

# „Ich bin doch Friseur und kein Verkäufer“



Welche Verkaufspotenziale gibt es eigentlich pro Kunde und wie hoch liegt der durchschnittliche Verkaufsumsatz pro Kunde in der Realität? Über Differenzen und Chancen klärt Sie Unternehmensberater Michael Reichert im Beitrag „Zahl des Monats“ auf.

„Ich bin doch Friseur und kein Verkäufer!“ Diese oder ähnliche Aussagen sind die Standardbegründung für unterdurchschnittliche Werte im Produktverkauf. Und natürlich gilt, dass Friseure keine Verkäufer sind, sondern Berater, so wie dies auch in anderen Berufsgruppen der Fall ist, die man niemals als Verkäufer bezeichnen würde. So erwarten wir als Patienten von einem guten Arzt beispielsweise, dass er nach seiner Diagnose auch eine Lösung mit uns bespricht. Niemand von uns würde den Arzt als Verkäufer bezeichnen, wenn Produkte (Medikamente) Bestandteil der Therapie sind. Erwarten wir nicht sogar, dass uns der Arzt als Fachmann die richtigen Produkte verordnet? Ist der Arzt nicht sogar dazu verpflichtet?

## Beratungspflicht über den Besuch hinaus

Aber wie sieht es mit der Beratungspflicht in der Friseurbranche aus? Beschränkt diese sich nur auf den Besuchstermin? Bedenkt man, dass Kunden negative sowie positive Eindrücke im Zusammenhang mit der Frisur auch nach dem Friseurbesuch ihrem Stylisten zuschreiben, wird klar, welche Bedeutung diese lange Phase bei der Beratung einnehmen sollte. Der Friseur, der ernsthaft daran interessiert ist, wie seine Kunden nach ein, zwei oder drei

Wochen mit ihrer Frisur zufrieden sind und zurechtkommen, der wird darüber sprechen und zumeist einen guten Hinweis und Tipp mitzugeben haben. Auch Kunden, die kein Produkt kaufen, wissen die Tipps und die fachliche Kompetenz ihrer Stylisten zu schätzen.

## Wie lässt sich dieses Interesse am Kunden messen?

Wichtig ist zunächst das Verständnis, dass der Verkaufsumsatz keine abstrakte und langweilige Zahl ist, sondern die Abbildung der Realität hinsichtlich einer vollständigen Beratung. Um eine faire Vergleichskennzahl zu erhalten, relativiert man den Verkauf, indem man den Verkaufsumsatz durch die Kundenanzahl teilt

und so den durchschnittlichen Verkaufsumsatz pro Kunde erhält. Unabhängig von der Kundenanzahl und somit unabhängig von Betriebszugehörigkeit,

Arbeitszeit oder Urlaub ist so die Beratung für zu Hause messbar. Beim überbetrieblichen Vergleich des Verkaufsumsatzes ist zu berücksichtigen, dass die Produktpreise eine nicht durch den Mitarbeiter zu beeinflussende Größe sind. Rechnen Sie die nachfolgenden Beispiele deshalb mit Ihren Preisen. Im Durchschnitt des Betriebsvergleiches der Schaefer & Partner Consulting lag der Verkaufsumsatz pro Kunde im November 2009 bei 4,37 Euro.

## Welches Umsatzpotenzial existiert eigentlich?

Wie ist dieser Wert zu interpretieren? Was sagt er über die Beratung aus? Zunächst müssen Sie sich die Frage stellen: Welche Produkte (sollten) meine Kunden verwenden? Wie lange reicht meinem Kunden das Shampoo, die Pflege, das Stylingprodukt? Nun können Sie mit Ihren eigenen Preisen rechnen, wie viel ein kaufender Kunde pro Besuch für Produkte

ausgeben sollte, wenn er Ihrer Beratung folgt. Nehmen Sie beispielsweise an, dass ein Kunde ein Stylingprodukt für 13 Euro acht Wochen verwendet, ein Shampoo für 12 Euro ebenfalls acht Wochen verwendet und ein Pflegeprodukt für 15 Euro ca. 16 Wochen verwendet, dann ergibt sich folgende Rechnung, wenn der Kunde einen Besuchsrhythmus von acht Wochen hat:

$$\begin{aligned} & \text{Euro } 13,- \\ & + \text{Euro } 12,- \\ & + (\text{Euro } 16,- / 2) \\ & = \text{Euro } 33,- \end{aligned}$$

Produkteinkauf pro Besuch.

Der durchschnittliche Verkauf pro Kunde von 4,37 Euro bedeutet somit, dass jeder siebte Kunde seine Produkte gekauft hat ( $33 \text{ Euro} / 4,37 \text{ Euro} = 7,55$ ). Wenn alle Kunden beraten wurden, entspräche dies einer Abschlusshäufigkeit von 6:1. Dies ist ein Durchschnittswert. Im Betriebsvergleich der Schaefer & Partner Consulting werden von mehreren Salons Werte von deutlich über 10 Euro Verkaufsumsatz pro Kunde erreicht.

## Nur jeder 66. Kunde kauft?

Was ist aber mit den Durchschnittswerten von 0,50 Euro pro Kunde in Branchenberichten diverser Banken und Lieferanten? Liegt es an der Abschlusshäufigkeit, an der konsequenten Beratung oder an beidem?  $33 \text{ Euro} / 0,50 \text{ Euro} = 66$  Wurde hier nur jeder 66ste Kunde beraten oder hatte tatsächlich nur jeder 66ste Kunde das Vertrauen zu seinem Stylisten

## ... und ihre Herkunft

Die Zahl des Monats wird geliefert von der Unternehmensberatung Schaefer & Partner Consulting (SPC). Haben Sie Fragen zum Zahlenmaterial oder wollen Sie mehr erfahren, dann wenden Sie sich an Schaefer & Partner Consulting, Michael Reichert, An der Hochstraße 15, 91617 Oberdachstetten, Telefon: 09845 / 989 225, [www.schaefer-consulting.com](http://www.schaefer-consulting.com)