

Nürnberg, 05. Februar 2018

Mehr Erfolg im Salon durch Zahlen, Fakten und Diagramme

Zahlen sind nicht jedermanns Freund – manche meiden sie aus Angst vor Transparenz – andere denken, sie „kennen“ die Faktenlage.

Dabei ist die Digitalisierung eine Chance und keine Gängelung durch die Finanzämter. Ein Friseur ist Unternehmer und ein Großteil des Erfolgs liegt eben in den Zahlen. Die Wettbewerbsfähigkeit steigt, der Umgang mit Mitarbeitern und Kunden wird professioneller und führt langfristig zu mehr Umsatz.

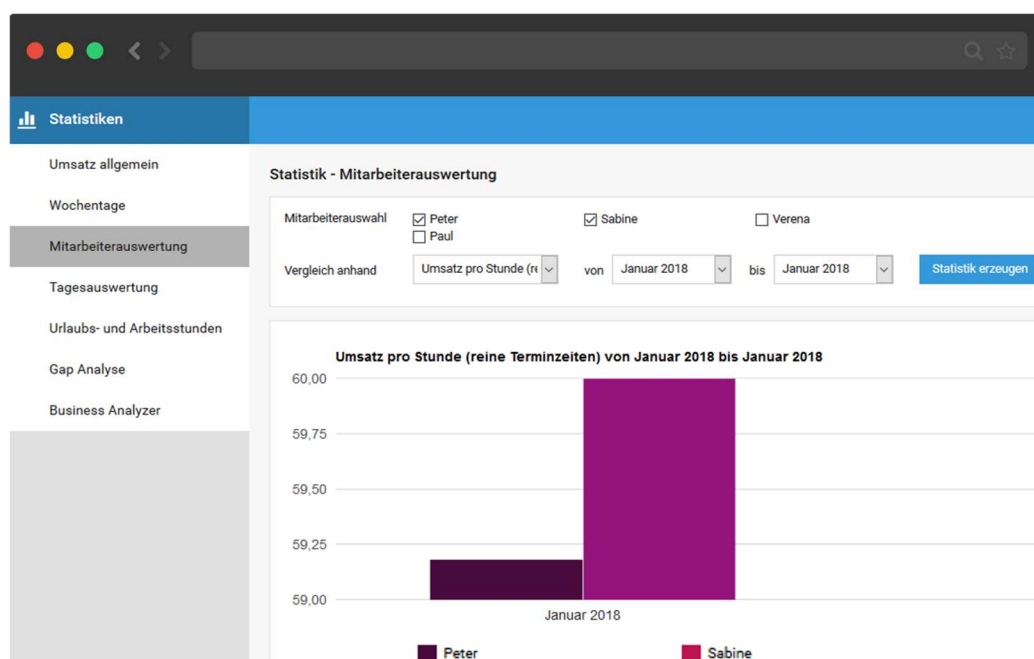
Die folgenden Beispiele zeigen, welche Auswertungen und Analysen mehr Einblicke ins tägliche Geschäft ermöglichen:

a) Umsatzanalysen

Reine Umsatzanalysen sind oft der einfachste Einstieg in die Welt der Zahlen. Man sieht, was man erreicht. „Nett“ ist es, wenn man den Umsatz pro Tag, Woche oder Monat kennt, ohne immer gleich den Steuerberater anrufen zu müssen. Interessanter wird es schon, wenn man diesen Umsatz mit den Vorjahresperioden vergleicht.

Der Umsatz pro Arbeitsstunde oder sogar pro „eine Stunde Dienst am Kunden“ – aufgesplittet nach Mitarbeitern – bietet nochmal völlig neue Möglichkeiten. Damit lassen sich Mitarbeiter vergleichen, Feedbackgespräche vorbereiten und Coaching-Bedarf wird sofort sichtbar gemacht.

Tipp: Vor allem der Umsatz pro Terminstunde ist spannend, da man erfährt, was ein Mitarbeiter aus einer Stunde Dienst am Kunden herausholen kann. Vielleicht ist ja ein Verkaufstalent dabei ;-) Und vielleicht kann er den anderen seine Tipps verraten, damit das ganze Team davon profitiert.



