



Machen Sie Ihren
Salon **Inflationsfit**
für die Zukunft

JETZT!



friseursalonrechner.at



DER DIAMANTENWEG:



DIE
REALITÄT:



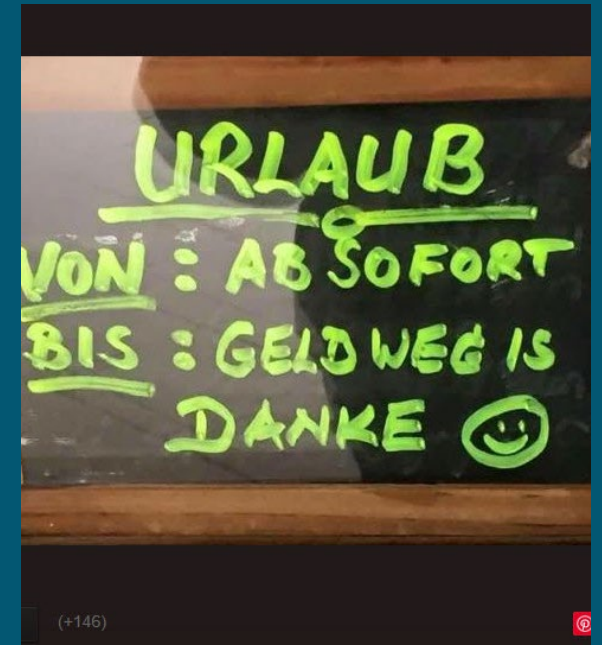
Mitarbeiter
gesucht!



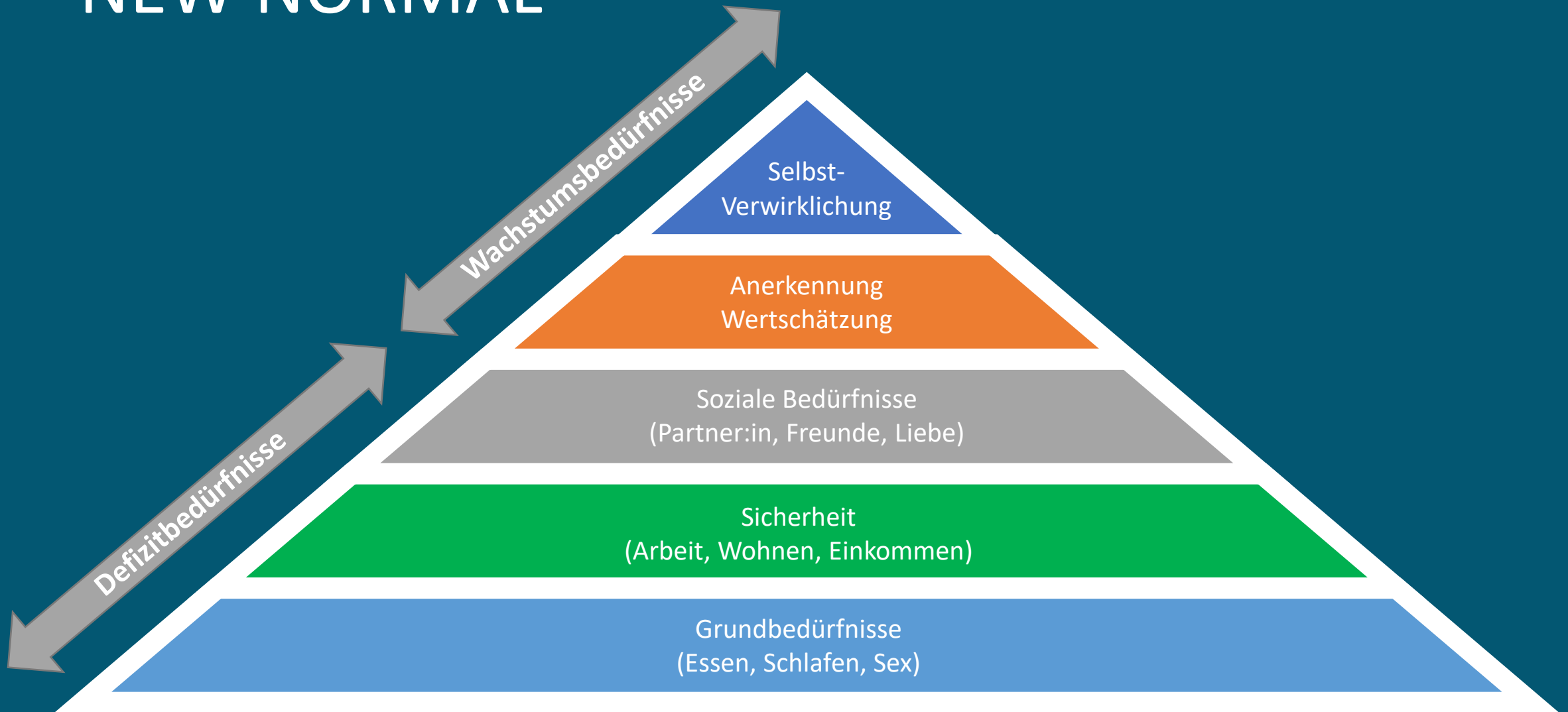
WIR SUCHEN
DICH !!!



NEW NORMAL

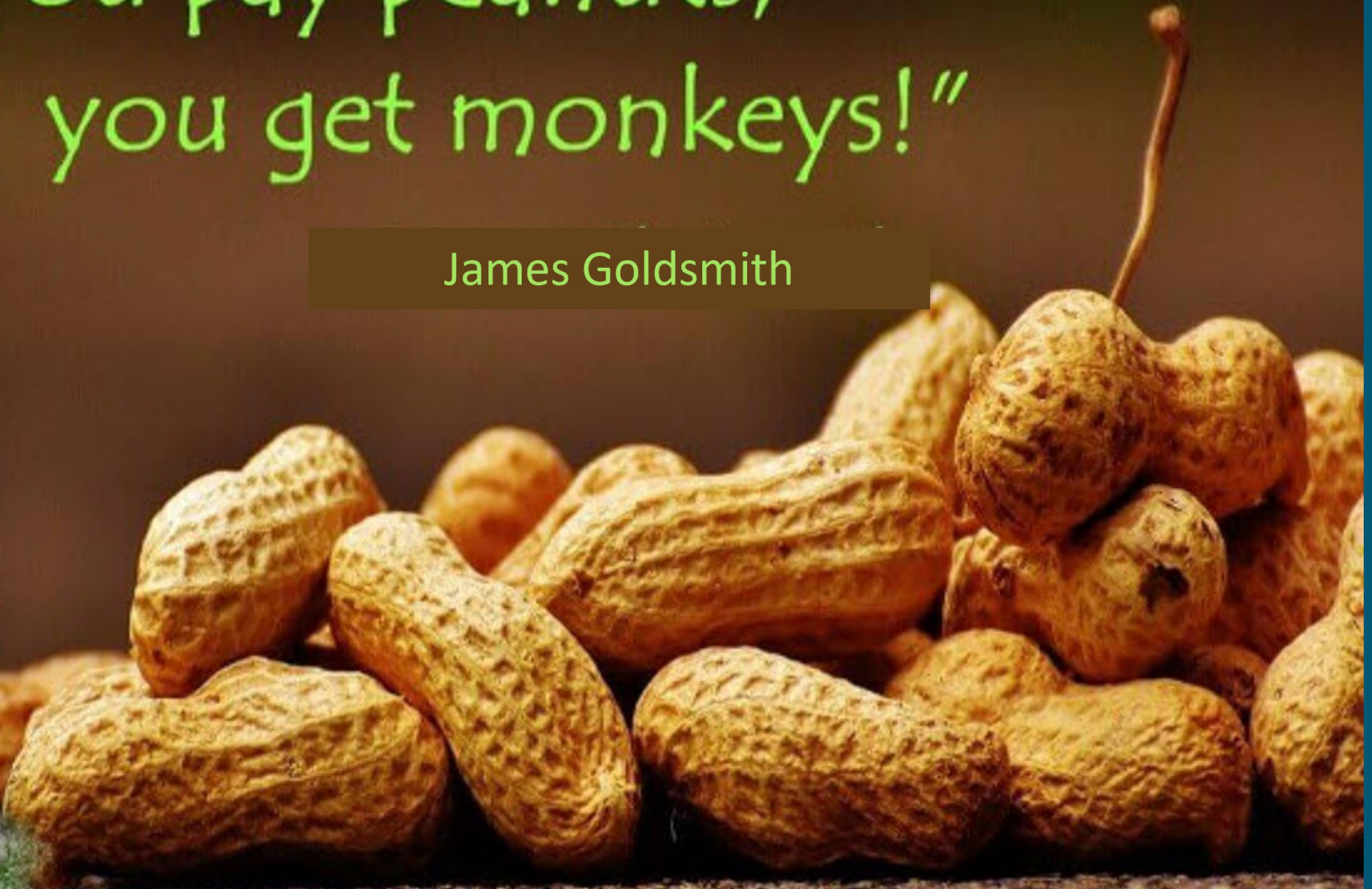


NEW NORMAL



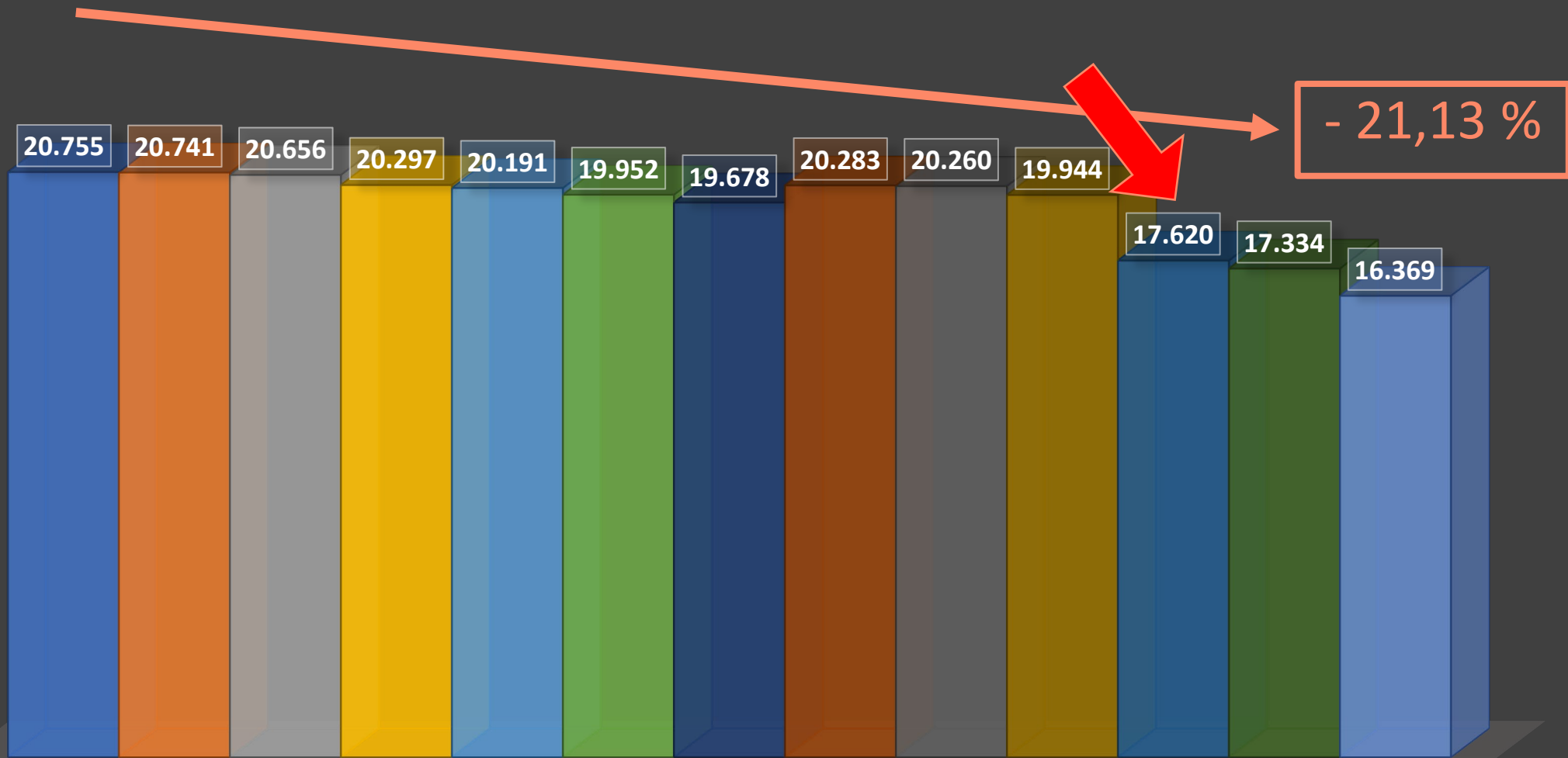
"If you pay peanuts,
you get monkeys!"

James Goldsmith



UNSELBSTÄNDIG BESCHÄFTIGTE FRISEURE IN ÖSTERREICH

■ 2010 ■ 2011 ■ 2012 ■ 2013 ■ 2014 ■ 2015 ■ 2016 ■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022

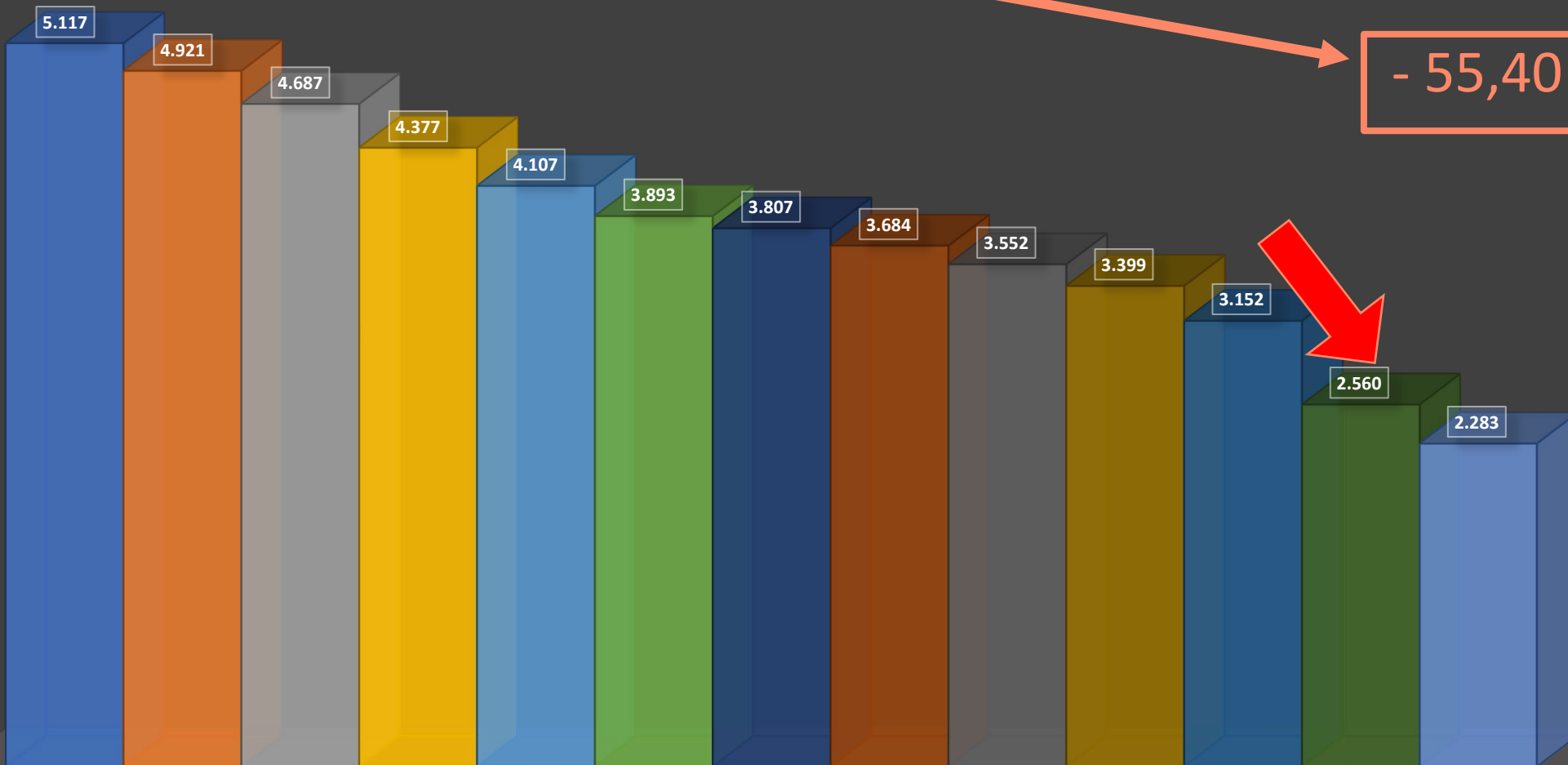


Fachverband FRISEURE (124):

Unselbständig Beschäftigte 2010 - 2022 nach Bundesländern - Arbeitsstättenebene *

Jahr *	B	K	NÖ	OÖ	S	St	T	V	W
2010	501	1.361	3.084	3.235	1.360	2.809	1.743	804	3.666
2011	481	1.334	3.052	3.212	1.341	2.761	1.748	789	3.740
2012	476	1.319	3.039	3.144	1.329	2.694	1.729	787	3.693
2013	458	1.331	2.986	3.095	1.284	2.646	1.675	774	3.523
2014	460	1.311	2.950	3.022	1.241	2.630	1.611	746	3.499
2015	452	1.293	2.924	3.013	1.221	2.506	1.641	781	3.448
2016	429	1.309	2.852	2.974	1.184	2.452	1.607	785	3.458
2017	460	1.286	2.934	2.977	1.231	2.528	1.650	760	3.650
2018	470	1.280	2.896	2.944	1.231	2.537	1.654	758	3.649
2019	464	1.275	2.926	2.882	1.193	2.488	1.626	756	3.606
2020	425	1.131	2.559	2.639	1.099	2.189	1.515	725	3.156
2021	405	1.096	2.570	2.527	1.099	2.222	1.502	696	2.977
2022	396	1.026	2.426	2.365	943	2.097	1.378	652	2.899
Anteil 2022 in %	2,8	7,2	17,1	16,7	6,7	14,8	9,7	4,6	20,4
Veränderung 2010 - 2022 in %	-20,9	-24,6	-21,3	-26,9	-30,6	-25,4	-20,9	-18,9	-20,9

LEHRLINGE FRISEURE IN ÖSTERREICH



- 55,40 %

Fachverband FRISEURE (124):

Lehrlinge 2010 - 2022 * nach Bundesländern

Jahr	B	K	NÖ	OÖ	S	St	T	V	W	Österreich
2010	94	381	686	962	393	684	541	276	1.100	5.117
2011	77	356	670	946	379	640	519	274	1.060	4.921
2012	72	349	660	859	356	624	496	256	1.015	4.687
2013	69	318	616	769	344	587	475	233	966	4.377
2014	57	283	583	727	321	556	462	221	897	4.107
2015	51	257	553	698	297	526	443	202	866	3.893
2016	43	269	528	679	294	505	431	196	862	3.807
2017	46	249	486	649	295	509	410	179	861	3.684
2018	39	235	470	599	289	471	395	207	847	3.552
2019	51	234	465	580	264	433	365	185	822	3.399
2020	48	204	447	510	247	410	328	181	777	3.152
2021	48	170	361	409	210	332	277	129	624	2.560
2022	41	141	333	368	183	297	244	117	559	2.283
Anteil 2022 in %	1,8	6,2	14,6	16,1	8,0	13,0	10,7	5,1	24,5	100,0
Veränderung 2010 - 2022 in %	-56,4	-63,0	-51,5	-61,7	-53,4	-56,6	-54,9	-57,6	-49,2	-55,4



-  **Weiterbildungen**
-  **Prämien**
-  **Krisensichere Jobs**
-  **Vielfalt an Karrierechancen**
-  **Familie und Beruf vereinbaren**
-  **Mitarbeiter-Treuebonus**
-  **Gesundheitsmanagement**
-  **Vergünstigungen bei Versicherungen**

Über 4.500 Euro Prämien*

- Monatliche **Lehrlingsprämien** bis zu € 140,-
- Jährliche **Zeugnisprämien** bis zu € 218,-

Gratis B-Führerschein oder E-Bike*

bei überdurchschnittlicher beruflicher und schulischer Leistung während der gesetzlichen Lehrzeit.



