

CLIPS

Für die Besten

HAPPY YEAR
Gewinner 2016

BEST STYLING
Tools & Services

COOL VERPACKT
Lieblingsprodukte

CELEBRATE FASHION

Event-Stylings und Trend-Vorschau

SCHWERPUNKT Zukunft
Schöne Aussichten: Investitionen für 2017

Xmas-Shopping im Salon

Die Industriepartner bringen zur Weihnachtszeit viele festlich gestaltete Beauty-Sets auf den Markt. Der Geschenkekauf kann beim Friseurbesuch gleich miterledigt werden und generiert zusätzlichen Umsatz. CLIPS will es genau wissen: **Sind diese Angebote profitabel, wie sehen Präsentation und Verkaufsstrategie aus?**



Iris Greiner,
Inhaberin
„Haarmoden Greiner“

„Als ghd Expert Standort Hessen ist unser Personal professionell geschult und kennt sich mit unseren Must-have Geschenksets bestens aus. Dieses Jahr setzen wir auf die Copper Lux Collection von ghd. Die groß angelegte Werbekampagne unter dem Motto „brich die Regeln und nicht dein Haar“, sorgt für den nötigen Bekanntheitsgrad der Christmas Edition. Viele Kundinnen flüstern uns ihre Wünsche während des Haarstyling ins Ohr, wir müssen lediglich diese Botschaft an den Mann bringen. Die Kundinnen schmelzen vor Freude unter dem Tannenbaum dahin und der Partner ist glücklich über den stressfreien Geschenkekauf. Unser Wareneinkauf an Xmas-Packets liegt dieses Jahr im fünfstelligen Bereich, eine weitere Nachbestellung ist schon in Auftrag. Wenn es wieder so boomt wie letztes Jahr werden noch einige Bestellungen bis zum 24. Dezember folgen. Natürlich profitieren auch die Mitarbeiter vom höheren Verkaufsumsatz in Form von Provisionen.“



Oliver-Gorden Schulze,
Inhaber „Schulze & Schulze“

„Generell ist der Dezember der verkaufstärkste Monat im Jahr. Das Geld der Endverbraucher sitzt definitiv lockerer, als in den übrigen Monaten. Auch wir haben in diesem Jahr das Angebot unseres Hauptlieferanten in Anspruch genommen und eine etwas größere Menge dieser schön verpackten Produkte eingekauft. Wobei wir sehr genau hinschauen, ob sie auch einen Mehrwert für unsere Kunden bieten. Häufig finden sich in den Angeboten Produkte wieder, die zwar gratis für den Endverbraucher sind, aber keinen hohen Nutzen haben. Diese Angebote kaufen wir generell nicht ein. Darüber hinaus achten wir verstärkt darauf, dass wir die Restbestände auch noch nach Weihnachten verkaufen können indem wir einfach die Weihnachtsbänderolen entfernen. Um ihre eigenen Umsatzzahlen zu steigern, bietet die Industrie die Weihnachtsangebote bereits in den etwas schwächeren Umsatzmonaten Oktober und November an. An dieser Stelle kann ich nur jedem Unternehmer raten, das Angebot auf Liefertermin Ende November oder Anfang Dezember zu legen, um Lagerkosten zu sparen.“



Margit Pinhak,
Mitinhaberin
„Hairline Frisör“

„In den vergangenen Jahren kamen spezielle Beauty-Sets bei unseren Kunden sehr gut an. Meist sind diese schick verpackt, sehen edel aus und werden somit für das Kundenaugen ansprechend präsentiert. Diese Sets werden zum Verschenken gekauft und mehr noch für sich selbst. In den meisten Fällen handelt es sich um attraktive Angebote. Der Kunde prüft sehr genau, ob es sich tatsächlich um ein lohnendes Angebot handelt. Leider muss ich immer wieder feststellen, dass Anbieter solcher Specials oft mit einer tollen Aufmachung und Verpackung locken, es sich aber nicht um ein wirkliches Angebot handelt. Somit prüfe ich bereits beim Einkauf für unsere Kunden. Ganz von selbst verkaufen sich auch schöne Päckchen nicht. Es gehört dazu, die Angebote den Kunden persönlich vorzustellen und auf einem Gabentisch weihnachtlich zu präsentieren. Bei uns im Salon steht der festlich geschmückte Tisch im Eingangsbereich, zusätzlich werden die Geschenksets an den Bedienplätzen ausgestellt. Als besonderen Service verpacken wir die Produkte als Weihnachtsgeschenk.“



Stefan Lupp,
Inhaber „Lupo - über kurz oder lang“

„Schöne und exklusive Designs, passend zum feierlichen Anlass, Goodies - zum Teil Sondereditionen - zu den Produkten kommen beim Kunden aufgrund ihrer Besonderheit sehr gut an. Unsere angebotenen Limited Editions verlocken zum Kauf, da sie gegenüber den handelsüblichen Produkten einen klaren Preisvorteil versprechen. Durch wunderbar gestaltete und hochwertige Geschenkboxen spart der Kunde nicht nur Geld, sondern auch Zeit für aufwendiges Geschenke einpacken - er kann die Produkte direkt so unter den Christbaum legen. Unsere Mitarbeiter verkaufen sehr gerne die Sondereditionen, da sie durch diese dem Kunden das Gefühl vermitteln können, dass er sehr geschätzt wird und ebenfalls etwas Besonderes ist, somit diese einmaligen Produkte verdient hat. Der Preisvorteil dient hierbei als eine Art Danksagung an den Kunden und fördert zudem die Kundenbindung.“