

Briefing WELLA Außendienst Illumina Color

Marktherausforderungen WELLA

- Bei vermehrter Salonschließung und weniger Neueröffnungen sinkt das Umsatzpotenzial für WELLA / Industrie.
- Bestandssalons und Salons die neu eröffnen, haben im Durchschnitt weniger Arbeitskräfte zur Verfügung. Dadurch sinkt das Einkaufspotenzial der Salons.
- Um der Entwicklung der sinkenden Umsätze entgegenzuwirken, ist es notwendig, höherwertige Produkte mit höheren Ertragsmöglichkeiten anzubieten.

KUNDE HAT BEREITS ILLUMINA COLOR UND KOLESTON PERFECT

Marktherausforderungen Friseurunternehmer:innen

- Weniger Mitarbeiter stehen dem Friseurmarkt zur Verfügung
- Geringere Arbeitsleistung (Zeit), also weniger produktive Arbeitsstunden der Mitarbeiter und/oder weniger Öffnungstage (z. B. 4-Tage-Woche)
- Verhältnis der Produktivität der Mitarbeiter und der steigenden Kosten (u.a. Lohnkosten) ist im Ungleichgewicht
- Besuchsrhythmen besonders der Damenkunden verändern sich (geringere Kundenfrequenz)
- Die Salons müssen sich von Mitbewerber abheben.
- Veränderte Kostenstruktur: hohe Kosten/steigende Kosten/Inflation



Lohnkosten steigen auf gesetzlicher Mindestlohnbasis ab 01.01.2024 auf 12,41 € und ab 01.01.2025 auf 12,82 €

Beispiel aktuelle Lohnsituation Rheinland (Tarifvertrag Friseurhandwerk Rheinland):

- 13,00 € für AN mit Gesellenprüfung
- 14,50 € für AN mit Gesellenprüfung und mindestens 2 Jahren Gesellentätigkeit
- 16,00 € für AN mit Gesellenprüfung und mindestens 4 Jahren Gesellentätigkeit
- 17,50 € für AN mit Meisterprüfung und mindestens 2 Jahren Meistertätigkeit



Energiekosten steigen



CO₂-Abgabe steigt



Waren- und Materialeinkauf steigen



Mautgebühren steigen (Warentransport)



Versicherungsbeiträge steigen



Repräsentations- und Lebensmittelkosten steigen



Hohe Inflation hält weiterhin an

Wenn Du mehr Geld verdienen willst, haben wir die Lösung!

Wenn weniger Arbeitskraft zur Verfügung steht, müssen die Produktivität und Einnahmen erhöht werden. Bereits vorhandene und geplante DL können durch Illumina Color upgegraded oder neu beraten werden.

1 VORBEREITUNG KUNDENBESUCH: UMSCHLAGSHÄUFIGKEIT VON ILLUMINA COLOR UND KOLESTON PERFECT PRÜFEN (ABSATZ, PRÜFBAR ÜBER EINKAUF)

Wichtig: Bitte berücksichtige ggf. den Einkauf beim Großhandel

Absatz
Illumina Color > Koleston Perfect
größer



Absatz
Illumina Color = Koleston Perfect
gleich



Wachstumspotenzial
vorhanden

Absatz
Illumina Color < Koleston Perfect
kleiner



erhöhtes
Wachstumspotenzial
vorhanden

2 WEIST DER KUNDE ILLUMINA COLOR UND KOLESTON PERFECT SEPARAT AUF SEINER PREISLISTE FÜR DEN KUNDEN SICHTBAR AUS?

JA



NEIN



Empfehlung:
Illumina Color nach außen als höherwertige
Farbdienstleistung sichtbar platzieren.

3 PRÜFUNG DES PREISUNTERSCHIEDS ZWISCHEN ILLUMINA COLOR UND KOLESTON PERFECT

5–10 € im Basispreis je
Preiskonzept für klassische
Haarfarbe, Glossing, Color Melting



0 bis unter 5 €



5–10 € im Basispreis
je Preiskonzept und Positionierung am Markt für
klassische Haarfarbe, Glossing, Color Melting
(Abgrenzung Illumina Color und Koleston Perfect)

TIPP!
Bitte auch die
Mengenaufschläge
berücksichtigen.

4 MARKETING: BEWIRBST DU DEIN ANGEBOT HEUTE NACH AUSSEN? (ONLINE VIA SOCIAL MEDIA ODER INSTORE)

JA



NEIN



Empfehlung:
Dienstleistungspaket Illumina

Unterstützende Fragen für den Außendienst im Gespräch mit seinen Kunden inkl. Hinweise zur Platzierung von Lösungen.

Wurden deine Mitarbeiter auf das Produkt geschult?

Kennst du die Unterschiede zwischen IC und KP?

Kennst Du den Mehrwert für Deine Kunden?

Kennst Du die Einsatzgebiete zum Thema klassische
Haarfarbe, Glossing, Color Melting von Illumina Color?



Hinweis auf Produktschulung
und Anwendungssicherheit
durch WELLA-Fachtrainer

Hast du festgestellt, dass deine Kosten steigen und dass Du
ggf. an Deiner Kostenstruktur arbeiten musst?



Auf Wunsch: Hinweis auf wirtschaftliche
Jahresplanung (Umsatz-, Kosten- und
Ertragsplanung) durch Salonimpuls möglich

Kennst Du den Mehrwert für Deinen Salon?



Auf Wunsch: Hinweis auf wirtschaftliche
Jahresplanung (Umsatz-, Kosten- und
Ertragsplanung) durch Salonimpuls möglich

Ist dir aufgefallen, dass der Markt nach
anderen Farbbildern verlangt?



Hinweis auf WELLA Trendtour
durch den BPF/BDP

Welche Kunden-Zielgruppe sprichst du an?



Auf Wunsch: Hinweis auf Positionierung
des Salons durch Salonimpuls möglich.

Beratungsvorteil durch Optionen:
hochwertiges Farbprodukt oder Premium



Hinweis auf Vollsortiment sowie
Mitarbeitergewinnung und -bindung
durch den BPF/BDP

Bietest Du deinen Mitarbeitern genügend Möglichkeiten
zur kreativen Entfaltung?



Auf Wunsch: Hinweis zum Thema Mitarbei-
tergewinnung, Kundengewinnung und Bera-
tungsseminar durch Salonimpuls möglich.