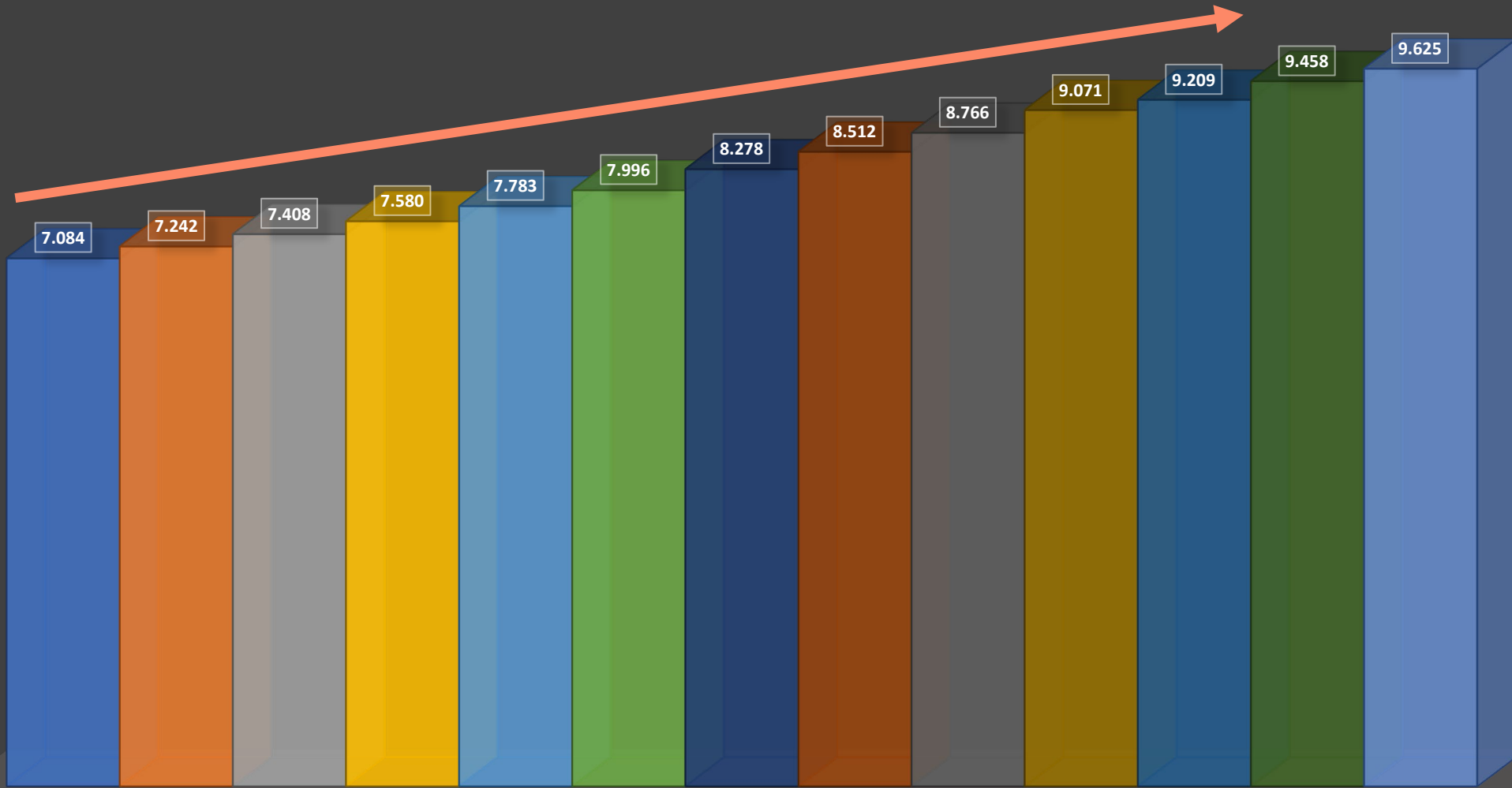
iPad für die Besten

Besonders engagierte und gute Lehrlinge bekommen am Ende des ersten Lehrjahrs als zusätzliche Prämie ein iPad geschenkt.

AKTIVE FACHGRUPPENMITGLIEDER IN ÖSTERREICH

■ 2010 ■ 2011 ■ 2012 ■ 2013 ■ 2014 ■ 2015 ■ 2016 ■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022

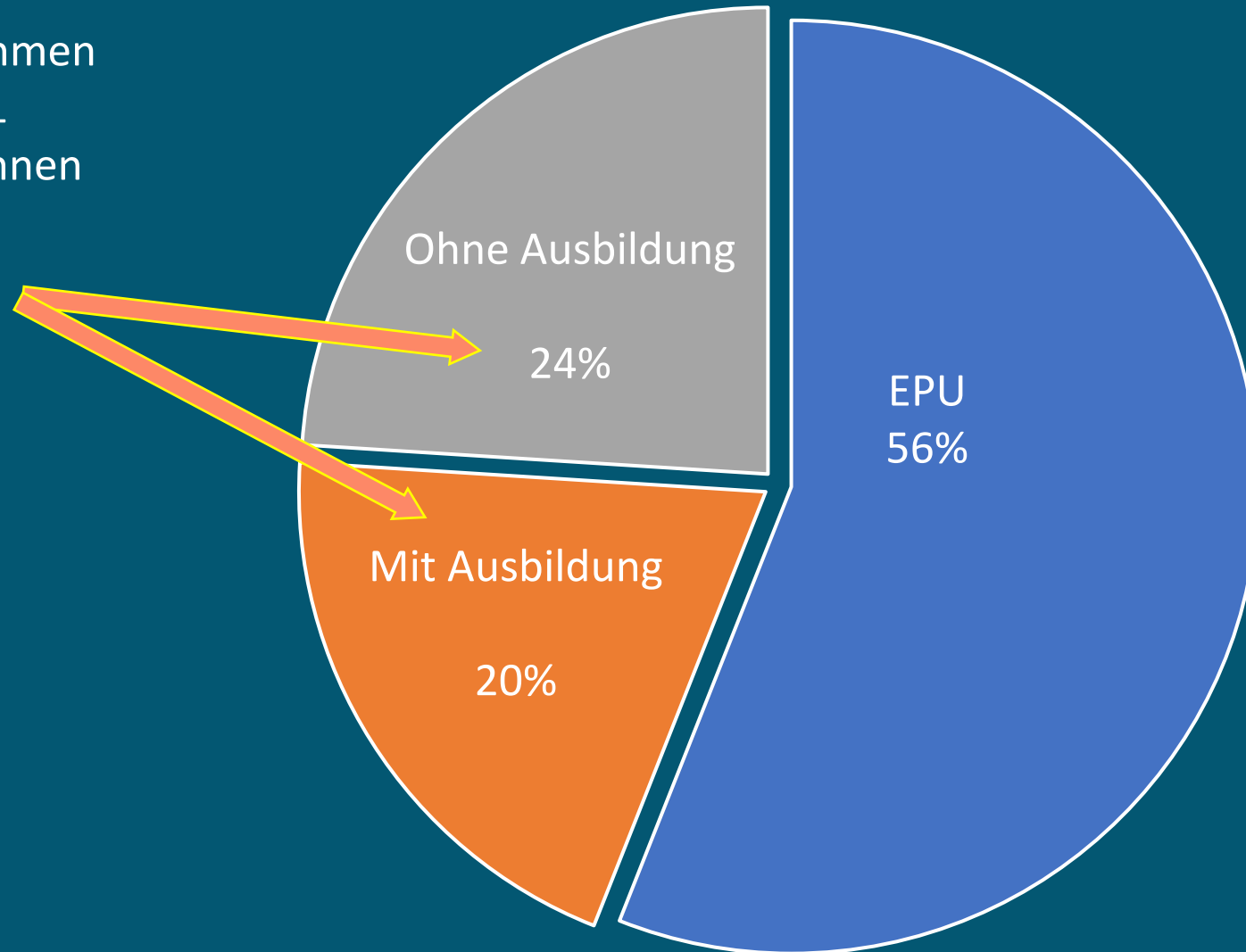
+ 35,90 %



Betriebsstruktur

Salonunternehmen
mit min. 1
Mitarbeiter:innen

44%



Ohne Ausbildung

24%

EPU
56%

Mit Ausbildung

20%



Öl auf Leinwand
Unbekannter Künstler
um 2022 n.Chr.

„Ankunft der Strom-
und Gasrechnung“



Verbraucherpreisindex (VPI/HVPI)

VPI

März 2023

118,8

↑ +9,2 % zum Vorjahr

vorläufig, Basis 2020

HVPI

März 2023

128,87

↑ +9,2 % zum Vorjahr

vorläufig, Basis 2015

VPI

April 2023

↑ +9,8 % zum Vorjahr

Schnellschätzung, Basis 2020

VPI – INDEX ANPASSUNG



Mietpreise

Strompreise

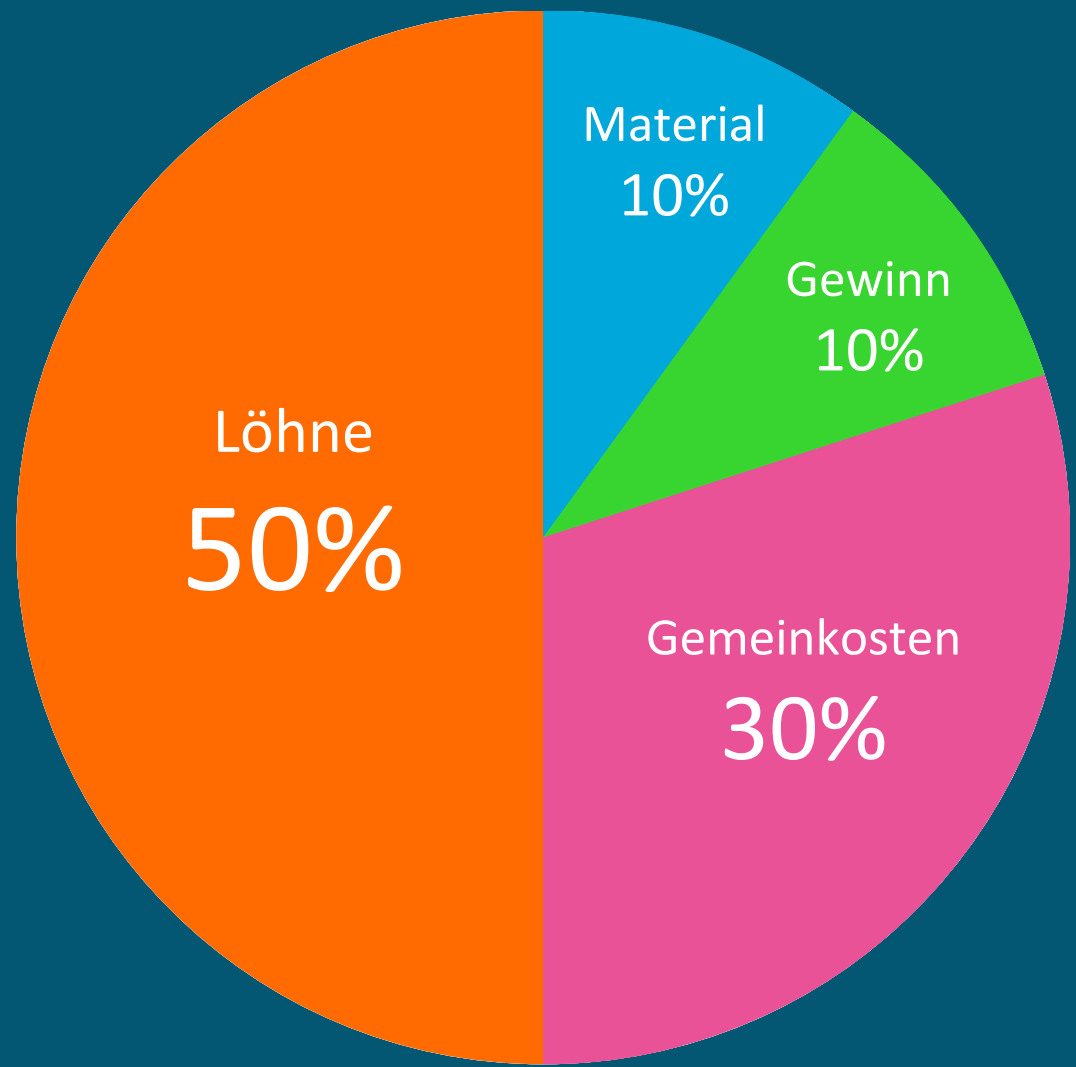


Gaspreise

Kredite



SALON- ERFOLGS- RECHNUNG



WERBUNG IM SALON ALEXANDER

Lieben Kunden und Kundinnen,

Nach dem wir sämtliche Steuern,

wie z.B. Mehrwert-, Gewerbe-, Lohnsummen-, Einkommens-, Vermögens-, Grund-, Digital-, Hunde-, Kirchen-, Zinsertrags-, Luft-, KFZ-, U Bahn- und Anzeigensteuer bezahlt haben,

Sowie Beiträge zur Krankenkasse, Pensionsversicherung, Familienausgleichslastenfond, Ankündigungsabgabe, Unfall-, Lebens-, Feuer-, Angestellten-, Arbeitslosen-, Einbruchs-, Kraftfahrzeughaftpflicht-, Betriebs- und Privathaftpflichtversicherungen bezahlt haben,

die Gebühren für Gas, Strom, Wasser, Heizung, Müllabfuhr, Kanal, Telefon, Internet, Rauchfangkehrer, Zeitungen, Lesezirkel, Radio, Fernsehen, AKM usw. entrichtet,

und einen Teil der Wareneingangsrechnungen überwiesen haben,

bleibt uns in diesem Monat nur das Geld für diese Reklame übrig, um Sie zu bitten, unseren Friseursalon durch regen Besuch unterstützen zu wollen.

Für Ihren Besuch danken Ihnen das Finanzamt, die Gemeinde, die Krankenkassen,

sowie das Team und der Inhaber des Friseursalon Alexander!





