

Adrian Kunz, Kunz Coiffeur, Wädenswil

Wir haben einen Männeranteil von 50 Prozent im Salon. Dieser Markt bietet Chancen und Potenziale – man sollte ihn nicht zu kurz kommen lassen. Wir haben keinen separaten Herrenbereich, bei uns sieht jeder jeden. Das macht neugierig und Lust darauf, etwas Neues auszuprobieren. Ich finde, man kann jeden Mann »modernisieren«. Dazu muss man das Umfeld betrachten, z. B. was macht er beruflich? Man muss sich vor allem Zeit nehmen und Termine vereinbaren; die Männer nicht »dazwischen quetschen«. Wir beraten »in Schüben«: In regelmäßigen Abständen nehmen wir uns systematisch unsere Kartei vor und machen Vorschläge, sprechen z. B. das Thema Farbe an. Nicht permanent bei jedem Besuch, das nervt bloss.

Notre clientèle est composée de 50 pourcent d'hommes. Ce marché offre un potentiel et des chances certaines dans notre branche. Une occasion à saisir absolument! Nous ne possédons pas d'espace réservé particulièrement aux hommes. Chez nous tout le monde se mélange. Un petit coup d'œil à côté donne parfois envie et le courage d'essayer une nouvelle coiffure. Je trouve qu'il est tout à fait possible de »moderniser« un homme. Il suffit d'observer son environnement et, par exemple, sa profession. Il est essentiel de lui consacrer suffisamment de temps et de fixer un rendez-vous qui ne sera pas »coincé« entre deux rencontres. Notre tactique: un service conseil »sporadique«. Nous étudions pour cela systématiquement notre fiche pour ne pas »harceler« et donc irriter le client. Nous laissons des intervalles »libres« entre les visites et soulevons de temps à autre un sujet, par exemple, celui de la coloration.

Christian Reichenbach, Haute Coiffure Christian, Bern

Beratungsgespräche sind unerlässlich: Der Kunde muss spüren, dass wir auf ihn eingehen und ihn gerne bedienen. Männer sind häufig skeptisch gegenüber Neuem, dennoch ist modisches Interesse vorhanden und man sollte dies ruhig an den Mann bringen. Ausserdem haben Männer gerne ihr persönliches Produkt (Shampoo, Gel, Wachs) für zu Hause. Sehr gut kommen unsere Flyer an, die wir zweimal pro Jahr verschicken. Diese enthalten neben unseren Foto-Kollektionen Aktionen zu Neuheiten, wie z. B. Elumen von Goldwell sowie Gutscheine. Das schafft Kundenbindung. Ca. 70 Prozent unserer Kunden lassen sich gleich einen neuen Termin geben. Damit ist gewährleistet, dass die Frisur immer optimal sitzt. Die 40-50-Jährigen lassen sich gerne verjüngen. Auffallend dabei ist, dass Familienväter von den Söhnen zu uns in den Salon geschickt werden.



Un entretien conseil est indispensable: le client doit ressentir que nous sommes à son écoute et que nous le servons avec plaisir. Les hommes sont souvent sceptiques envers les nouveautés bien que sensibles à la mode. Un intérêt que nous sommes en mesure d'éveiller avec doigté. Les hommes aiment posséder leurs propres produits (shampooing, gel, cire) pour les soins à domicile. Nos papillons publicitaires semestriels envoyés à la maison sont très appréciés. Ils présentent nos collections de photos ainsi que des promotions sur les nouveautés, par exemple Elumen de Goldwell, ainsi que des bons. Un geste qui fidélise le client. Environ les 70 pourcent de nos clients prennent directement un autre rendez-vous, la garantie d'être toujours coiffé de »main de maître«. Les 40-50 ans ne refusent pas une petite »cure de rajeunissement«. Pour la petite histoire, les pères de famille nous sont souvent envoyés par leur fils!

William Zabeni, Coiffeur Zabeni, Wädenswil



Unser Männeranteil liegt bei ca. 50 Prozent. Wohlbefinden und perfekte, individuelle Haarschnitte sind unseren Kunden besonders wichtig. Unser Salon hat zwei Bereiche: In der ersten Etage haben wir einen klassischen Barber-Shop. Viele Herren legen Wert darauf, ohne Termin bedient zu werden und sich zum Haarschnitt auch noch stilvoll rasieren zu lassen. Das hat in unserem Salon Tradition. Für den Erdgeschossbereich werden Termine vereinbart und jeder Kunde erhält eine wohltuende Kopfhautmassage. Nicht nur unsere Neukunden sind davon begeistert. Haarausfall ist bei Männern immer ein Thema – und die Massage mit spezifischen Produkten, wie z.B. Maximum Tonic von Wella Just Men, bietet einen guten Aufhänger für eine Beratung mit anschliessendem Verkauf.

Notre clientèle est composée d'env. 50 pourcent d'hommes. Bien-être et coupe individuelle sont pour nos clients particulièrement importants. Notre salon est divisé en deux secteurs et le premier étage est consacré à un Barber Shop classique. Les hommes apprécient de ne pas devoir prendre rendez-vous et de profiter d'un rasage dans les règles après leur coupe de cheveu. Une tradition de notre salon. Le parterre accueille la clientèle sur rendez-vous et chaque client profitera d'un bienfaisant massage du cuir chevelu. Un service qui n'est d'ailleurs pas uniquement apprécié par nos nouveaux clients. La chute des cheveux est un sujet masculin. Un massage avec des produits spécifiques tels que Maximum Tonic de Wella Just Men offre un excellent tremplin pour un service conseil avec vente d'un produit.