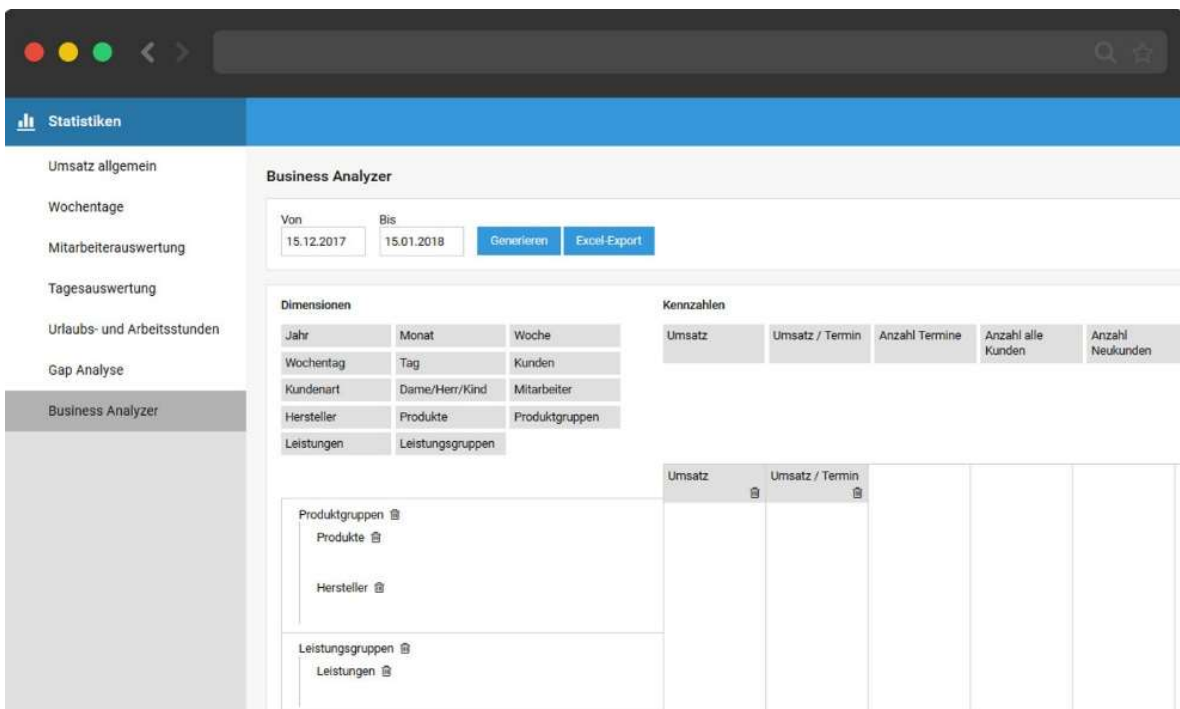
Quelle: www.studiolution.com

b) Produkt- und Leistungsanalysen

Was sind die gewinnbringendsten Dienstleistungen und die meistverkauften Produkte? Mithilfe solcher Auswertungen können Produktbestellungen optimiert oder eine Preiserhöhung geplant werden. Besonders bei Preiserhöhungen wird immer wieder der Fehler gemacht, einfach alles um beispielsweise 10% anzuheben. Dabei ist es wichtig, nur bei den Leistungen den Preis anzuheben, die sich auch lohnen.

Außerdem helfen derartige Analysen auch die Verkaufspreise richtig zu kalkulieren und damit die Mindestmarge pro Leistung/ Produkt herauszufinden – vorausgesetzt man betrachtet auch die Kostenseite genau.

Tipp: Ein Friseur macht mit nur 3 Leistungen schon 50% seiner Umsätze. Es ist gut zu wissen, welche Leistungen das im eigenen Geschäft sind.



