu kommen. Wenn es dann nicht klar ist, welcher Weg der **richtige** ist, dann werfe eine Münze. Was hast Du Dir gewünscht, was die Münze zeigen soll? Höre auf Dein **Bauchgefühl**!

7. Begeisterungsfähigkeit
Wer eine Antwort auf das **„WARUM“** hat, erträgt auch jedes **„WIE“**. Wer **Leistung** will, muss **Sinn** bieten! Warum ist es sinnvoll, die **Unternehmensziele** zu verfolgen? Schaffe eine **positive** und **kreative** Grundstimmung, die es den Mitarbeitern ermöglicht, Dinge mit einer gefühlten **Leichtigkeit** anzupacken.

8. Konsequenz
Bleibe konsequent am Ball bei der Umsetzung und reagiere schnell auf **Abweichungen** von der gewünschten Entwicklung. Wir wünschen uns ein Leben ohne Konsequenzen, doch ohne diese ist es auch in der Führungsarbeit oft nicht möglich, effizient in die Umsetzung zu kommen. Was passiert, wenn **Versprochenes** nicht eingehalten wird? Hat der Verantwortliche **Konsequenzen** zu tragen?

9. Kommunikation
Baue ein **effizientes** Kommunikationssystem in Deinem Unternehmen auf. Führe **monatliche** Teamsitzungen, um das Team zu informieren und auszurichten und führe monatlich **Einzelgespräche**, damit sich jeder Mitarbeiter wertgeschätzt und ernst genommen fühlt.

10. Freude am Coachen
Eine Führungskraft sollte vor allem **Freude** an der positiven Entwicklung ihrer Mitarbeiter haben und zeigen. Sie kann als Leistungsträger Umsatzsteigerungen bis zu ihren körperlichen Grenzen erreichen, hat sie aber Spaß und Freude mehrere Mitarbeiter in den Erfolg zu coachen und zu begleiten, erreicht sie ganz andere Umsätze und Erfolge im Sinne eines **erfolgreichen** Unternehmens!

Herzlichst,
Dein Harald Müller

ÜBER 130.000€ UMSATZ PRO
MITARBEITER IM JAHR, ABER WIE?!

T.I.M.
TEAM IN MOTION
12. SEPT. 2021
MEISER DESIGN HOTEL,
DINKELSBÜHL

Ein Tag voller Inspiration, Motivation und Input für Deinen Salon, Dein Team und Euren gemeinsamen Erfolg!

DIENSTLEISTUNGSERFOLG
Wie entfache ich ein Beratungsfeuerwerk?
Was reizt Kunden zum Kauf an?

IMAGE & MARKETING
Wie gestalte ich wirksame Aktionen?
Wie können wir uns einzigartig machen?

MITARBEITER- & TEAMBUILDING
Wie führe ich Einzel- und Vorstellungsgespräche?
Welche Lohnsysteme motivieren?
Wie funktioniert ein gutes Miteinander?

ORGANISATION
Wie organisiere ich Rezeption, Backoffice und Zulieferer?

FÜHRUNGSKOMPETENZ
Wie führe ich meine Mitarbeiter positiv?
Wie steigere ich die Salonmotivation?

DEIN NUTZEN:
TEAM UND
UNTERNEHMEN
STÄRKEN

Lebendig und unterhaltsam geht Franc Braun auf Herausforderungen im Salonalltag ein und gibt mit seinem großen Erfahrungsschatz wertvolle, motivierende und umsetzbare Tipps und Lösungen für das gesamte Team!

Franc Braun schaut auf eine großartige Erfolgsgeschichte zurück, die durch kontinuierliches Wachstum und Erfolg gekennzeichnet ist. Er begeistert mit seinem Grundkonzept, das neben höchster Kundenorientierung auch einen strategischen Schwerpunkt auf seine Mitarbeiter setzt. Seine Konzepte und Ideen überzeugen!

BUCHE JETZT!

Tel.: +49 (0) 98 45 / 989 100
info@schaefer-academy.com

schaefer-academy.com

SEMINARTERMINE
2021 D/CH

SCHAEFER ACADEMY

SEMINARE 2021

Chef I
mit Harald Müller und Frank Greiner-Schwed
07. – 09.11. in Dinkelsbühl/D
26. – 28.09. in Eich/CH

Chef II
mit Stefan Dax und Torsten Kowalsky
26. – 27.09. in Oberdachstetten/D

Beratung und Kommunikation I
mit Linda Grießhammer oder Bastian Schaefer
17. – 18.10. in Oberdachstetten/D
24. – 25.10. in Siegburg/D
07. – 08.11. in Eich/CH

Beratung & Kommunikation II
mit Stefanie Ehrich
19. – 20.09. in Siegburg/D

Organisation & Rezeption
mit Torsten Kowalsky und Andrea Büchele
24. – 25.10. in Oberdachstetten/D

Führung I
mit Harald Müller
17. – 18.10. in Dinkelsbühl/D

Sicher am Telefon
mit Torsten Kowalsky
13.09. in Oberdachstetten/D

Durchstarter
mit Frank Greiner-Schwed
24. – 25.10. in Eich/CH

FÜR DICH

FÜRDICH
BEWUSST ENTWICKELN

Leichtfüsser
mit Lisa Aceves
25. – 26.07. in Dinkelsbühl/D
14. – 15.11. in Dinkelsbühl/D

Talentfinder
mit Lisa Aceves
24. – 25.10. in Oberdachstetten/D

WEBSEMINAR
mit Frank Greiner-Schwed und Torsten Kowalsky
13.09. Ausbildung -
Welche Vorteile ergeben sich für Deinen Salon?

