

TOP HAIR

20
15. OKTOBER
2003

Das Wirtschaftsmagazin für Friseure

Business

KONGRESS
Hair & Style

KOSMETIK
Ausbildung

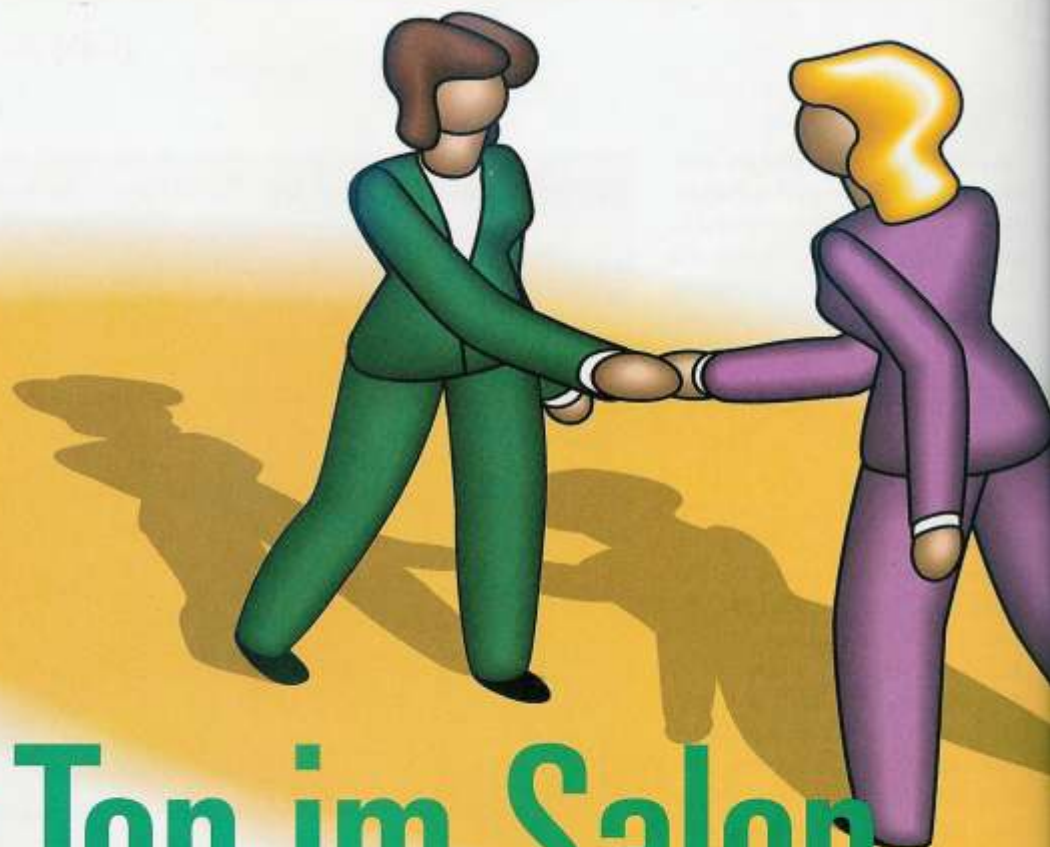
GOLDWELL
Studio Berlin

MANAGEMENT
Der gute Ton

DESIGN

Schicke Salons





Guter Ton im Salon ...

Nicht verstaubte Etikette-Regeln sind gefragt, sondern ein rücksichtsvoller und aufmerksamer Umgang miteinander. Höflichkeit wird zum Erfolgsfaktor – gerade auch für Frisöre

Vussten Sie schon, dass das Ansehen Ihres Geschäfts sehr stark durch Höflichkeit und korrektes Benehmen bestimmt wird? Ihr Erfolg hängt nicht nur von der Qualität Ihrer Dienstleistung ab, sondern zu einem sehr großen Teil von Ihrem Auftreten und dem Umgang mit Ihren Kunden, Kollegen, Mitarbeitern und anderen Mit-Menschen. Stil und Etikette sind die Visitenkarte Ihres Unternehmens und die Voraussetzung Ihres Erfolgs. Es ist das

perfekte Selbstmarketing. Darunter versteht man ein stilvolles Auftreten mit einem hohen Maß an zeitgemäßer Höflichkeit und Etikette sowie die Art der Kommunikation mit Ihren Mitmenschen.

Manieren adeln

Das hört sich vielleicht ganz simpel an. In der Praxis ist es jedoch häufig gar nicht so einfach. Die Höflichkeits- bzw. Benimmregeln müssen gelernt sein. Früher beherrschten solche Regeln nur die Adeligen. Adolph Freiherr von Knigge hat dann verstanden, dass die Zeiten sich geändert haben und auch die nichtadeligen und karrierefreudigen Menschen ebenso die Etikette für ihren Erfolg benötigen.