Endemie

~~Pandemie~~



ZUSAMMENFASSUNG DER IST SITUATION

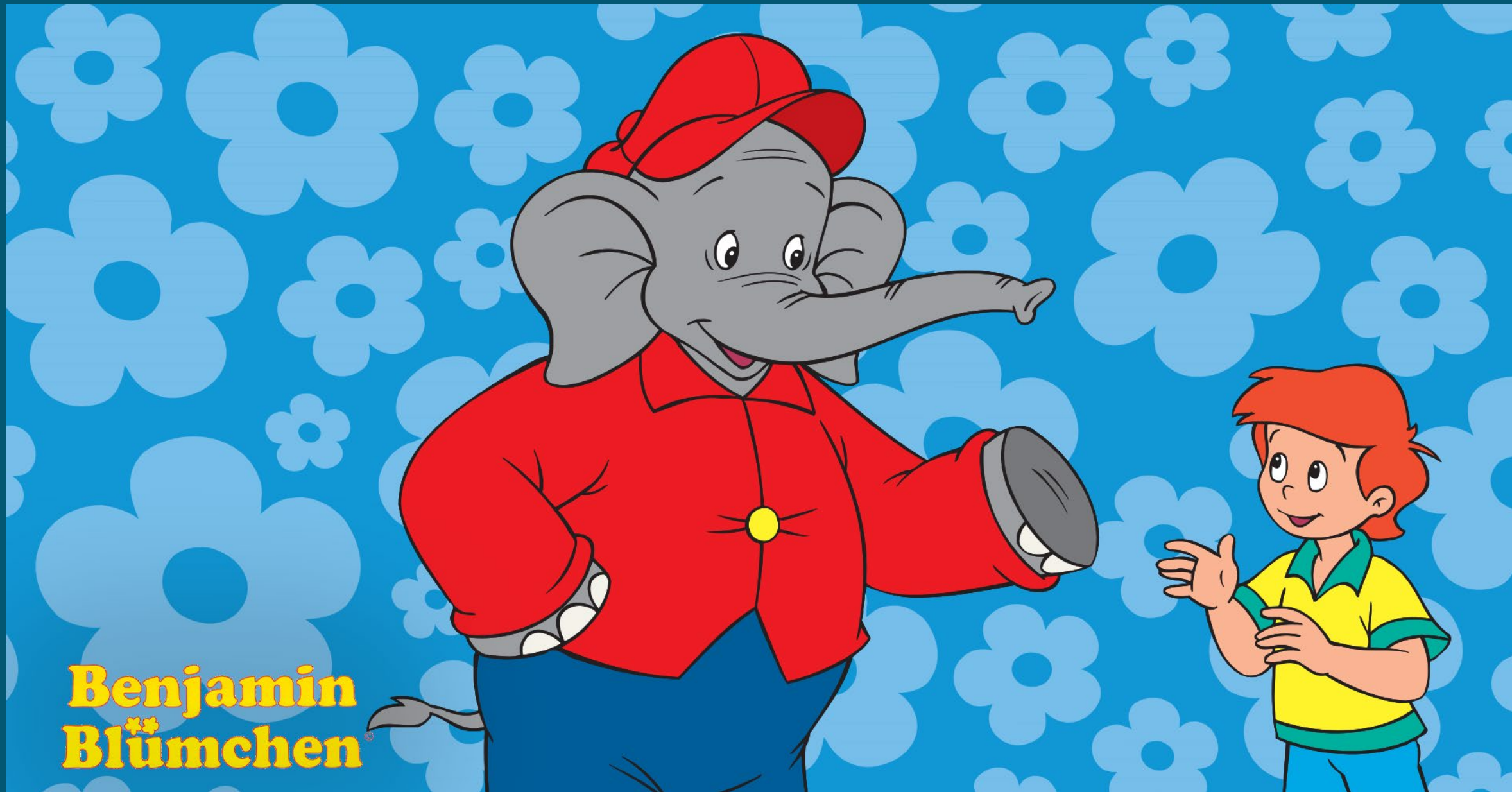
Die 4 großen Herausforderungen



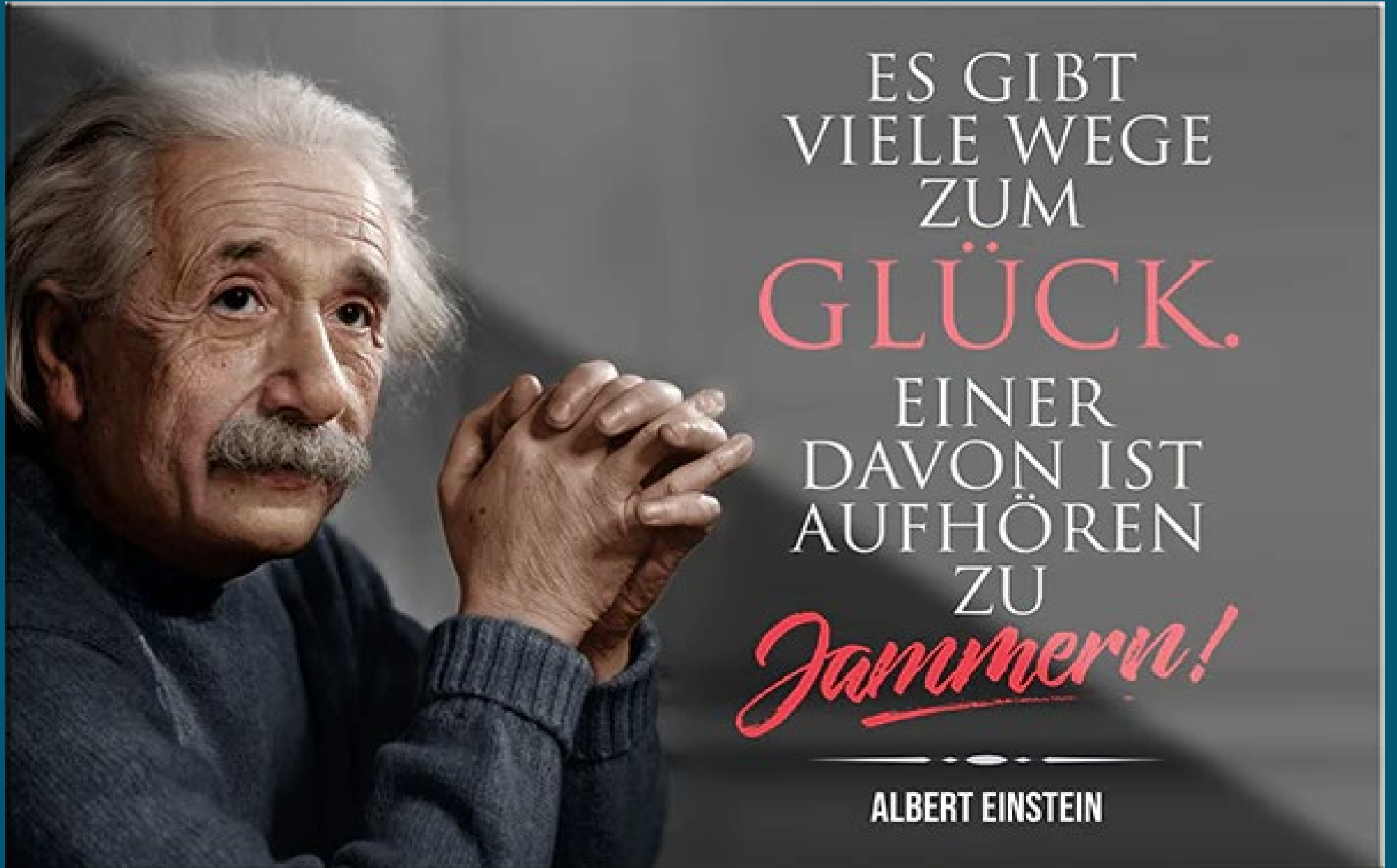


Warum
passiert
das immer
nur mir?





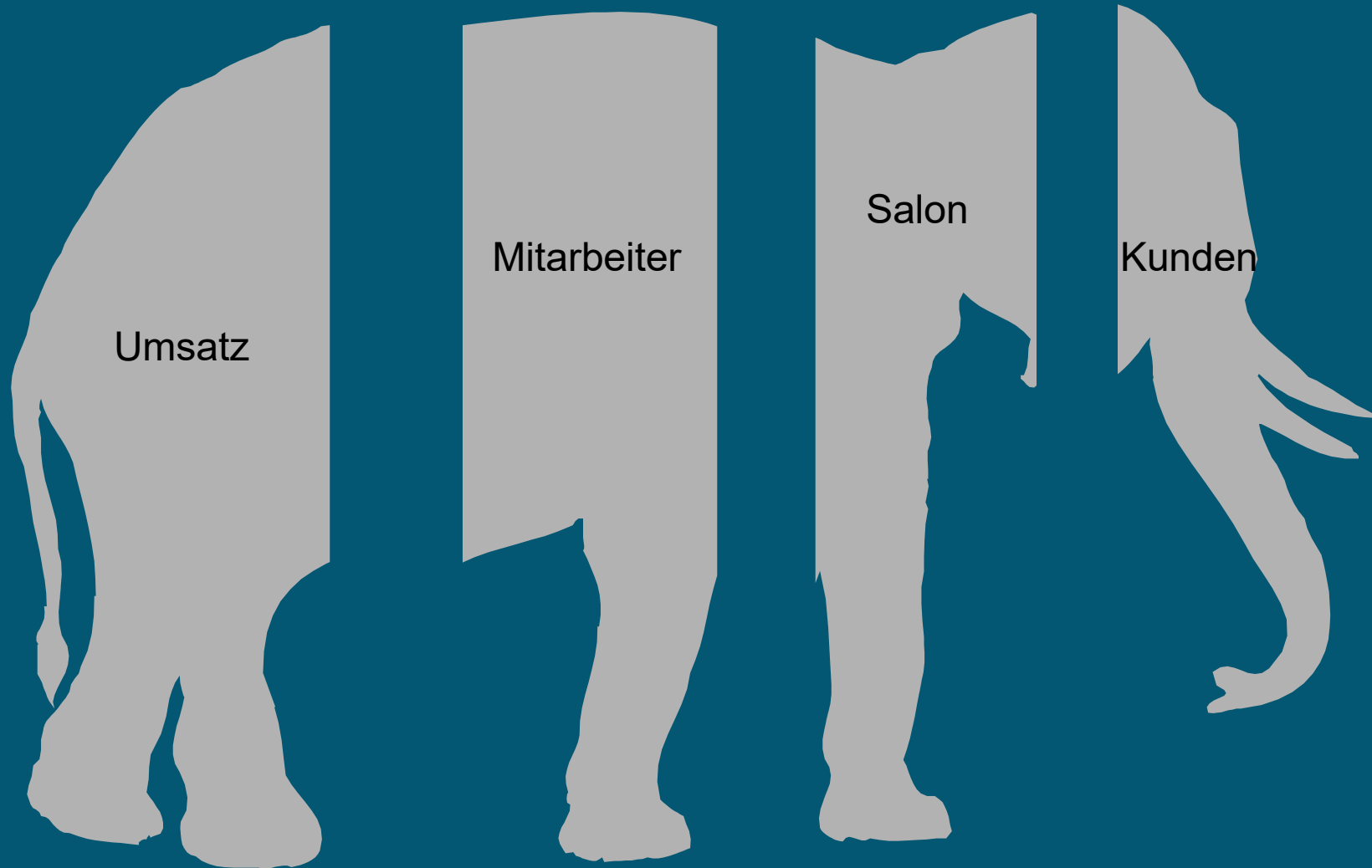
**Benjamin
Blümchen**



ES GIBT
VIELE WEGE
ZUM
GLÜCK.

EINER
DAVON IST
AUFHÖREN
ZU
Jammern!

ALBERT EINSTEIN



DER DIAMANTENWEG:

 Einstellung



STRATEGIE

 Kosten- und Leistungsmanagement

 Salon Organisation

 Kommunikation & Beratung

 Unternehmenskommunikation -
Marketing

 BERATUNG!!

 Kundenbindung und Neugewinnung

 Offline

 Schaufenster / Salonjourney

 Klassische Werbemittel (Flyer,
Friendscard, Stammkunde)

 Online

 Website & Social Media (Facebook,
Instagram, Tic Toc)

 Führung

 Mitarbeiter


 Motivation

 Ausbildung

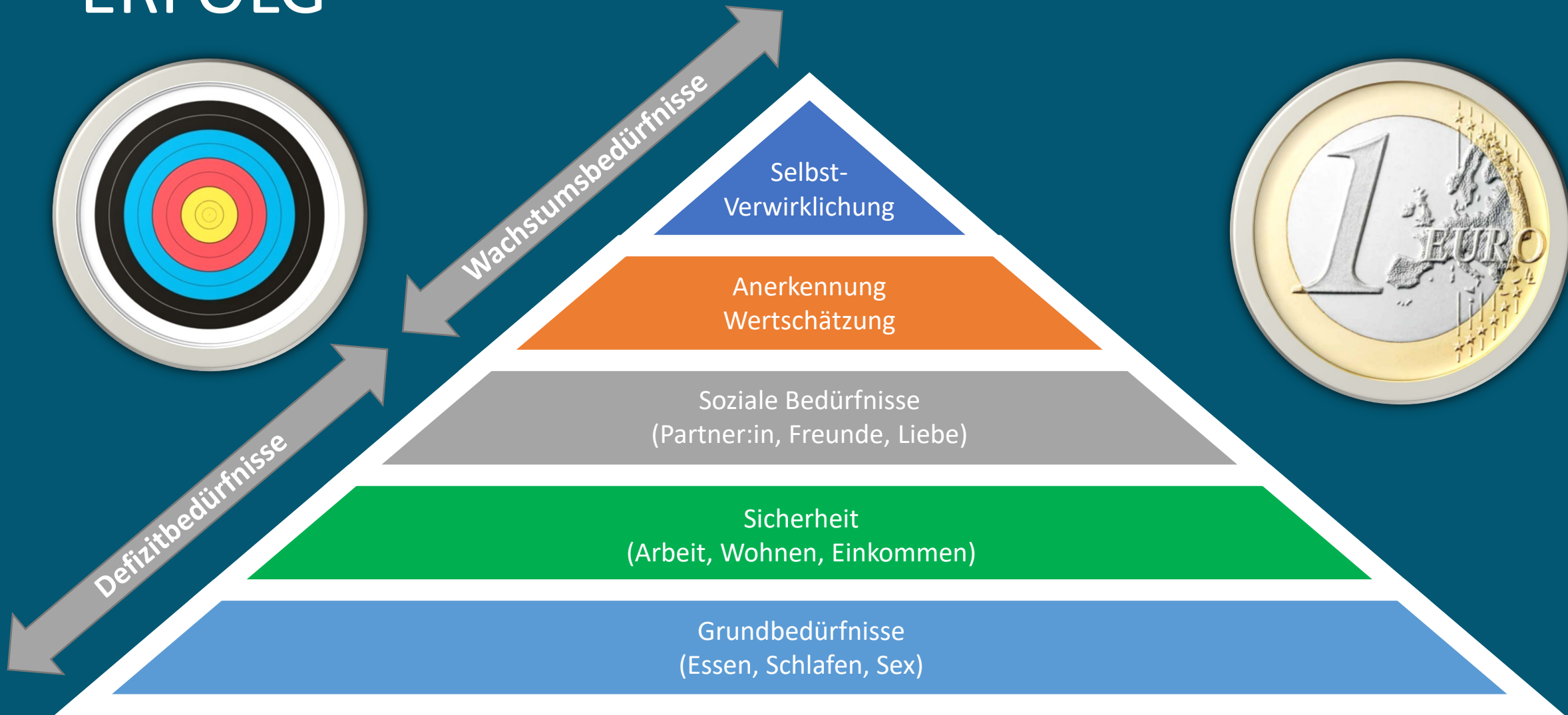
 Löhne

 Qualitätsmanagement

 Persönlichkeitsentwicklung

 Ziele = Erfolg

ERFOLG



**E
R
F
O
L
G**



ERFOLG



ERFOLG



SALONORGANISATION & DIGITALISIERUNG



 Rezeption & Kassa Tätigkeiten

 Umgang mit Mails und Post

 Digitale Rezeption

 Bargeldloses Trinkgeld-Organisation

Kostenloses Angebot anfordern Anmeldung Online Infoabend

Bitte ankreuzen:

- Individuelles Angebot einholen
- Anmeldung nächster Online Infotermin - "Bargeldloses Trinkgeld" am Montag, 15. Mai um 17:00 Uhr - Einladungslink für Google Meet Call folgt.

Name Saloninhaber:in*

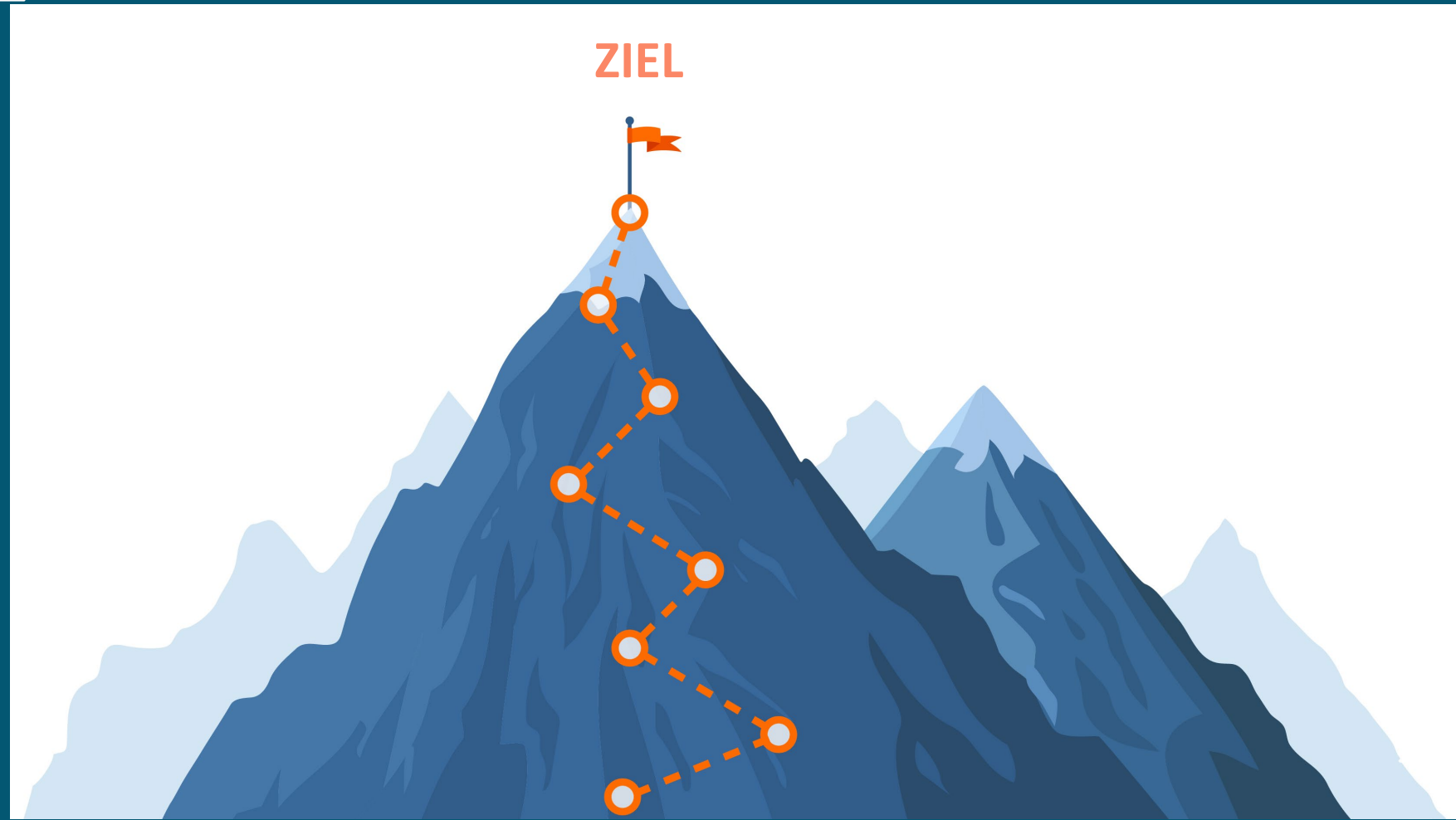
E-Mail-Adresse*

ERFOLG



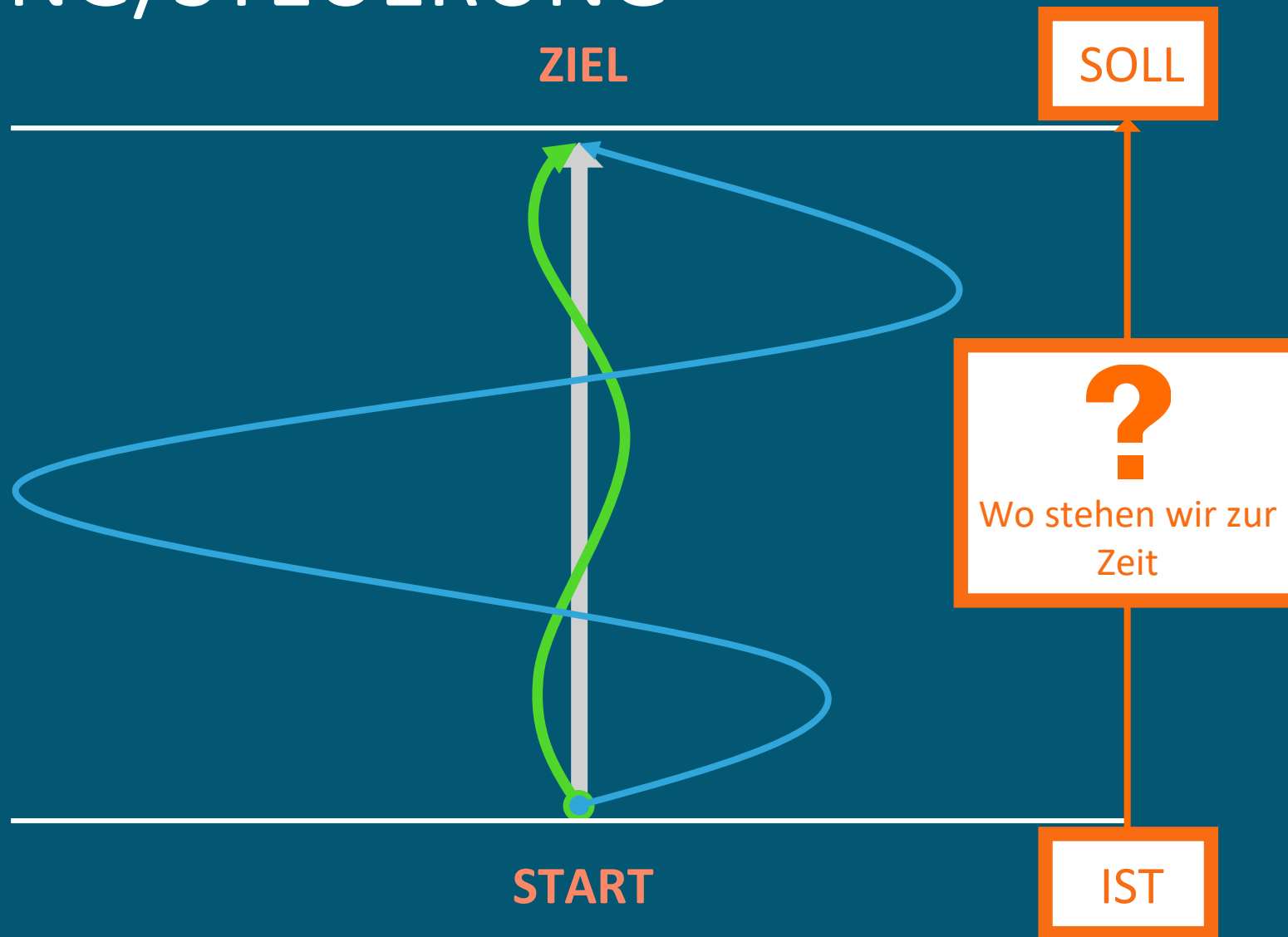


DIE REISE



START

ZIEL-PLANUNG/STEUERUNG



DER DIAMANTENWEG:

 Einstellung



 Strategie



POSITIONIERUNG

Die Positionierung eines Friseursalons bezieht sich auf **die Art und Weise, wie der Salon von seinen Kunden wahrgenommen wird und welche einzigartigen Merkmale oder Vorteile er im Vergleich zu anderen Friseursalons in der Umgebung bietet**. Im Allgemeinen gibt es mehrere Faktoren, die bei der Positionierung eines Friseursalons berücksichtigt werden sollten, darunter:

- **Zielgruppe:** Welche Art von Kunden möchte der Friseursalon ansprechen? Dies kann von Alter, Geschlecht, Einkommen und anderen demographischen Merkmalen abhängen.
- **Dienstleistungen:** Welche Dienstleistungen bietet der Friseursalon an und wie unterscheiden sie sich von anderen Friseursalons in der Umgebung?
- **Preisgestaltung:** Wie sind die Preise des Friseursalons im Vergleich zu anderen Friseursalons in der Umgebung?
- **Standort:** Wo befindet sich der Friseursalon und wie leicht ist es für Kunden, dorthin zu gelangen?
- **Atmosphäre und Ambiente:** Welche Art von Atmosphäre und Ambiente bietet der Friseursalon seinen Kunden und wie unterscheidet es sich von anderen Friseursalons in der Umgebung?
- **Image:** Welches Image möchte der Friseursalon vermitteln und wie unterscheidet es sich von anderen Friseursalons in der Umgebung?