EVENT 2021

T.I.M - mit Franc Braun
Über 130.000 € Umsatz pro Mitarbeiter im Jahr, aber wie?!
12.09. im Meiser Design Hotel in Dinkelsbühl/D

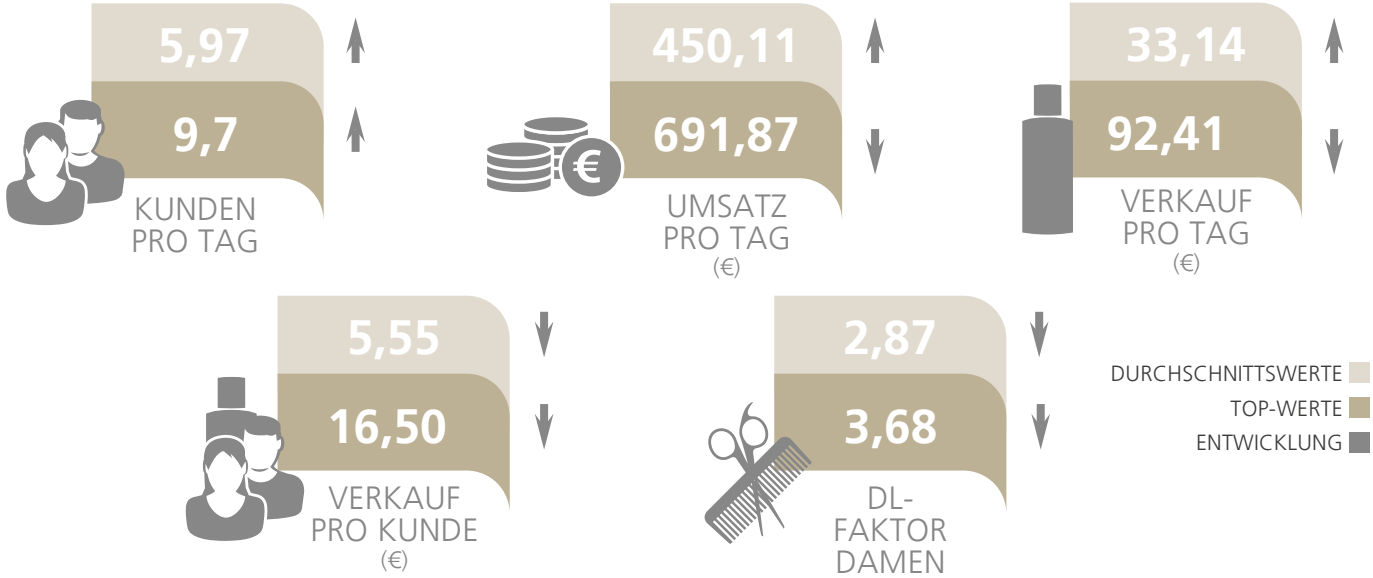
EVENT 2022

SPC-Kongress
26.– 27.06. 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



Im Juni 2021 zeigt sich, dass unsere über 150 ausgewerteten Salons im Durchschnitt pro Tag pro Mitarbeiter **5,97** Kunden bedient haben. Dies ist eine **Steigerung** von **0,49** bedienter Kunden pro Tag zum Vormonat.*

Die Entwicklung zeigt, dass sich die Situation in den Salons stabilisiert hat. Durch die wegfallende Testpflicht ist spürbar, dass die Kunden ihre fixierten Termine wahrnehmen. Auch die Buchungen der kommenden Wochen lassen einen weiteren positiven Ausblick erwarten.

Nun ist es an der Zeit auch wieder vermehrt AM Unternehmen und nicht IM Unternehmen zu arbeiten. Der Aufbau der eigenen Marke sollte dabei weiter vorangetrieben werden. Werte verbinden Menschen. Dies führt dazu, dass sich Kunden und Neukunden angezogen fühlen – aber nur die richtigen! Eine kurzfristige Möglichkeit die Kunden sowie den Umsatz zu steigern ist die Weiterempfehlung, wie z. B. mittels Beauty-Schecks! Wichtig ist hierbei, die Kunden für weitere Besuche zu begeistern.

**Zu beachten ist, dass es sich nicht um die Werte eines einzelnen Salons handelt, sondern um Durchschnittswerte aller über 150 Salons in der jeweiligen Kategorie.*

IMPRESSUM

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, schaefer.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: © zolotareva_elina / Adobe Stock
S. 5: © 5second / Adobe Stock
S. 11: © New Africa / Adobe Stock
S. 13: © Feydzhet Shabanov / Adobe Stock