Klar, es hat sich inzwischen einiges gelockert und geändert. Jedoch schaden Unhöflichkeit und ein schlechtes Benehmen Ihrem Erfolg als kompetente/r Friseur/in oder

Unternehmer/in dauerhaft. Außerdem ist gutes Benehmen gleichzeitig Voraussetzung für ein harmonisches Miteinander. Überlegen Sie doch mal, wie häufig Sie sich an schlechtem Benehmen von Dritten gestört haben. Zum Beispiel: Eine Tür schlägt gerade vor Ihrer Nase zu. Sie werden auf der Straße einfach angerempelt. Oder Sie sind mit Kind, Kinderwagen und Einkaufstüte unterwegs und kein Mensch hilft Ihnen beim Einsteigen in die Bahn. Oder Sie sind schon seit Jahren Gast (Kunde) in einem Restaurant und noch immer werden Sie nicht mit Ihrem Namen angesprochen. Es gibt also viele Beispiele von Verhaltensweisen, die das harmonische Miteinander erschweren.

Regeln helfen

Sie als Friseur/in verkaufen Ihre Kompetenz in Form einer Dienstleistung. Wichtig für Sie ist, dass sich



Unsere Autorin Thea Simon-van de Ven ist gelernte Kosmetikerin und Visagistin. Seit 1998 ist sie als Kommunikationstrainerin und Beraterin für Vertrieb und Marketing tätig. Ihr Coaching-Konzept »Training on the Job« wurde von der »Deutschen Trainer Akademie« ausgezeichnet.

Bücher-Tipps:

- »Manieren und Karriere« von Rosemarie Wrede-Grischkat
- »Knaurs neuer Knigge«
- »Die Macht des ersten Eindrucks« von Gabriele Cerwinka und Gabriele Schranz

die Kunden (und Ihre Mitarbeiter) wohl fühlen. Höflichkeit erzeugt gegenseitige Achtung und Respekt. Dazu brauchen auch Sie die zeitgemäßen Regeln der Höflichkeit und des Benehmens.

Gewusst wie? Hier einige Beispiele dazu:

Der erste Eindruck zählt.

Wie stellt man wann jemanden vor?

Hier gilt nach wie vor: Rang geht vor Alter und Geschlecht. Geändert hat sich zum Beispiel, dass auch die Frau aufsteht, wenn ein Herr sie begrüßt.

Du oder Sie – wann ist es angebracht, sich mit wem zu duzen?

Der Ranghöhere kann das »Du« anbieten. Dies ist jedoch immer abhängig vom Unternehmensklima (wobei dieses Thema immer noch sehr heikel ist!). Der Kunde kann das »Du« anbieten. Es ist aber äußerst unhöflich, dem Kunden das »Du« von sich aus anzubieten. Möchten Sie als Friseur/in lieber vom Kunden geduzt werden, können Sie folgendermaßen vorgehen: »Ich bin die Marion und ich freue mich, Sie, Frau Müller, heute begrüßen zu dürfen.«

Den Kunden mit Namen anzusprechen, kommt immer gut an.

Jedoch nicht, wenn der Name hinter jedem Satz wiederholt wird (wirkt dann gespielt und unecht).

Dem Kunden in den Mantel zu helfen und zur Tür zu begleiten,

ist eine wichtige Vorgehensweise und macht gleichzeitig einen letzten guten Eindruck, bevor der Kunde das Geschäft verlässt. Einer Dame helfen Sie immer in den Mantel (wobei jüngere Frauen es manchmal ablehnen, dann überreichen Sie den Mantel). Einem Mann jedoch reichen Sie grundsätzlich den Mantel, Sie helfen nur, wenn der Mann es deutlich zeigt und Hilfe benötigt.

In zur Situation passender Kleidung zu erscheinen,

hat sich über die Jahre durch Mode-Einflüsse etwas gelockert. Unterschätzen Sie es dennoch nicht! Ihre Kunden schätzen Ihre Kompetenz großteils anhand Ihrer Kleidung ein. Bei Einladungen oder großen Veranstaltungen ist es zu empfehlen, die Kleiderordnung vorher zu erfragen. Im Geschäft hinterlassen ein kurzer Minirock mit hohen Stiefeln, ein ungepflegter Haarschnitt oder ein penetranter Körpergeruch nicht unbedingt einen professionellen Eindruck. Es ist für die Mitmenschen eher unangenehm und lästig.

Perfekte Umgangsformen umfassen natürlich noch mehr Verhaltens-Regeln. Es lohnt sich, sich damit auseinander zu setzen, um Ihren Erfolg zu steigern und zu sichern.

Machen Sie einen guten Eindruck und die Kasse klingelt!!