



li.

– gibt
hlich
n
ltes-
kun-
fahr-
lung
sich
haar
r-
e
ne
g-
is
tt.
srei-
ra-
nt es
er
a-
ge-
el-
l
im-
an-
Zeit
rem
n-
je-
vas
htig
hlen
eln-
hen
un-
vas
at
ialb
dass
eu-
thr
ät
ion
a.“



Sebastian Fütterer,
*Dozent, Betriebswirt des
Friseurhandwerks (HWK)*

“ Es gibt Stammkunden, über deren Besuch wir uns jedes Mal freuen, und es gibt jene, bei denen man sich fragt, was die eigentlich bei uns wollen (Kunden, die ihre eigene Unzufriedenheit am Friseur auslassen). Grundsätzlich sollte sich jeder Friseur in die Lage des Kunden versetzen. Gibt es einen Ort, beispielsweise ein Restaurant, das man selbst immer wieder gerne besucht? Ein Grund hierfür ist sicherlich die Qualität. Der Hauptgrund liegt jedoch in der natürlichen Herzlichkeit, der Geborgenheit und dem Gefühl, als Gast willkommen zu sein. Genau so muss sich auch der Kunde beim Friseurbesuch fühlen, um Stammkunde zu werden. Das Entscheidende hierfür ist ein gutes Arbeitsklima, hervorgerufen auch durch einen guten Chef. Wenn die Atmosphäre stimmt, wird auch die Qualität der Dienstleistung besser. Immer wieder das Gleiche? Warum nicht, wenn alle glücklich sind? Die Symbiose aus ausgeführter Dienstleistung und Freundlichkeit ist wichtig. Klar geht es auch darum, Kunden neue Ideen anzubieten. Persönlichkeitsseminare sind aber manchmal wichtiger als das neue Farbseminar. Denken Sie aus Kundensicht: Was bringt ein leckeres Essen wenn die Bedienung unfreundlich ist? Sie gehen da nicht mehr hin!“