Indem der Friseursalon sich auf einzigartige Merkmale oder Vorteile konzentriert, die von den Kunden geschätzt werden, kann er sich erfolgreich positionieren und von anderen Friseursalons in der Umgebung abheben.

POSITIONIERUNG / PREISGESTALTUNG

 Preisvariation für bessere Auslastung

 Anzahlung

 Weg von kurz, mittel, lang – einheitlicher Haarschnittpreis

 Minutenpreise

 Preis-Empowerment

 Preise anheben, um Team-Wertigkeit zu steigern

 Voraussetzung: Kosten- Leistungsmanagement & Qualitätsmanagement!

DER DIAMANTENWEG:

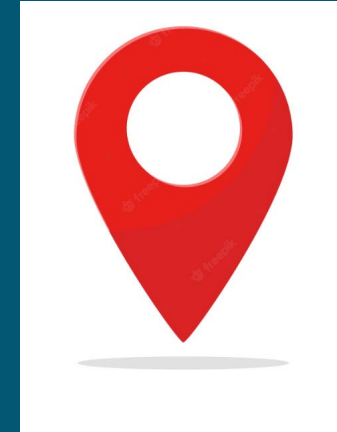
 Einstellung



 Strategie



 Positionierung



ERFOLG



SALON
ERFOLG
QUALITÄT

SALON

Inhaber:in



Qualitätsanspruch



StylistenInnen / Lehrlinge



TEAM

SALON ERFOLG QUALITÄT

SALON

InhaberIn / SalonleiterIn



InhaberIn / SalonleiterIn



Qualitätsanspruch



StylistenInnen / Lehrlinge



TEAM

InhaberIn / SalonleiterIn



Qualitätsanspruch



Qualitätsanspruch



StylistenInnen /

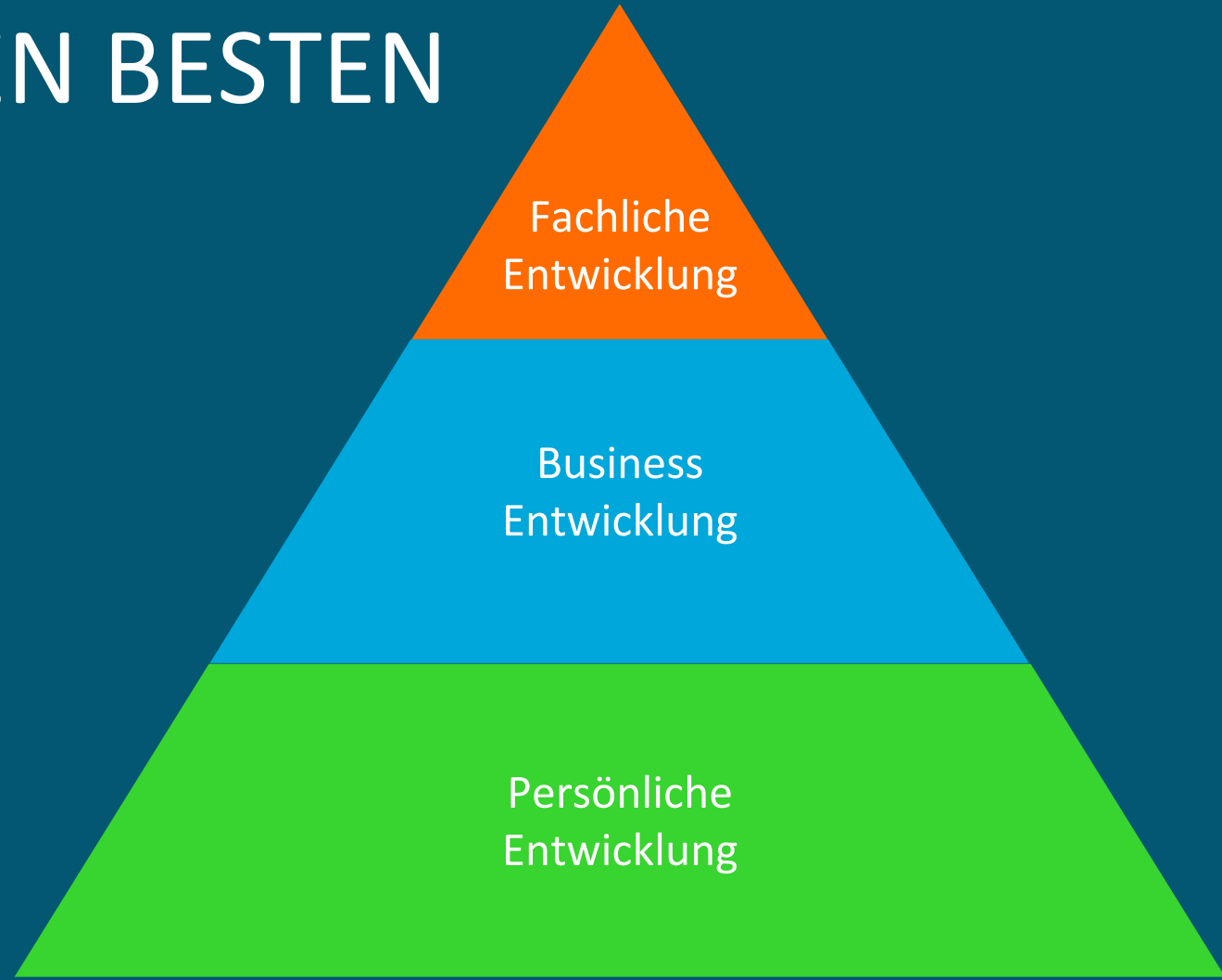
StylistenInnen / Lehrlinge



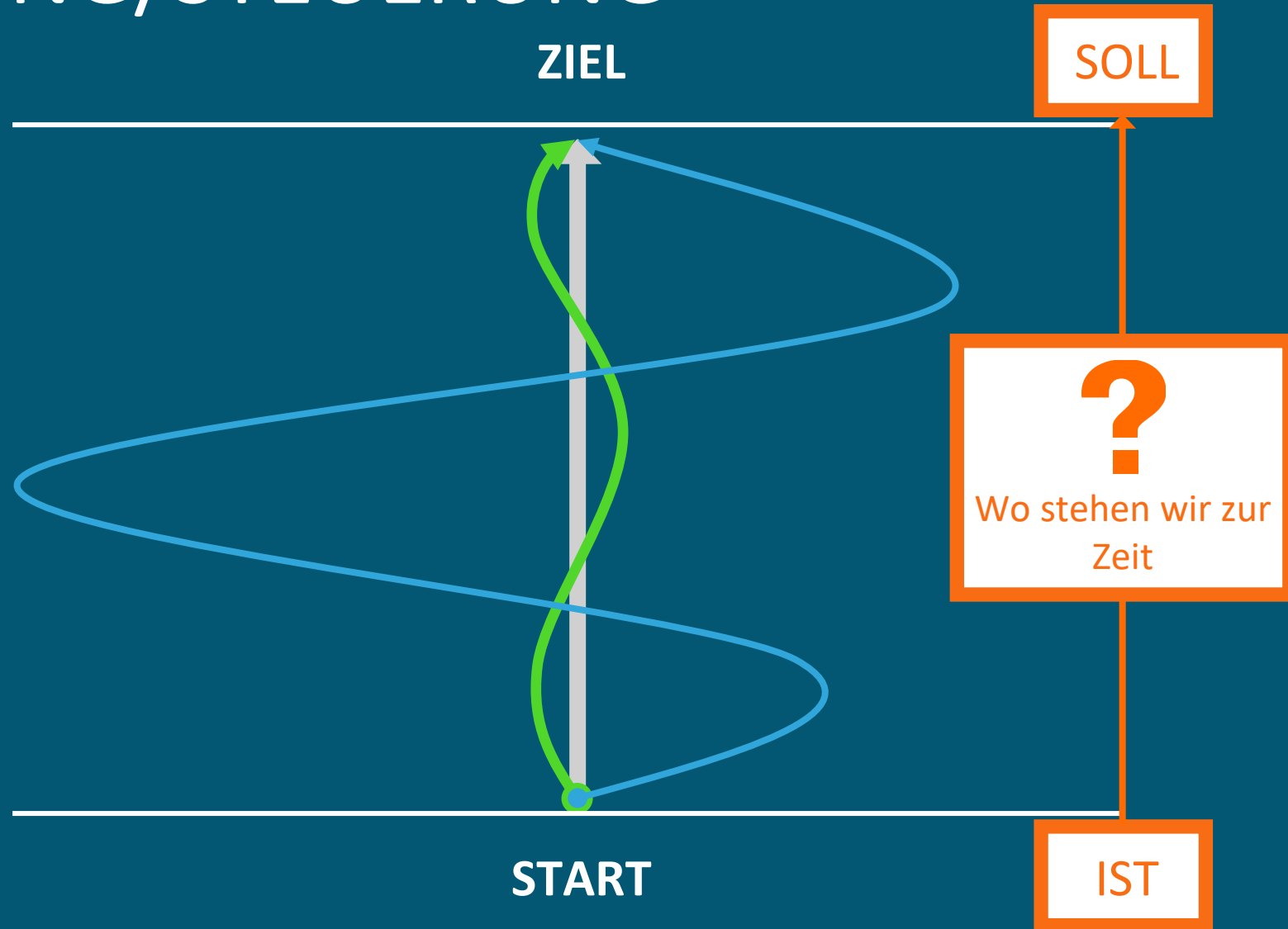
TEAM



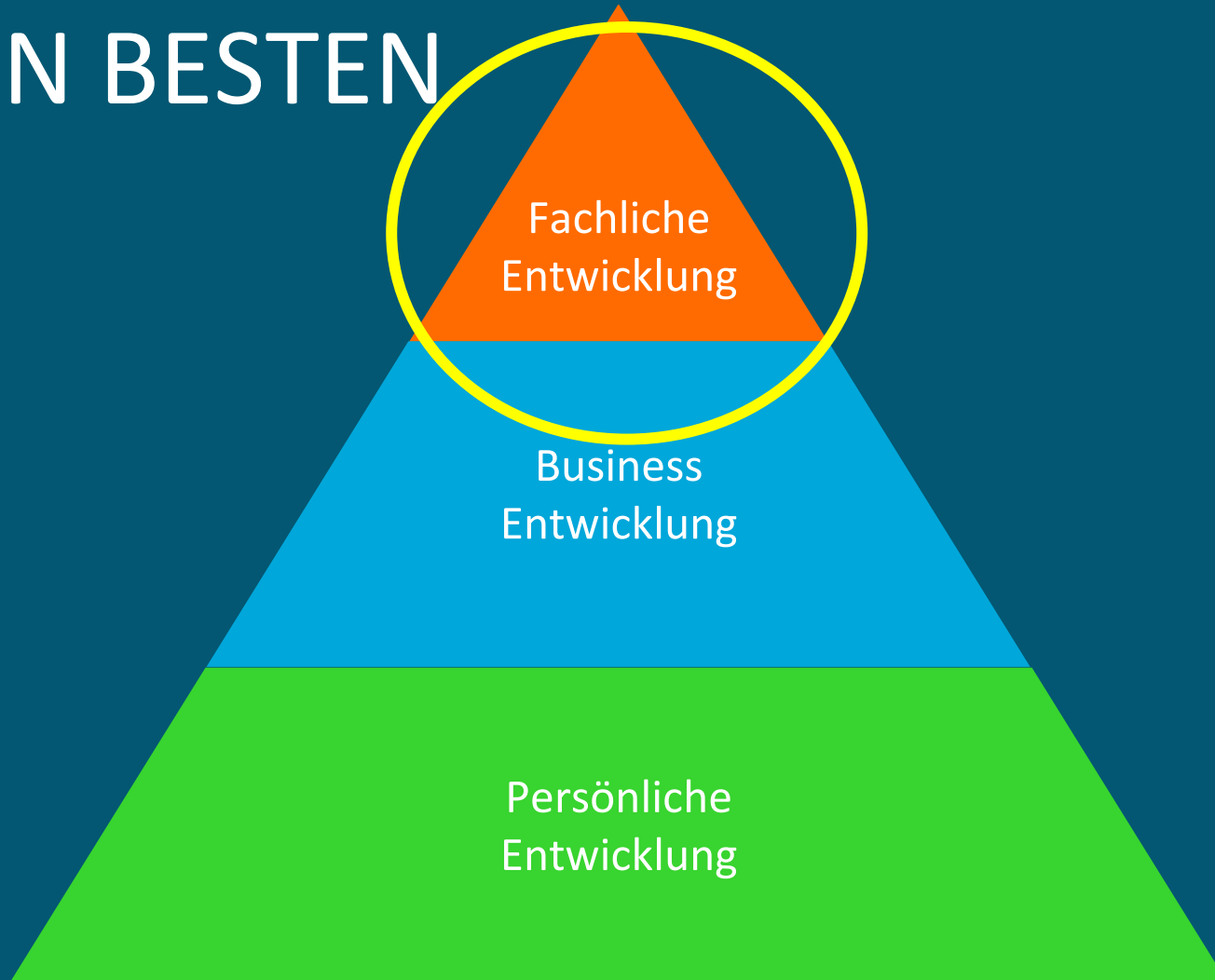
WEG ZU DEN BESTEN



ZIEL-PLANUNG/STEUERUNG



WEG ZU DEN BESTEN



Ausbildung der Mitarbeiter:innen



AUSBILDUNG DER MITARBEITER:INNEN

 Ausbildungsplan
pro Mitarbeiter

 Fachliche
Ausbildung

 Kommunikation
&
Beratung

 Business
Verständnis

 Qualität

 Salon-
Organisation

AUSBILDUNGSPLAN

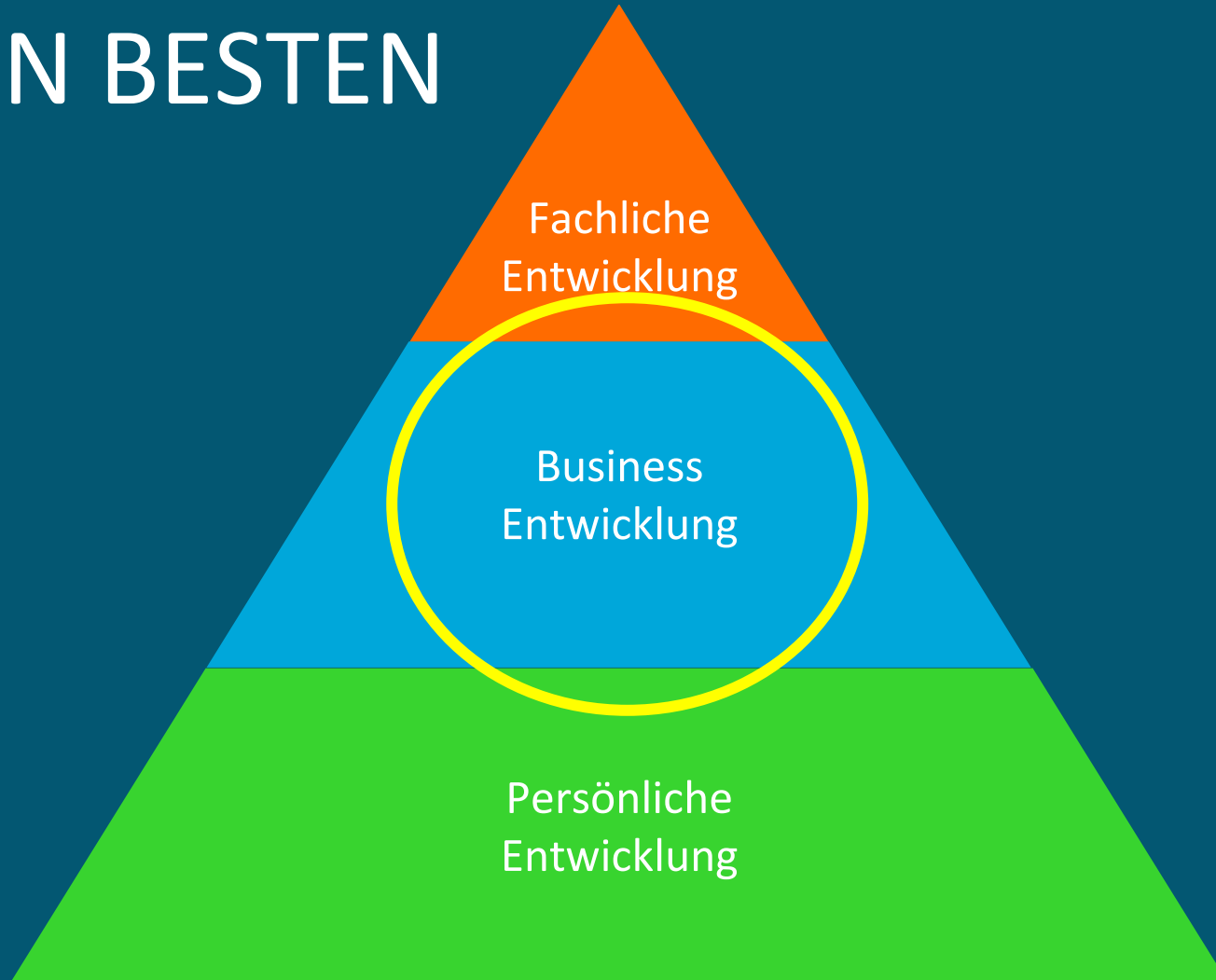
Vorname - Nachname	Stärken	Schwächen
Anna Muster	Hochstecken / Styling / Make Up	DLF > 2,5 Umsatz > DB2 Colour Know How
Bernie Musterhofer	DLF < 3,5	VK > 6% Pflegeanteil im Salon > 5 %
...		
...		