Quelle: www.studiolution.com

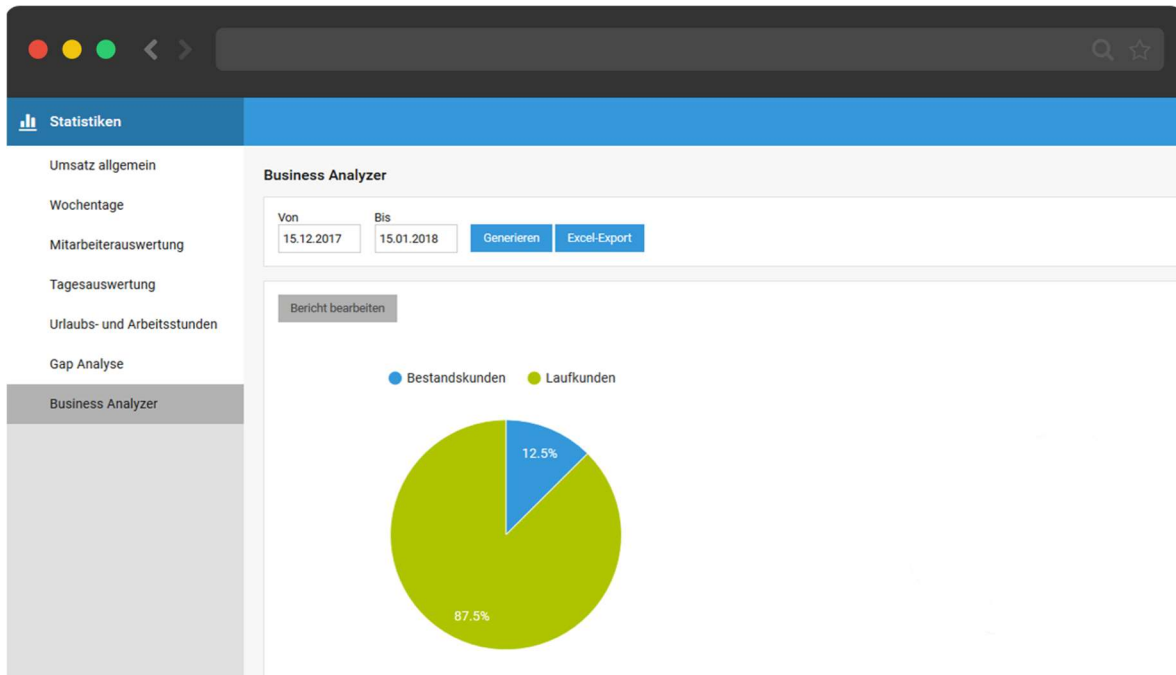
c) Kundenanalysen

„Keine Kunden – kein Unternehmen“ - das ist den meisten klar. Wie viele und welche Art von Kunden benötigt man aber, damit der Salon profitabel läuft und etwas für die Rente übrig bleibt? Ein genauer Blick auf die Kunden ist das A und O für den Erfolg.

Wie sieht es denn mit Ihren Kunden aus? Wieviel Prozent Ihrer Kunden kommen nach dem ersten Besuch wieder? Es sollten wenigstens 30-40% im Durchschnitt pro Salon sein. Es gibt allerdings einzelne Mitarbeiter, die nur 10% schaffen. Hier wäre dringend Handlungsbedarf notwendig. Das geht aber nur, wenn man es weiß und nicht nur vermutet.

Eine weitere hilfreiche Analyse sind die Umsätze aufgesplittet für Neu- und Bestandskunden.

Tipp: Werden Umsätze hauptsächlich mit Neukunde gemacht, ist der Salon womöglich eine Art „Durchlauferhitzer“, bei dem die Kunden nicht lange bleiben. Das kann man für jeden einzelnen Mitarbeiter erkennen und falls nötig, gegensteuern.



Quelle: www.studiolution.com

Der studiolution Business Analyzer

Die Head-on Solutions GmbH, die die Kassen- und Terminsoftware studiolution.com betreibt, legt viel Wert darauf, dass Auswertungen dieser Art einfach durchzuführen sind und die Salons dadurch besser werden in dem was sie tun. Deshalb stellt das Unternehmen seinen Kunden ab sofort ein neues, kostenloses Tool zur Verfügung - den studiolution Business Analyzer.

Mit wenigen Klicks können eigene Statistiken in nahezu beliebiger Verschachtelung zusammengebaut und abgespeichert werden. Ganz einfach und schnell ist der Zugriff auf die eigenen Kennzahlen ohne Papierkram jederzeit möglich – ohne jedes Mal den Steuerberater darauf anzusprechen.

Das sind die wichtigsten Funktionen im Überblick:

- Eigene Statistiken selbst zusammenbauen
- Interaktive Grafiken zu jeder Auswertung
- Erstellen und Speichern von individuellen Vorlagen
- Auswertungen über große Zeiträume und flexible Verschachtelungen mehrerer Dimensionen
- Excel-Exportfunktion

Zur kostenlosen Testversion einfach auf www.studiolution.com und oben rechts auf „Ausprobieren“ klicken.

Über Head-on Solutions GmbH

Clevere Lösungen für big, little business!

Die Head-on Solutions GmbH wurde im Februar 2015 durch Ralf Ahamer – ehemals Vorstand der hotel.de AG und CMO der XING AG – gegründet und betreibt u.a. die Internet Plattformen studiolution.com und studiobookr.com.

Die Head-on Solutions GmbH erstellt für kleine- und mittelständische Unternehmen digitale Lösungen wie z.B. Terminplanung, Kundenmanagement, Marketinglösungen, Kassensysteme bis hin zur Buchungslösung oder Zeiterfassung. Zu den Kunden des bereits im deutschen Markt etablierten Produktes studiolution.com und studiobookr.com zählen Friseure, Fitness-, Kosmetik-, Massage- und Tattoostudios in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Beispielsweise können darüber Termine direkt bei lokalen Unternehmen wie z.B. Friseuren gebucht und beim Friseur direkt kassiert werden. Zusätzlich enthält das System ein umfangreiches Managementsystem mit Statistiken, SMS und E-Mail Marketing Services, etc. Weitere Branchen und Funktionen sind im Aufbau.

Pressekontakt:

Head-on Solutions GmbH

Hazel J. Ahamer
Leitung Marketing und PR
Bärenschanzstraße 2
90429 Nürnberg
Tel.: 0911 13 13 35 18

E-Mail: hazel@headonsolutions.com

www.headonsolutions.com

www.studiolution.com