# Situasjonsanalyse

Som salongeier og som medarbeider bør det være er det et udiskutabelt mål å tilfredsstille kundens ønsker og behov til enhver tid. For å kunne klare dette er det nødvendig å ta temperaturen på omgivelsene. Hva er situasjonen for akkurat din salong? Enten om man skal starte noe nytt, eller videreutvikle salongen man driver i dag er det uhyre viktig å ha overblikk og kunnskap. En situasjonsanalyse hjelper til med akkurat dette og skaper grunnlaget for å skape en merkevare av din salong.
For å bygge en merkevare, trenger man stor kunnskap om forbrukers grunnleggende oppfatning om varen (frisørsalongen) og om forbrukers handlemønster. Nedenfor finner du en situasjonsanalyse med en del forhold det er viktig å ha kjennskap til. I dette kapittelet vil du også finne flere ulike varianter på kundeundersøkelser rettet mot forbruker. Disse kan brukes som et verktøy for å skape et bilde av kunden og kundens oppfatning av salongen.

**ØVELSE:**
Diskuter sammen følgende spørsmål:

**Bransje**

- Hvordan er veksten og utviklingen for frisørbransjen?
  - Økonomisk
  - Trender/tendenser ( kjededannelse, lokalisering, sortiment, mersalg, spesialområder, kurser, markedsføring osv )

- Hvordan er konkurransen?
  - Innen frisørbransjen?
  - Andre konkurrenter i forhold til varesalg?

- Hvordan er markedet for hårprodukter?
  - Prisutvikling, variasjon på utsalgspriser fra salong til salong, hvem stjeler markedsandeler?

**Forbruker**

- Demografiske kjennetegn; kjønn, alder, bosted
- Interesse for hårpleie? Interesse for produkter?
- Opptatt av pris eller opplevelsen?
- Kunnskap om hårpleie og produkter?
- Besøksatferd? (hvor ofte hos frisør, hva bestemmer valg av frisør)
- Kjøpsatferd? ( hvor kjøpes hårprodukter, hva bestemmer valg av hårprodukter )
- Avhengig av veiledning for å avdekke sine behov og gjøre valg? Interesse for veiledning?
- Villig til å betale mer for kvalitet?
- Villig til å betale mer for kjente merkeprodukter?

**Forhandler ( salongen )**

- Hvor viktig er faghandel for forbrukers kjøpsopplevelse?
- Bevisst sortiment i salong?
- Sterkt prisfokus? Går det på tross av produktinformasjon? Går det på tvers av kvalitet?

- I hvilken grad er medarbeider avgjørende for salg av produktegenskaper og brukerfordeler. Hvordan er kunnskapsnivå ? (hårpleie, klipp, farge, styling, produkter , trender og lignende)
- Utforming/design i salong? ( orden, oversikt, renslighet, materiell )

## Markedsundersøkelser

For å kunne videreutvikle seg og til enhver tid tilfredsstille kundens behov, er det nødvendig å vite hvilket utgangspunkt man har. Det gjelder på alle områder fra det personlige plan til store organisasjoner og omfattende systemer. Relatert til salongutvikling handler det om å ta temperaturen på kundenes oppfatning av salongen. Det å gjennomføre markedsundersøkelser jevnlig kan gi en god pekepinn på hva som fungerer bra og mindre bra i salongen.

For at slike typer undersøkelser skal ha noe for seg, er det viktig å bearbeide resultatene i lys av de målene som er satt for salongen som helhet og for den enkelte medarbeider. I kapittelet finner du derfor også telleskjema som du kan bruke for å gjøre oppsummeringen enklere. Markedsundersøkelser er nær relatert til det å jobbe bevisst og målrettet. Man må ha gjort seg opp en mening om diverse spørsmål som omsetningsmål, salongens profil/identitet, ønsket kundegruppe, intern miljø, krav til medarbeiderne osv. Les evt mer om dette i kapitelet om målsetning.

I dette kapitlet finner du alternative undersøkelser. Noen litt enklere med færre spørsmål, andre noe mer utfyllende.

Det bør nok kopieres opp minimum 100 eksemplarer som deles ut, dersom undersøkelsene skal ha en hensikt. Har ikke salongen printer, så ta kontakt med Tendenz for hjelp. Del ut skjemaet til det dere oppfatter som ”gjennomsnittskunden”, dvs. den kundetypen dere har mest av og som dere vil ha tilbake i salongen som faste kunder. Samtidig kan det også være informativt å gi noen skjemaer til kunder som ligger utenfor målgruppen, som en korreksjon. (kan gi verdifulle tips eller kommentarer fra denne kundegruppen) Målet med markedsundersøkelsen er å få tilbake et så riktig bilde av salongen som mulig, sett med kundens øyne. Gi derfor ikke skjemaet til venner og kjente, da de mest sannsynlig vil gi dere høye karakterer uansett…?