AUSBILDUNGSPLAN

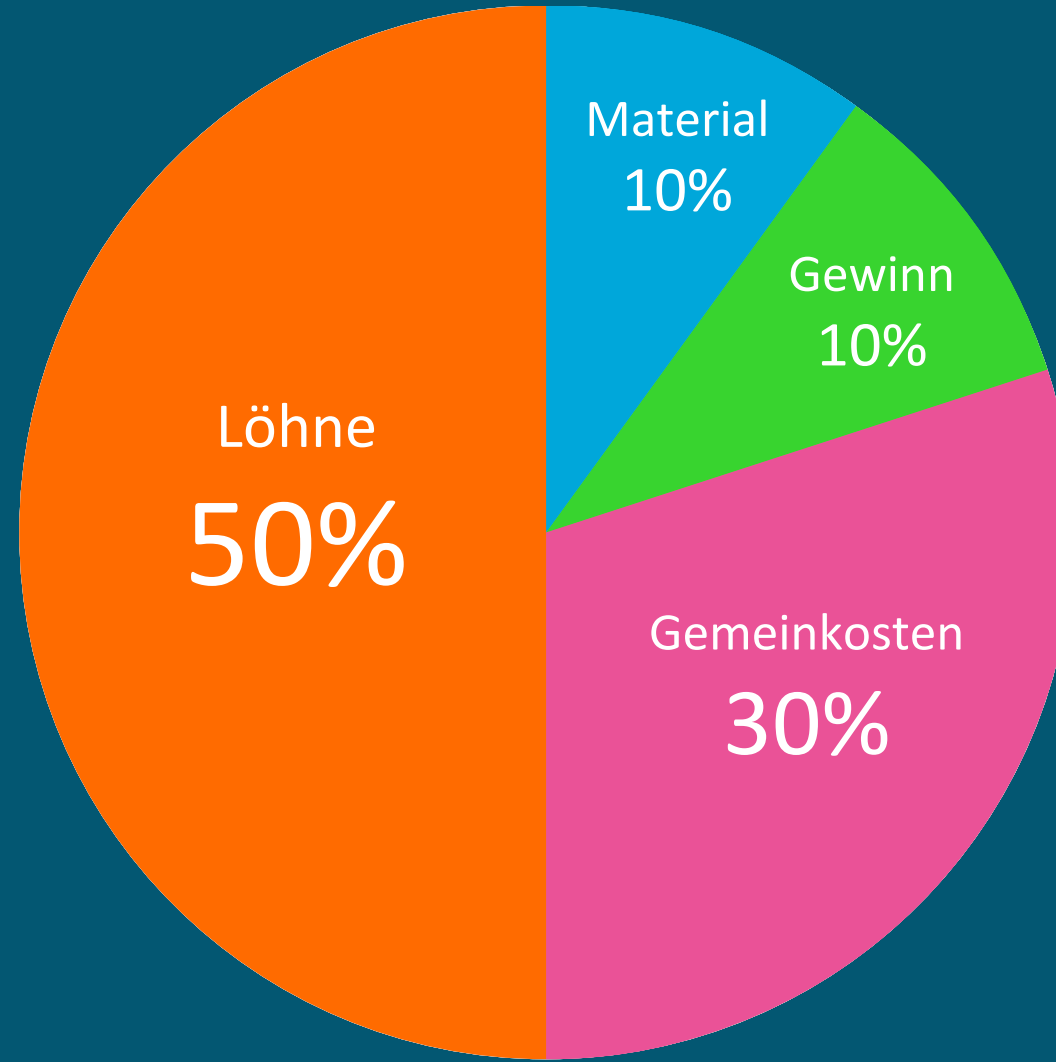
Vorname - Nachname	Thema	Weiterbildungs- Veranstaltung / Seminar	Wo? & Wann?	Angemeldetstatus:
Anna Muster	DLF steigern / Colour	Balayage	Salon XYZ 27.-28. Feb.	Angemeldet
Anna Muster	Colour Basis WH	elearning	Selbststudium auf eigene Zeiteinteilung	
...				
...				



WEG ZU DEN BESTEN



BUSINESS VERSTÄNDNIS



Was bleibt Gewinn, bei.....

"Was bleibt Gewinn" - der/dem Unternehmer:in - am Beispiel:

w/fö Kurzhaar

€ 27,80

"Was bleibt Gewinn" - der/dem Unternehmer:in - am Beispiel:				w/fö Kurzhaar	
Was bleibt vom Bruttoumsatz:				120%	€ 27,80
MWST				20%	€ 4,63
NETTO-Umsatz				100%	€ 23,17
				%-anteil	€
1. Auflistung Gemeinkosten		davon		29,1%	€ 6,74
Betriebskosten:	Miete, Betriebskosten, Strom/Gas/Wasser, Telefon/Internet/Fax				
	Porto, EDV, Kanalgebühren, Abfallentsorgung, geringwertige Wirtschaftsgüter			8,2%	€ 1,89
Bankkosten	Spesen, Bankomatgebühren, Kreditkarten, Zinsen etc.			0,9%	€ 0,21
Werbekosten	Werbeaufwand, AKM, Zeitungen, Zeitschriften, Deko, Kundenbetreu			2,1%	€ 0,48
Weiterbildung	Seminare, Fachliteratur etc.			0,0%	€ 0,00
Versicherungen	Versicherungen, Haftpflicht Betrieb, Betriebssteuern, Umlagen etc.			8,1%	€ 1,88
Sonstige Kosten	Beratung (Recht/Steuer), Buchhaltung, Verwaltungskosten, Reise- &				
	Fahrtspesen, Fahrzeugkosten, Reparaturen und Instandhaltung etc.			9,9%	€ 2,28
2. Auflistung Personalkosten / Löhne & Lohnnebenkosten				46,6%	€ 10,79
3. Auflistung Materialkosten				10,4%	€ 2,42
GESAMTKOSTEN				86%	€ 19,94
Gewinn vor Steuern!				13,9%	€ 3,22

"Was bleibt Gewinn" - der/dem Unternehmer:in - am Beispiel:						w/fö Kurzhaar	
				Was bleibt vom Bruttoumsatz:	120%	€ 27,80	
				MWST	20%	€ 4,63	
				NETTO-Umsatz	100%	€ 23,17	

						Gewinn?:	€ 3,22
--	--	--	--	--	--	-----------------	---------------

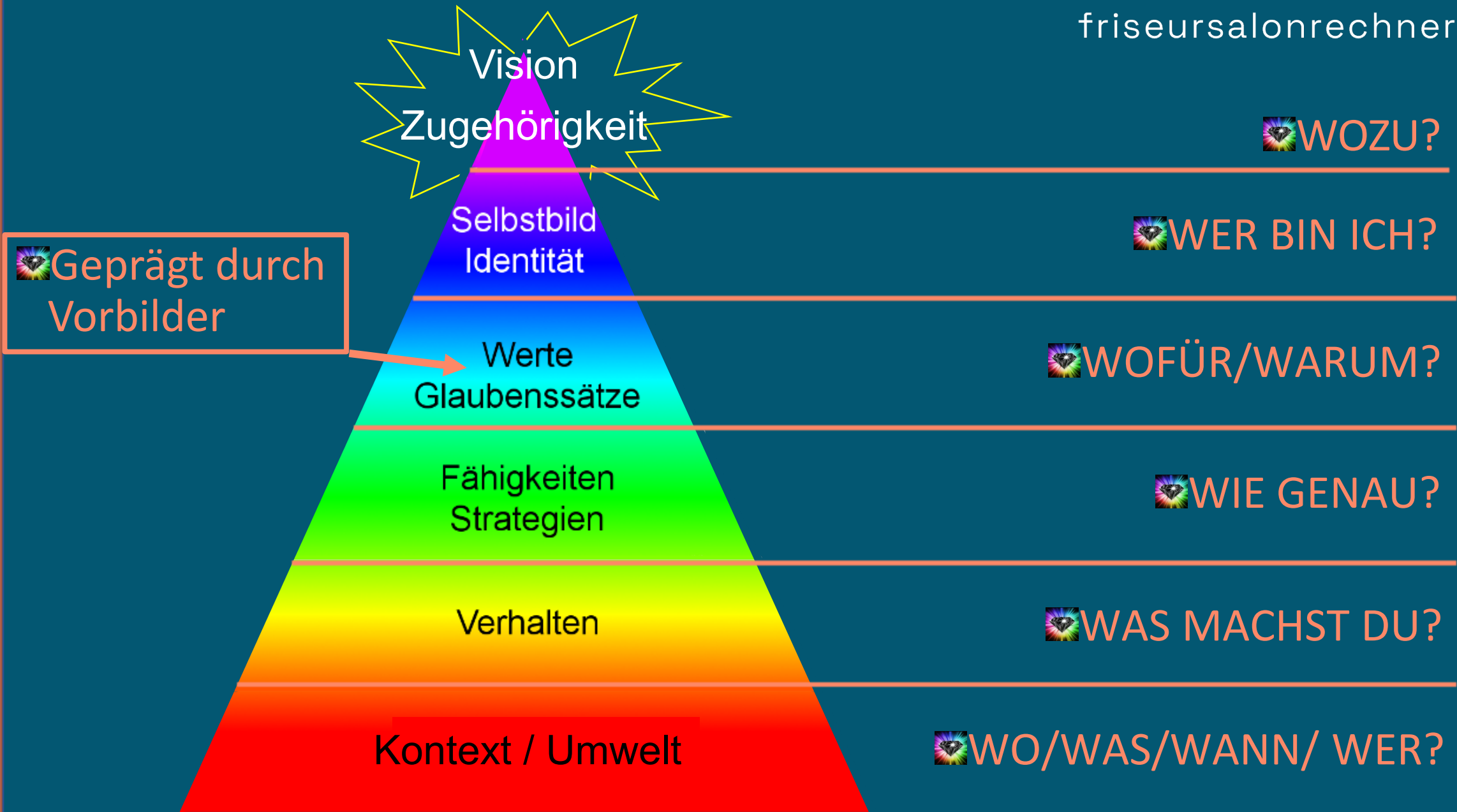
"Was bleibt Gewinn" - der/dem Unternehmer:in - am Beispiel:				w/fö Kurzhaar		
			Was bleibt vom Bruttoumsatz:	120%	€ 27,80	
			MWST	20%	€ 4,63	
			NETTO-Umsatz	100%	€ 23,17	

					Gewinn?:	€ 3,22
			minus Sozialversicherung der gewerblichen Wirtschaft		24%	€ 0,77
			minus Einkommenssteuer	ca.	42%	€ 1,35
					tatsächlicher NETTO-Gewinn	€ 1,10

Zusammenfassung der Abgaben nach Empfänger:						
			Finanzamt	MWST, Einkommensteuer, Betriebssteuer etc.		€ 7,87
			Die Sozialversicherungsträger	Sozialversicherungsbeiträge (Kranken- Unfall-Per		€ 3,36
			Gemeinde/Bezirksamt	Kommunalsteuer, Fremdenverkehrsabgabe, Grun		€ 0,92
			Die Arbeitnehmer:innen	Bruttolöhne - Teil davon geht auch an FA		€ 5,39
			Alle Lieferanten	Gemeinkosten u Materialkosten		€ 9,16
			Der Unternehmer - zusätzlich zu seinem Arbeitslohn	Gewinn Netto-Netto		€ 1,10

WEG ZU DEN BESTEN





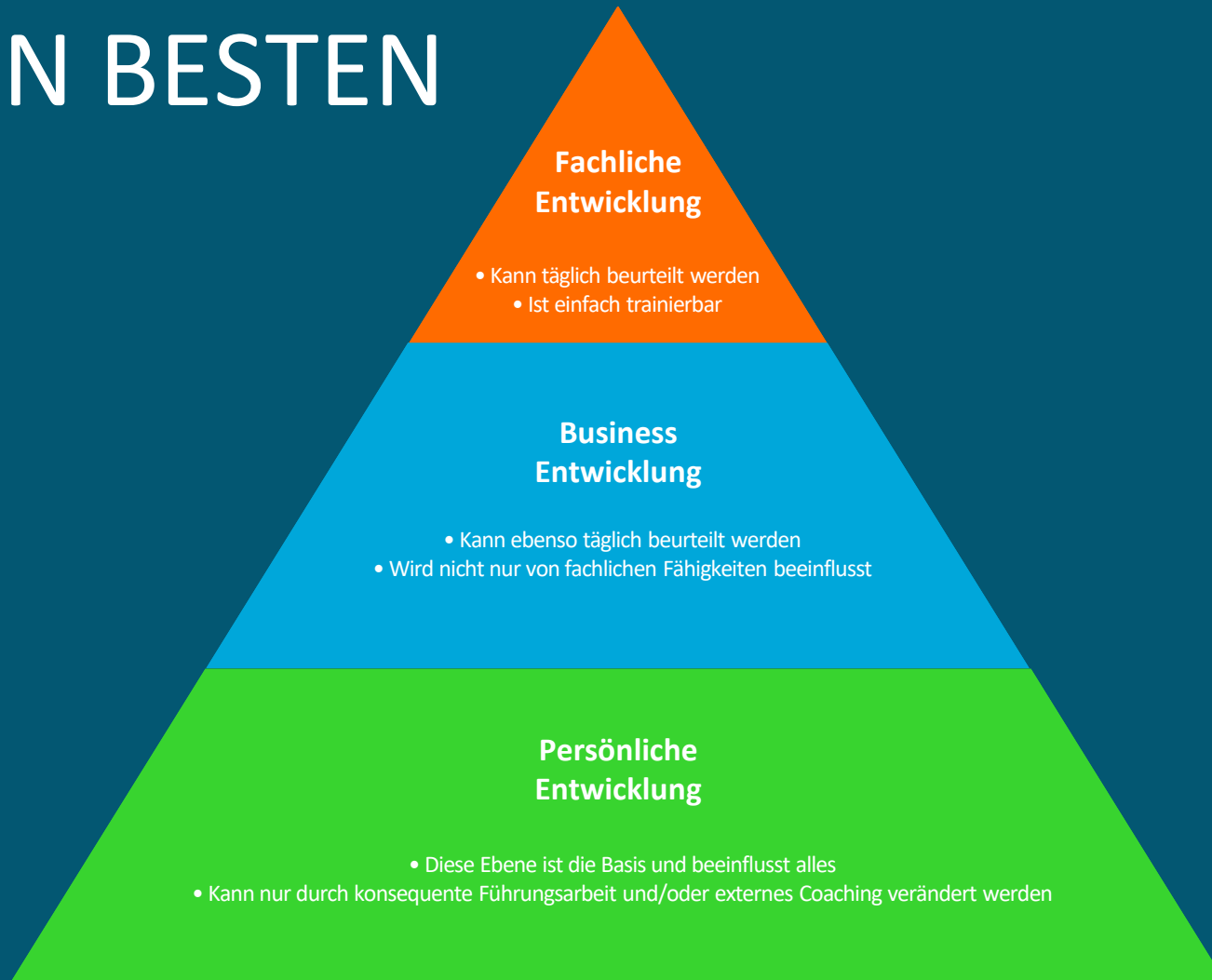


MOTIVATIONSWERTE

- Spaß
- Erfolg
- Freude
- Herausforderung
- Familie
- Freizeit
- Geld
- Liebe
- Anerkennung
- Harmonie
- Freiheit



WEG ZU DEN BESTEN



AUSBILDUNG DER MITARBEITER:INNEN

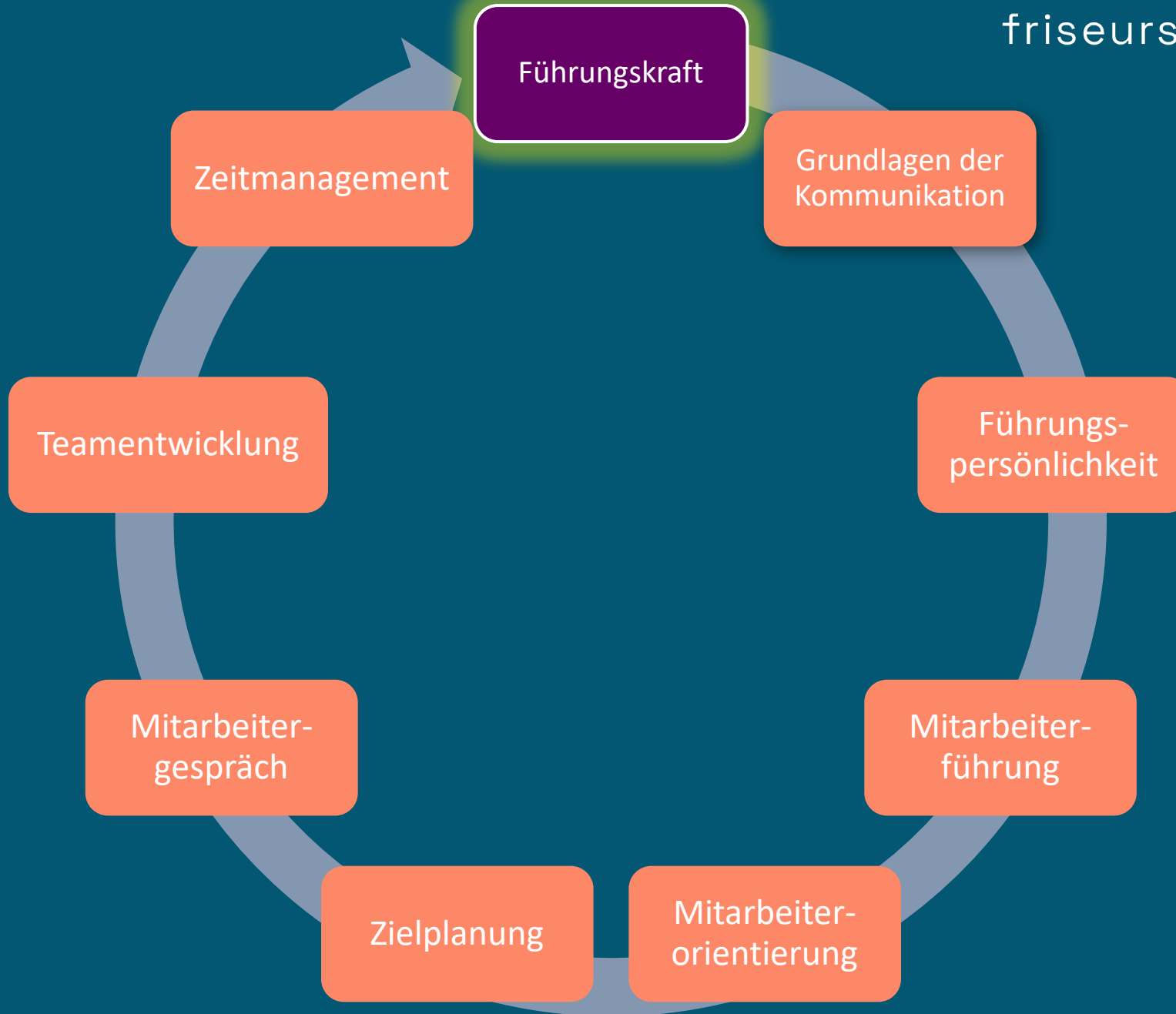
 Mitarbeiter:innen „halten“

 Mitarbeiter:innen „entwickeln“

 Neue Mitarbeiter:innen „gewinnen“

ERFOLG





FÜHRUNGSKRÄFTETRAINING

GRUNDLAGEN KOMMUNIKATION

- Kommunikationsmodelle (besser Einschätzung der Kommunikation und der handelnden Personen)
- Verbale Kommunikation (Sprache, Feedback, Kritik, Aufträge, ...)
- Nonverbale Kommunikation (Auftreten, Körpersprache, Gestik, Mimik)
- Mitarbeiter vs. Kunden

FÜHRUNGSPERSÖNLICHKEIT UND MITARBEITERGESPRÄCH

- Führungskraft vs. Angestellte
- Ich als Führungskraft - Erwartungen an mich und an die MA
- Unterschiedliche Führungsstile
- Vorbildfunktion einer Führungskraft
- Ziel und wichtigste Inhalte eines Mitarbeitergesprächs
- Checklisten / Gesprächsleitfaden / Gesprächsprotokolle
- Lob und Kritik (welche Kommunikationstechniken machen es einfach und erfolgreich?)
- Anerkennung und Konsequenz (wie sage ich es meinen Mitarbeitern?)

