



Redaktion Stephanie Hladik ::: Foto Marcus Müller

Durch die Kundenbrille

Verkaufen verlangt nach Leidenschaft. Schaffen Sie eine Erlebniswelt

Kunden kaufen in Erlebniswelten, sagt Trudelines Grigoletto. Sie ist als Expertin für emotionales Verkaufen fast täglich in Deutschlands Friseursalons und Kosmetikstudios unterwegs, um für mehr Kundenbegeisterung zu werben. Sie weiß: „Im Zeitalter des Internets müssen wir unseren Kunden begeistern. Hierbei spielt die Inszenierung Ihres Geschäftes als Erlebniswelt sowie die emotionale Beratung von Mensch zu Mensch eine wichtige Rolle.“ Im Gespräch mit TOP HAIR verrät Sie einige Tricks.

TOP HAIR: Wann ist der perfekte Zeitpunkt für eine Verkaufsberatung?

Trudelines Grigoletto: Der perfekte Zeitpunkt für eine Verkaufsberatung Ihrer Produkte ist, wenn Sie Ihre Leistung, angefangen von der Kopfhaut- und Haardiagnose bis hin zum Finish Step-by-step zelebrieren. Erklären Sie Ihrem Kunden, warum Sie dieses Produkt benutzen. Bieten Sie ein Anwendungserlebnis. Lassen Sie ihn miterleben, fühlen und riechen.

Gibt es bestimmte Schlüsselworte, die den Einstieg ins Gespräch erleichtern?

Verkaufstechniken sind out. Was zählt, ist die persönliche Ebene. Zeigen Sie mit Fragen Interesse. Was möchte der Kunde verändern, verbessern, was ist ihm besonders wichtig? Hören Sie aufmerksam zu. Ihr Kunde sucht Lösungen. Steigen Sie in die Gedankenwelt Ihrer Kunden ein. Kein Kunde kommt heute mehr nur zum „Haare machen“, er möchte attraktiv aussehen. Kunden lieben es, gefragt zu werden. Sie kommen sich wichtig und verstanden vor.

Was geht gar nicht im Gespräch mit dem Kunden?

Unprofessionelles Auftreten. Eine Begrüßung ohne Lust und Leidenschaft. Langweiliger Small Talk, Desinteresse an den Kundenwünschen, fehlendes Zuhören sowie fehlende Fachberatung.

Welche Bedeutung hat dabei die Körpersprache?

Der erste Kontakt geschieht immer mit den Augen. Der erste Eindruck zählt. Innerhalb weniger Sekunden entscheiden wir, ob uns jemand gefällt oder nicht. Auch wenn wir noch kein Wort miteinander gesprochen haben, tauschen wir schon Informationen und Emotionen aus. Unser Auftreten entscheidet mit darüber, was

andere von uns denken. Die Kommunikation besteht nicht nur aus Worten, sondern auch aus Gestik und Mimik. Sie entscheidet mit über den Erfolg und Misserfolg im Verkauf.

Fördern Kundenevents (z. B. Stylingabende) den Abverkauf?

Kreative Events haben ein gutes Nachrichtepotenzial – offline wie online. Erlebnisreiche Events am Point of Sale machen Ihre Dienstleistungen und Produkte für Ihren Kunden erlebbar. Ihr Kunde erlebt die Vielfalt der Markenwelt mit allen Sinnen. Er kann mitmachen, anfassen, ausprobieren und Spaß haben. Das Erleben mit allen Sinnen verspricht den größten Erfolg, Ihren Kunden an sich zu binden und neue Kunden zu gewinnen. Dafür bedarf es kreativer Konzepte und für Ihre Zielgruppe maßgeschneiderte Lösungen.

Friseure sind kommunikativ, aber nicht jeder ist der geborene Verkäufer. Wie lassen sich Hemmschwellen abbauen?

Hören Sie auf, ans Verkaufen zu denken. Überlegen Sie, wie wichtig Sie für Ihren Kunden sind. Er kommt in Ihren Salon, um Lösungen für sein Anliegen zu erhalten. Sprechen Sie mit ihm über seine Wünsche und Ziele, überzeugen Sie Ihren Kunden von Ihrer Dienstleistung, lassen Sie ihn miterleben, wie er seinen Wünschen und Zielen näherkommt. Geben Sie ihm Tipps mit auf den Weg, die er so nicht kennt und nicht erwartet hat. Der Kunde von heute möchte nicht nur informiert, sondern inspiriert und begeistert werden.

Frau Grigoletto, Ihr Lieblingsthema ist die Warenpräsentation im Salon. Haben es die Friseure drauf?

Friseure sind schon lange keine Handwerker mehr. So lange jedoch der einzelne Friseur immer noch das Bild im Kopf hat „Ich mache

die Haare“, vergibt er die Chance, sein Geschäft erlebnis- und erfolgsorientiert aufzubauen.

Bitte geben Sie 5 Tipps, wie Produkte im Salon platziert sein sollten.

Schaffen Sie eine Erlebnisreise zu den einzelnen Berührungspunkten:

1. Das **Schaufenster** ist Ihre Visitenkarte. Emotionale Bilder vermitteln Stimmung und stellen Kaufmotive dar.
2. Der **Empfang:** Übersichtlicher Verkaufsbereich. Produkte aus Kundensicht geordnet. Inspiration der neuesten Trends, die sich vom Schaufenster aus wiederholen.
3. **Rezeption/Kasse:** Emotionale Produktaufsteller, um Spontaneinkäufe anzuregen.
4. **Bedienplatz,** an dem sich Ihr Kunde am längsten aufhält. Sichtbare, exklusive Angebote mit Angabe von Preisen. Ihr Kunde lernt die Produkte kennen, kann sie auch anfassen und fühlen.
5. **Sonderplatzierungen** wie z. B. Föhn-Bar, Face Styling, Color Bar.

Was macht Ihrer Meinung nach einen erfolgreichen Friseur aus?

Ein erfolgreicher Friseur muss mehr sein als ein „Friseurhandwerker“. Er muss Schönheitsdienstleister sein. Das tägliche Ziel muss sein, die individuelle Schönheit eines jeden Kunden durch ein unvergessliches Salonerlebnis hervorzuheben. Das wird erreicht mit höchster Servicequalität, einer hohen Beratungsqualität der Mitarbeiter und der Inszenierung des Geschäftes zu einer Erlebniswelt.



Trudelines Grigoletto

Expertin für emotionales Verkaufen und visuelles Marketing.
www.grigoletto.info