MITARBEITERFÜHRUNG, MITARBEITERBINDUNG UND MITARBEITERORIENTIERUNG

- Persönlichkeiten meiner Mitarbeiter erkennen (Einschätzung) → Motivation
- Was motiviert meine Mitarbeiter? (Motivatoren erkennen und nutzen)
- Der Mitarbeiter als wichtigster Faktor im Unternehmen → zufriedene Mitarbeiter = zufriedene Kunden = erfolgreicher Salon
- Mitarbeiterbindung erreichen und stärken
- Auftragserteilung - Delegieren vs. selber machen
- ergebnisorientierte (mtl.) Mitarbeiterbesprechung
- Umgang mit schwierigen Zeitgenossen und Konflikten





FÜHRUNGSKRÄFTETRAINING

2 Module à 3 Tage

Modul 1

- | | |
|--------------------|------------|
| 1. Tag - Sonntag, | 29.10.2023 |
| 2. Tag - Montag, | 30.10.2023 |
| 3. Tag - Dienstag, | 31.10.2023 |

Modul 2:

- | | |
|--------------------|------------|
| 1. Tag - Sonntag, | 10.12.2023 |
| 2. Tag - Montag, | 11.12.2023 |
| 3. Tag - Dienstag, | 12.12.2023 |

ASK Academy Wien

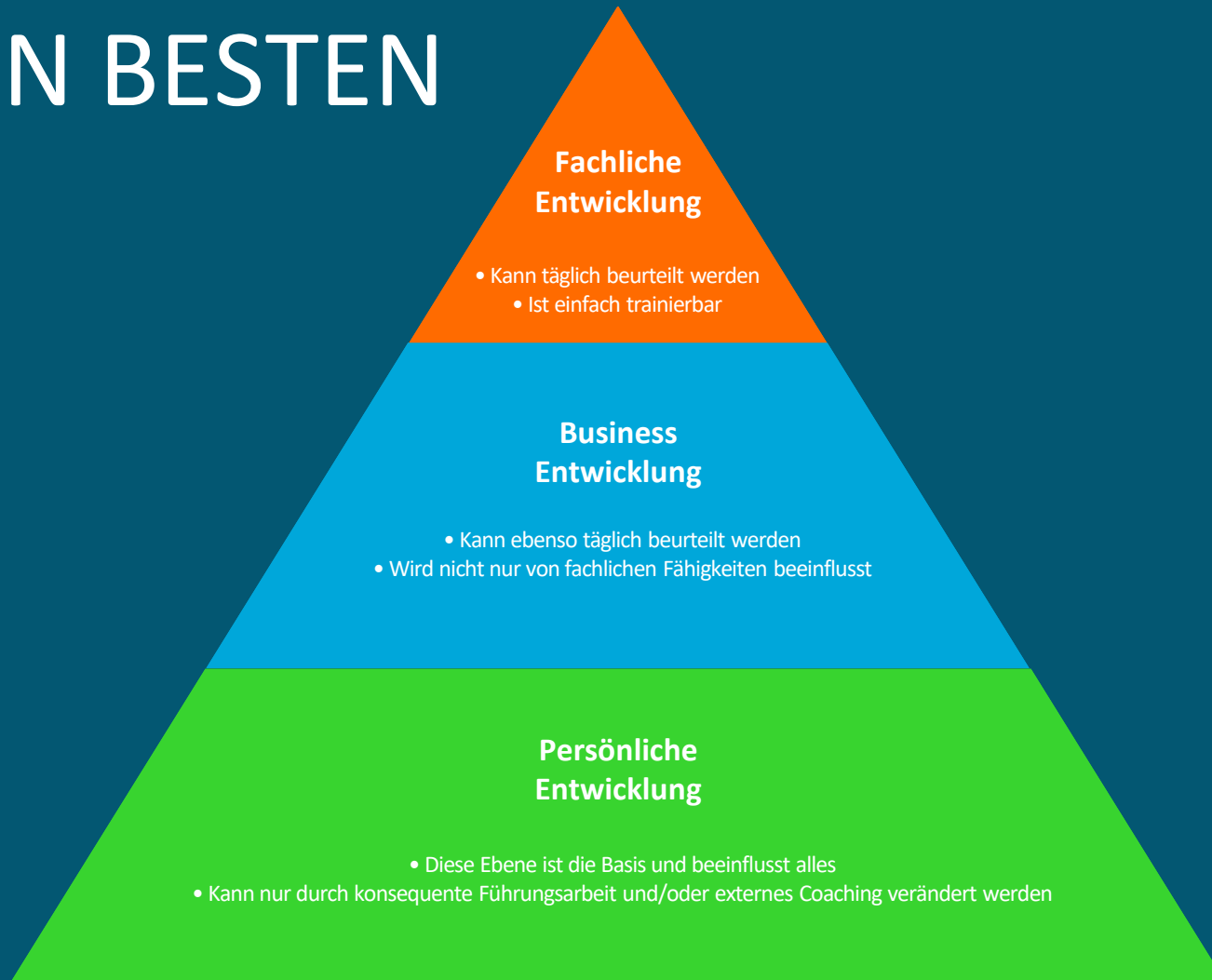
Investment: 1239,- € exkl. MwSt.

Inkl. Pausen- und Mittagsverpflegung

Zielgruppe:



WEG ZU DEN BESTEN





Vision

Zugehörigkeit

Selbstbild
Identität

Werte
Glaubenssätze

Fähigkeiten
Strategien

Verhalten

Kontext / Umwelt

Geprägt durch
Vorbilder

WOZU?

WER BIN ICH?

WOFÜR/WARUM?

WIE GENAU?

WAS MACHST DU?

WO/WAS/WANN/ WER?

ERFOLG



GEWINN

- Folgende Fragen müssen vorher beantwortet werden:
- Wie hoch sind die monatlichen privaten Kosten des/der Unternehmer:in?
 - Alle Kosten, welche nicht im Zusammenhang mit dem angemeldeten Gewerbe stehen.
 - Alle Kosten, welche nicht unter §16 ESTG 1988-2024 fallen (Werbungskosten)

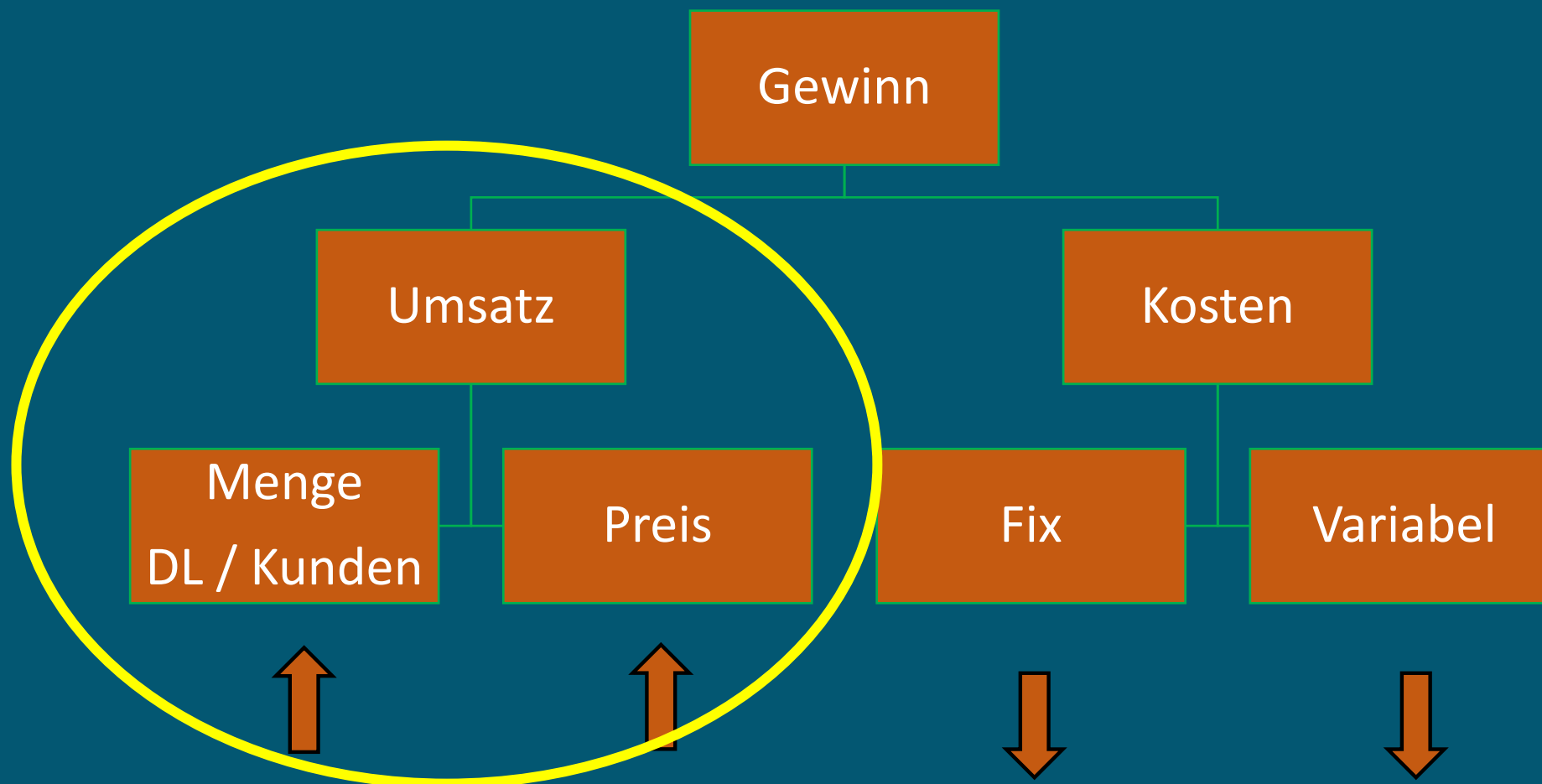
Umgangssprachlich:

Alle privaten Kosten, z.B. Familie & Kinder, Wohnungskosten, Bekleidung, private Versicherungen + Kredite, Lebens- und Genussmittel, Freizeitaktivitäten
- Sport und sonstiges für JUX und TOLLEREI

GEWINN – BEISPIEL CA: 2000 €/MONAT

			Geplanter Brutto-Jahres-Gewinn mit Einzelunternehmen (E.U.)	€ 24.000,00
				E.U.
Einkommen Euro	Berechnungsformel		Grenzsteuersatz	
bis 11.000	Keine Steuer		0%	
11.001 bis 18.000	(Einkommen - 11.000) mal 1.400 dividiert durch 7.000		20,00%	
18.001 bis 31.000	((Einkommen - 18.000) mal 3900 dividiert durch 13.000)+ 1.400		30,00%	€ 3.200,00
31.001 bis 60.000	((Einkommen - 31.000) mal 11890 dividiert durch 29.000) + 5.300		41,00%	
60.001 bis 90.000	((Einkommen - 60.000) mal 14.400 dividiert durch 30.000) + 17.109		48,00%	
90.001 bis 999.999	((Einkommen - 90.000) mal 455.000 dividiert durch 910.000) + 31.509		50,00%	
über 1.000.000	((Einkommen - 999.999) mal 0,55) + 486.509		55%	
			Summe Abzüge Einkommensteuer	€ 3.200,00
			GesmbH Köst (24 % -ab 2023 / 23 % ab 2024))	24%
			Jährliche Tilgung Kredite (ohne Zinsen!)	€ 0,00
			Tatsächliches Jährliches -Netto Einkommen:	€ 20.800,00
			Tatsächliches Monats -Netto Einkommen:	€ 1.733,33

SALONBUSINESS-ENTWICKLUNG





SCHRITTE DES DIAMANTENWEG:



- 01 MEHRUMSATZ MEHR GEWINN**
- 02 HÖHERE LÖHNE UND BINDUNG FÜR MITARBEITER:INNEN**
- 03 WERTVOLLERE KUNDEN MIT HÖHERER BINDUNG**
- 04 ANGEPASSTE PREISPOLITIK**



WIE ERHÖHE ICH MEINEN
DIENSTLEISTUNGSUMSATZ,
MEINE QUALITÄT UND
MEINEN PRO-KOPF UMSATZ?



Voraussetzung
Perfekt geschultes Team



Team muss Sicherheit entwickeln
Muss ein Gerüst geben



Entwicklung von Standards
Für alle Dienstleistungen und Farbtechniken

ZUSATZDIENSTLEISTUNG - 8 vers. 12 Euro

Pro Tag/21 T	8 €	12 €	2 Mitarbeiter: innen		3 Mitarbeiter: innen		5 Mitarbeiter: innen		7 Mitarbeiter: innen			
1 Kunden:in	168	252	336	168	504	504	756	840	1260	1176	588	1764
3 Kunden	504	756	1008	504	1512	1512	2268	2520	3780	3528	1764	5292
5 Kunden	840	1.260	1680	840	2520	2520	3780	4200	6300	5880	2940	8820
8 Kunden	1.344	2.016	2688	1344	4032	4032	6048	6720	10080	9408	4704	14112



SCHRITTE DES DIAMANTENWEG:



- 01 MEHRUMSATZ MEHR GEWINN
- 02 HÖHERE LÖHNE UND BINDUNG FÜR MITARBEITER:INNEN
- 03 WERTVOLLERE KUNDEN MIT HÖHERER BINDUNG
- 04 ANGEPASSTE PREISPOLITIK

FORMEN DER ENTLOHNUNG

 Fixe Löhne






 Variable Löhne

 Einzelprämien

 Teamprämien

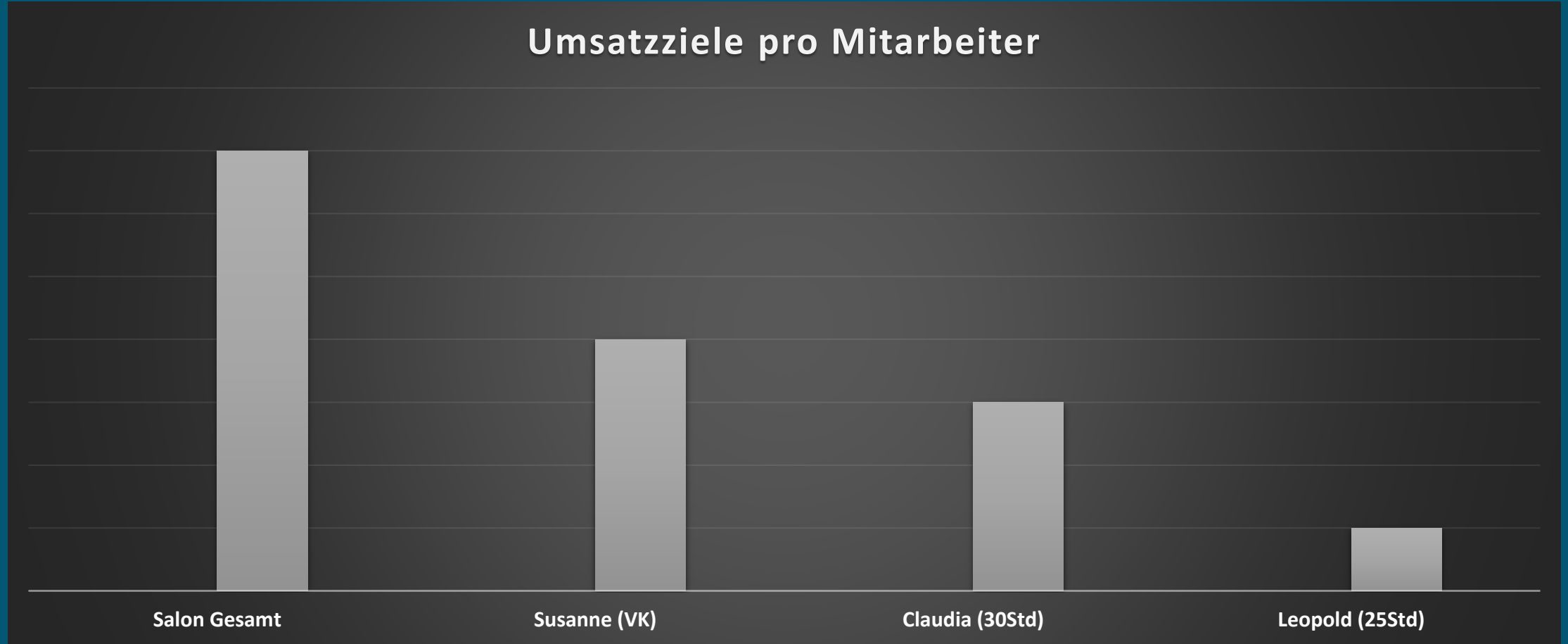
 Kombination

PRÄMIEN - HERAUSFORDERUNG

-  Anreiz – Motivation?
-  Aufwand für Unternehmen
-  Schwierig zu steuern
-  Ab wann kann sich das Unternehmen Prämien leisten?
-  Ab welchem Umsatz?

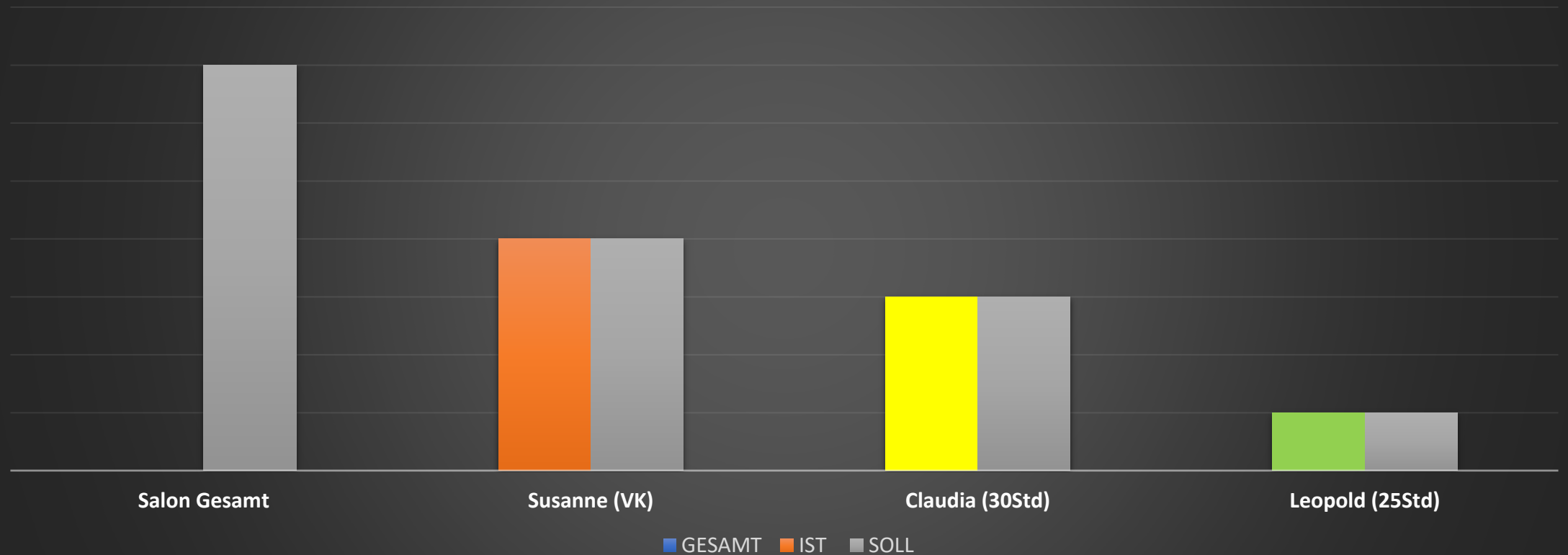


PRÄMIEN - HERAUSFORDERUNG



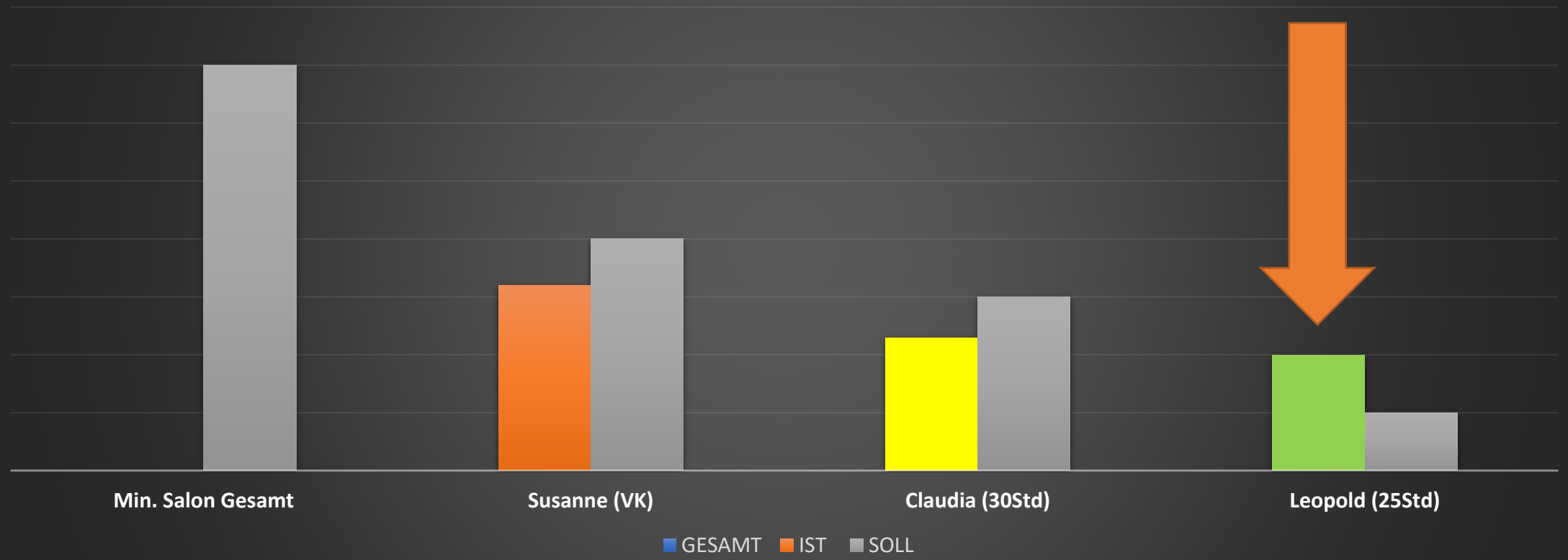
PRÄMIEN - HERAUSFORDERUNG

Umsatzziele werden erreicht – keine Prämien



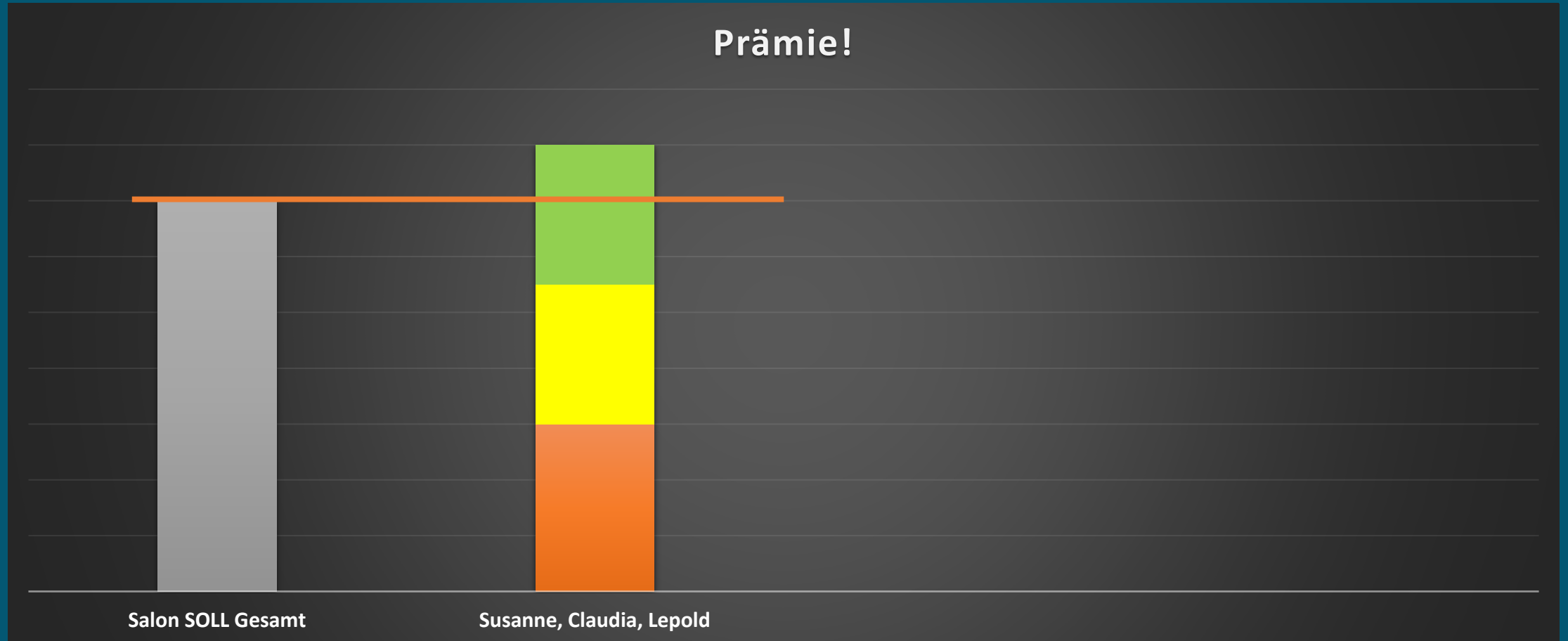
PRÄMIEN - HERAUSFORDERUNG

Umsatzziel wir nur von 1 MA:in erreicht – Prämie leistbar?

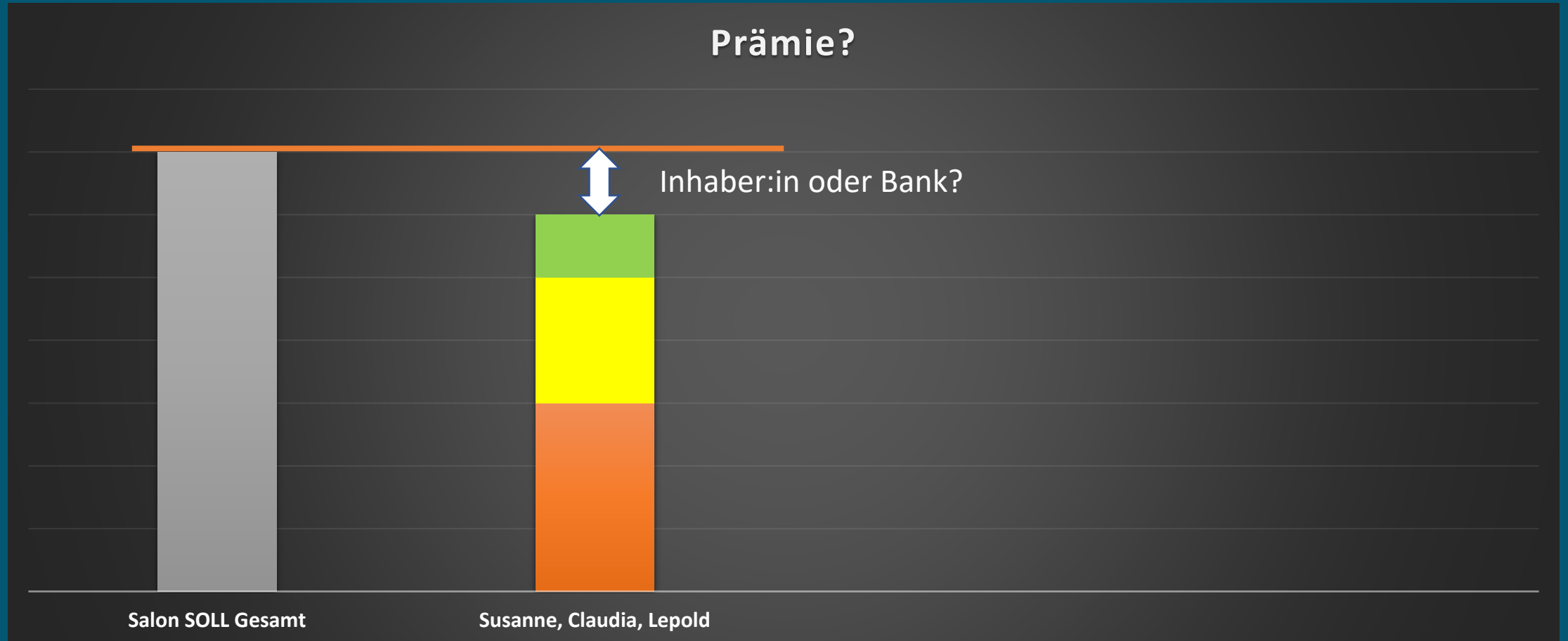




PRÄMIEN - HERAUSFORDERUNG

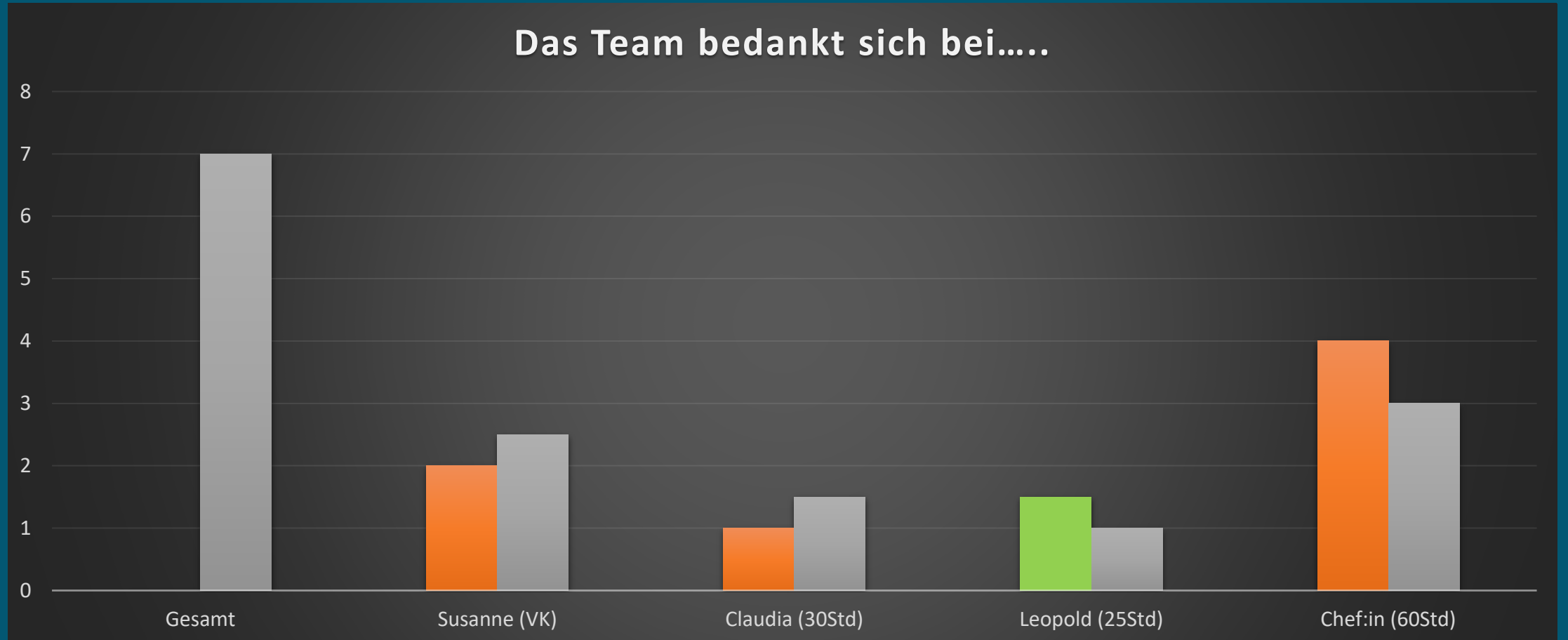


PRÄMIEN - HERAUSFORDERUNG

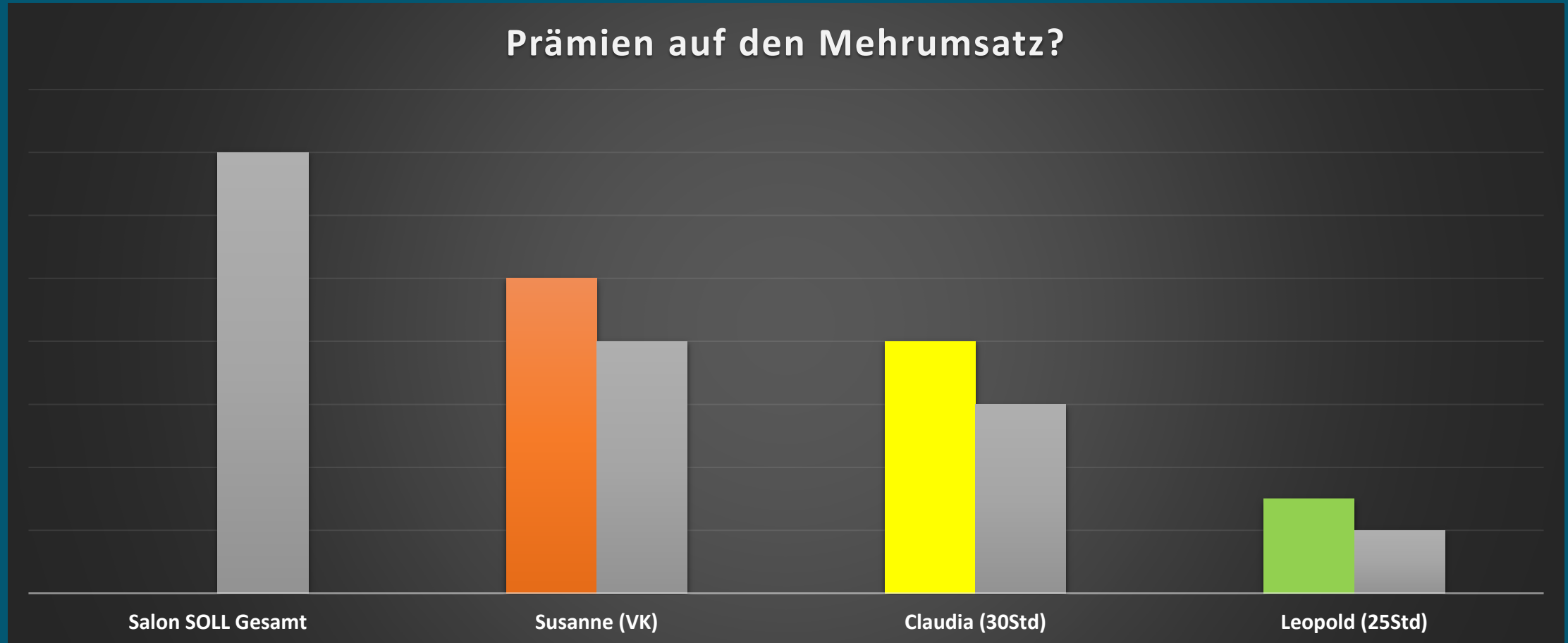




PRÄMIEN - HERAUSFORDERUNG



EINZELPRÄMIE - FORM?



PRÄMIE: Z.B. 10 % BETEILIGUNG

	Vom Mehrumsatz	Vom Gesamtumsatz
Vorgegebener Mindestumsatz:	€ 6.400,00	€ 7.500,00
Tatsächlich erzielter Umsatz:	€ 8.000,00	€ 8.000,00
D.h. der Mehrumsatz ist	€ 1.600,00	€ 500,00
Prämie 10 %	€ 160,00	€ 800,00
Grundlohn = Kollektivlohn	€ 1.975,00	€ 1.975,00
Tatsächliche Gesamtlohn	€ 2.135,00	€ 2.775,00

PRÄMIE PROGRESSIV ZUM UMSATZ

B-Umsatz		Prämie	B-Umsatz		Prämie	B-Umsatz		Prämie	B-Umsatz		Prämie	B-Umsatz		Prämie	B-Umsatz		Prämie
ab	%	2		%	4		%	6		%	8		%	10		%	12
€ 6.400,00	2	€ 128,00	€ 6.900,00	4	€ 276,00	€ 7.400,00	6	€ 444,00	€ 7.900,00	8	€ 632,00	€ 8.400,00	10	€ 840,00	€ 8.900,00	12	€ 1.068,00
€ 6.420,00	2	€ 128,40	€ 6.920,00	4	€ 276,80	€ 7.420,00	6	€ 445,20	€ 7.920,00	8	€ 633,60	€ 8.420,00	10	€ 842,00	€ 8.920,00	12	€ 1.070,40
€ 6.440,00	2	€ 128,80	€ 6.940,00	4	€ 277,60	€ 7.440,00	6	€ 446,40	€ 7.940,00	8	€ 635,20	€ 8.440,00	10	€ 844,00	€ 8.940,00	12	€ 1.072,80
€ 6.460,00	2	€ 129,20	€ 6.960,00	4	€ 278,40	€ 7.460,00	6	€ 447,60	€ 7.960,00	8	€ 636,80	€ 8.460,00	10	€ 846,00	€ 8.960,00	12	€ 1.075,20
€ 6.480,00	2	€ 129,60	€ 6.980,00	4	€ 279,20	€ 7.480,00	6	€ 448,80	€ 7.980,00	8	€ 638,40	€ 8.480,00	10	€ 848,00	€ 8.980,00	12	€ 1.077,60
€ 6.500,00	2	€ 130,00	€ 7.000,00	4	€ 280,00	€ 7.500,00	6	€ 450,00	€ 8.000,00	8	€ 640,00	€ 8.500,00	10	€ 850,00	€ 9.000,00	12	€ 1.080,00
€ 6.520,00	2	€ 130,40	€ 7.020,00	4	€ 280,80	€ 7.520,00	6	€ 451,20	€ 8.020,00	8	€ 641,60	€ 8.520,00	10	€ 852,00	€ 9.020,00	12	€ 1.082,40
€ 6.540,00	2	€ 130,80	€ 7.040,00	4	€ 281,60	€ 7.540,00	6	€ 452,40	€ 8.040,00	8	€ 643,20	€ 8.540,00	10	€ 854,00	€ 9.040,00	12	€ 1.084,80
€ 6.560,00	2	€ 131,20	€ 7.060,00	4	€ 282,40	€ 7.560,00	6	€ 453,60	€ 8.060,00	8	€ 644,80	€ 8.560,00	10	€ 856,00	€ 9.060,00	12	€ 1.087,20
€ 6.580,00	2	€ 131,60	€ 7.080,00	4	€ 283,20	€ 7.580,00	6	€ 454,80	€ 8.080,00	8	€ 646,40	€ 8.580,00	10	€ 858,00	€ 9.080,00	12	€ 1.089,60
€ 6.600,00	2	€ 132,00	€ 7.100,00	4	€ 284,00	€ 7.600,00	6	€ 456,00	€ 8.100,00	8	€ 648,00	€ 8.600,00	10	€ 860,00	€ 9.100,00	12	€ 1.092,00
€ 6.620,00	2	€ 132,40	€ 7.120,00	4	€ 284,80	€ 7.620,00	6	€ 457,20	€ 8.120,00	8	€ 649,60	€ 8.620,00	10	€ 862,00	€ 9.120,00	12	€ 1.094,40
€ 6.640,00	2	€ 132,80	€ 7.140,00	4	€ 285,60	€ 7.640,00	6	€ 458,40	€ 8.140,00	8	€ 651,20	€ 8.640,00	10	€ 864,00	€ 9.140,00	12	€ 1.096,80
€ 6.660,00	2	€ 133,20	€ 7.160,00	4	€ 286,40	€ 7.660,00	6	€ 459,60	€ 8.160,00	8	€ 652,80	€ 8.660,00	10	€ 866,00	€ 9.160,00	12	€ 1.099,20
€ 6.680,00	2	€ 133,60	€ 7.180,00	4	€ 287,20	€ 7.680,00	6	€ 460,80	€ 8.180,00	8	€ 654,40	€ 8.680,00	10	€ 868,00	€ 9.180,00	12	€ 1.101,60
€ 6.700,00	2	€ 134,00	€ 7.200,00	4	€ 288,00	€ 7.700,00	6	€ 462,00	€ 8.200,00	8	€ 656,00	€ 8.700,00	10	€ 870,00	€ 9.200,00	12	€ 1.104,00
€ 6.720,00	2	€ 134,40	€ 7.220,00	4	€ 288,80	€ 7.720,00	6	€ 463,20	€ 8.220,00	8	€ 657,60	€ 8.720,00	10	€ 872,00	€ 9.220,00	12	€ 1.106,40
€ 6.740,00	2	€ 134,80	€ 7.240,00	4	€ 289,60	€ 7.740,00	6	€ 464,40	€ 8.240,00	8	€ 659,20	€ 8.740,00	10	€ 874,00	€ 9.240,00	12	€ 1.108,80
€ 6.760,00	2	€ 135,20	€ 7.260,00	4	€ 290,40	€ 7.760,00	6	€ 465,60	€ 8.260,00	8	€ 660,80	€ 8.760,00	10	€ 876,00	€ 9.260,00	12	€ 1.111,20
€ 6.780,00	2	€ 135,60	€ 7.280,00	4	€ 291,20	€ 7.780,00	6	€ 466,80	€ 8.280,00	8	€ 662,40	€ 8.780,00	10	€ 878,00	€ 9.280,00	12	€ 1.113,60
€ 6.800,00	2	€ 136,00	€ 7.300,00	4	€ 292,00	€ 7.800,00	6	€ 468,00	€ 8.300,00	8	€ 664,00	€ 8.800,00	10	€ 880,00	€ 9.300,00	12	€ 1.116,00
€ 6.820,00	2	€ 136,40	€ 7.320,00	4	€ 292,80	€ 7.820,00	6	€ 469,20	€ 8.320,00	8	€ 665,60	€ 8.820,00	10	€ 882,00	€ 9.320,00	12	€ 1.118,40
€ 6.840,00	2	€ 136,80	€ 7.340,00	4	€ 293,60	€ 7.840,00	6	€ 470,40	€ 8.340,00	8	€ 667,20	€ 8.840,00	10	€ 884,00	€ 9.340,00	12	€ 1.120,80
€ 6.860,00	2	€ 137,20	€ 7.360,00	4	€ 294,40	€ 7.860,00	6	€ 471,60	€ 8.360,00	8	€ 668,80	€ 8.860,00	10	€ 886,00	€ 9.360,00	12	€ 1.123,20
€ 6.880,00	2	€ 137,60	€ 7.380,00	4	€ 295,20	€ 7.880,00	6	€ 472,80	€ 8.380,00	8	€ 670,40	€ 8.880,00	10	€ 888,00	€ 9.380,00	12	€ 1.125,60



SCHRITTE DES DIAMANTENWEG:



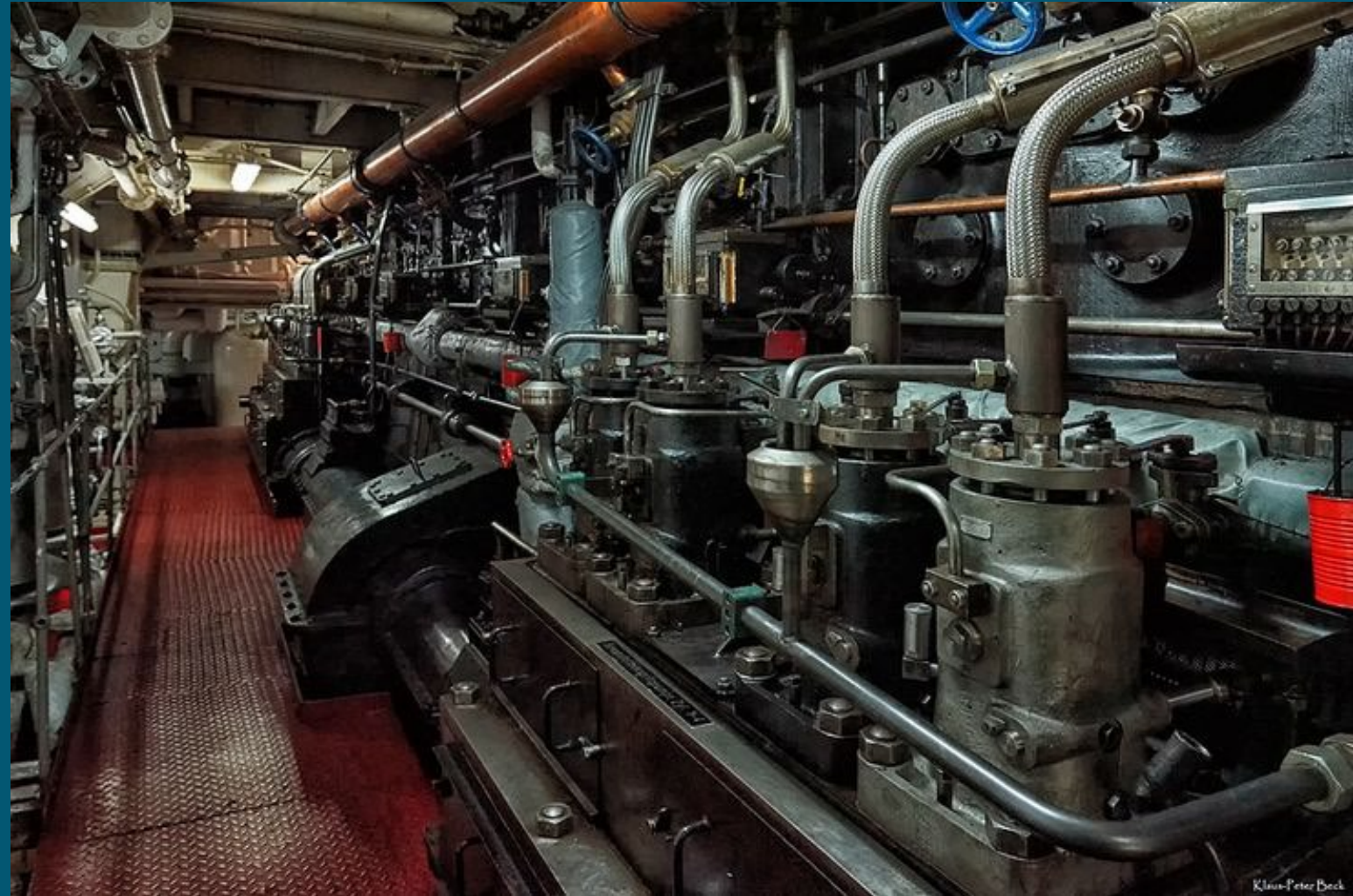
- 01 MEHRUMSATZ MEHR GEWINN
- 02 HÖHERE LÖHNE UND BINDUNG FÜR MITARBEITER:INNEN
- 03 WERTVOLLERE KUNDEN MIT HÖHERER BINDUNG
- 04 ANGEPASSTE PREISPOLITIK



Money Mindset

Verbessere deine
Glaubenssätze









KUNDENGRUPPEN MEIDEN!

- Schnäppchenjäger:in
- Die Unterbewerter:in
- Saloneinkäufer:in
- Problemsucher:in
- Erwartungshalter:in
- Eigenverantwortungsleugner:in
- Eilige
- Respektlose
- Besserwisser:in
- Meinungslose



SCHRITTE DES DIAMANTENWEG:



- 01 MEHRUMSATZ MEHR GEWINN
- 02 HÖHERE LÖHNE UND BINDUNG FÜR MITARBEITER:INNEN
- 03 WERTVOLLERE KUNDEN MIT HÖHERER BINDUNG
- 04 **ANGEPASSTE PREISPOLITIK**

PREISANPASSUNG / PREISELASITIZITÄT

DL Preis	Kunden V	Kunden Anzahl	Umsatz
50 €		100	5000 €

PREISANPASSUNG / PREISELASTIZITÄT

DL Preis	Kunden V	Kunden Anzahl	Umsatz
50 €		100	5000 €
60 €	-10 %	90	5400 €

PREISANPASSUNG / PREISELASITIZITÄT

DL Preis	Kunden V	Kunden Anzahl	Umsatz
50 €		100	5000 €
60 €	-10 %	90	5400 €

 400 Euro Mehrumsatz

 10 % mehr Zeit für Neukunden

PREISANPASSUNG / PREISELASTIZITÄT

DL Preis	Kunden V	Kunden Anzahl	Umsatz
50 €		100	5000 €
60 €	-10 %	90	5400 €
70 €	-30 %	70	4900 €

 vers. 100 Euro Umsatzverlust

 30 % mehr Zeit für Neukunden

PREISANPASSUNG / PREISELASITIZITÄT

- 🎨 Öfter die Preise erhöhen - dafür in kleineren Schritten
- 🎨 Moderate Anpassungen – regelmäßig
- 🎨 Eventuell nur einzelne Dienstleistungen anpassen/erhöhen
- 🎨 Eventuell manche Dienstleistungen gar nicht mehr anbieten/streichen
- 🎨 Eventuell erste Preisanpassungen ankündigen und für Stammkunden noch eine Zeit lang die „alten Preise“ verrechnen (Stammkundenbonus –zB. für 2-3 Monate)



PREISFORMEN

Baukastenpreise

Jede Position wird extra verrechnet



PREISFORMEN

Paketpreise

Für jedes Ergebnis gibt es einen Paketpreis





PREISFORMEN

Zeit Preise

Kunde bezahlt Ergebnis und Zeit der Stylist:in



DER DIAMANTENWEG:

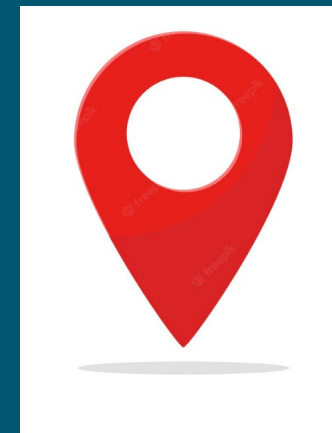
 Einstellung



 Strategie



 Positionierung

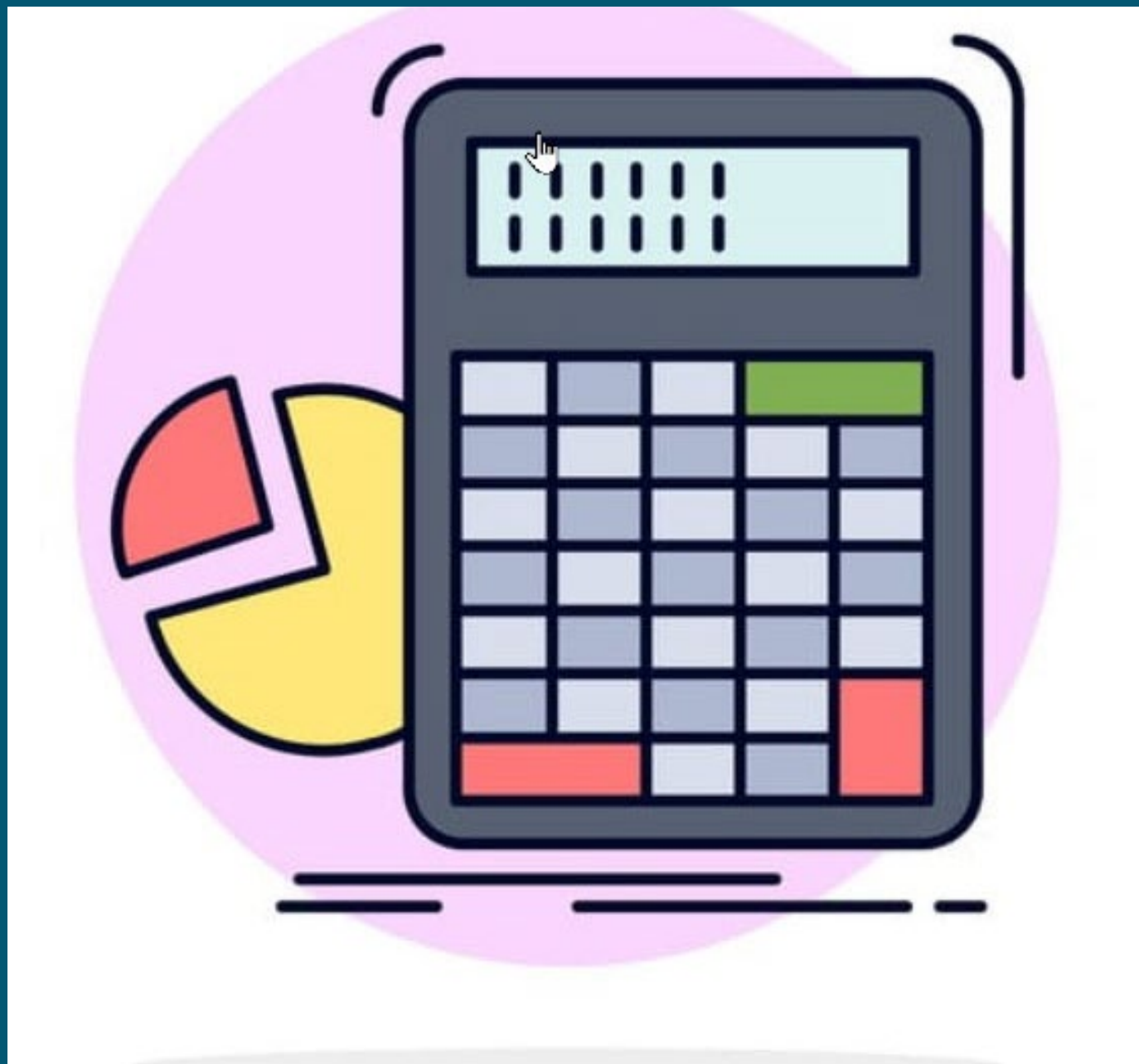


 Qualität



KPI`s

🌈 Leistungskennzahlen



DER DIAMANTENWEG:

 Einstellung



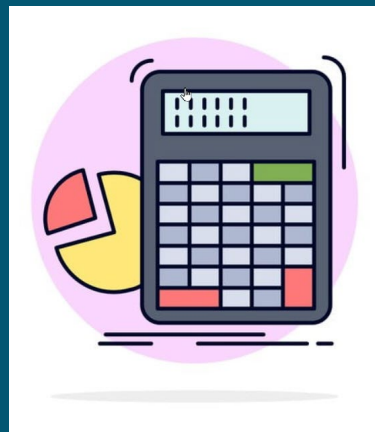
 Strategie



 Positionierung



 Qualität



 KPI's

Leistungskennzahlen

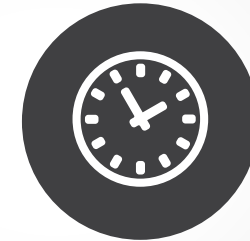




ERGEBNISEFFIZIENZ



ZEIT










QUALITÄT



KOSTEN

SUMMARY DIAMANTENWEG:

-  Herausforderungen der Zeit annehmen – positiv bleiben!
-  Salon Positionierung immer wieder prüfen!
-  Preise den tatsächlichen Kosten anpassen!
-  Kosten kennen und steuern!
-  Motivatoren für Mitarbeiter:innen schaffen!
-  Qualitätskriterien ständig prüfen und justieren!

-  Unternehmer:in sein (werden)!

ERFOLG





Machen Sie Ihren
Salon **Inflationsfit**
für die Zukunft

JETZT!



friseursalonrechner.at