For å få enda mer ut av undersøkelsen, er det en god i de å diskutere i fellesskap hva dere forventer at kundene skal svare. Diskuter hvert spørsmål, kom frem til et felles svar og fyll ut samme undersøkelsesark som dere gir til kundene. Merk skjemaet med salongens navn, spar på det til dere får resultatet av markedsundersøkelsen og sammenlign. Dette gir et bilde av hvor godt dere kjenner kundene deres og hvor bevisste dere er på salongens situasjon.

# Alternativ 3

Mer omfattende markedsundersøkelse for alle typer salonger

# Markedsundersøkelse

Vi vil at du som kunde skal bli meget godt fornøyd med vår salong! Derfor trenger vi din oppriktige mening slik at vi kan forbedre oss.

## Sett et kryss i ruten som passer

Kjønn:

| Mann | Kvinne |
|---|---|
| | |

Alder:

| 15-25 | 26-40 | 41-55 | Over 55 |
|---|---|---|---|
| | | | |

Første gang du er hos oss?

| Ja | Nei |
|---|---|
| | |

Hvis, nei – hvor lenge har du vært kunde hos oss?

| Mindre enn 1 år | 1 – 3 år | 3 – 5 år | Over 5 år |
|---|---|---|---|
| | | | |

Har du deltatt i lignende undersøkelse tidligere?

| Ja | Nei |
|---|---|
| | |

Hvorfor valgte du vår salong første gang?

| Tips/Anbefaling | Annonsering | Fasade/vindu | Kampanjetilbud | Tilfeldig | Annet ( hva) |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | |

Hvor kjøper du hårproduktene dine?

| Dagligvare | Frisørsalong | Parfymeri | Apotek | Andre |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

Hvor ofte går du til frisøren?

| 1-2 g\mnd | 2-4 g\mnd | Ca hver 6.uke | Ca hver 8. uke | 10.uker eller mer |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

Hva er ditt inntrykk av FRISØRENS:

| | Svært bra | Bra | Middels | Dårlig | Svært dårlig |
|---|---|---|---|---|---|
| Servicenivå | | | | | |
| Kundebehandling | | | | | |
| Faglig kompetanse | | | | | |
| Produktveiledning | | | | | |
| Råd om "hjemmebehandling" (veiledning om hvordan få til frisyren hjemme) | | | | | |

Hva er ditt inntrykk av SALONGENS:

| | Svært bra | Bra | Middels | Dårlig | Svært dårlig |
|---|---|---|---|---|---|
| Utforming\design | | | | | |
| Renomme\image | | | | | |
| Produktutvalg/bredde i sortiment | | | | | |
| Plassering av produkter | | | | | |
| Åpningstider | | | | | |
| Profil | Eksklusiv | Trendy | Konservativ | Profilløs | Annet |
| | | | | | |

Vil du anbefale oss til andre?

| Ja | Nei | Vet ikke |
|---|---|---|
| | | |

Hvis du er fast kunde, hvorfor velge du vår salong over tid?

.....

.....

Hva synes DU din frisør kan bli bedre på?

.....

.....

Tusen takk for din tilbakemelding

# Telleskjema til markedsundersøkelse alternativ 3

Tell opp svarene fra markedsundersøkelsen i dette skjemaet og lag et prosentvis gjennomsnitt i forhold til total antall som har besvart undersøkelsen. Prosenttallet fyller dere så inn i et vanlig markedsundersøkelsesskjema ( av samme variant som kunden har besvart ) og diskuterer resultatet. Sammenlign resultatet med det dere selv forventet.
.

Kjønn:

| Mann | Kvinne |
|---|---|
| | |

Alder:

| 15-25 | 26-40 | 41-55 | Over 55 |
|---|---|---|---|
| | | | |

Første gang du er hos oss?

| Ja | Nei |
|---|---|
| | |

Hvis, nei – hvor lenge har du vært kunde hos oss?

| Mindre enn 1 år | 1 – 3 år | 3 – 5 år | Over 5 år |
|---|---|---|---|
| | | | |

Har du deltatt i lignende undersøkelse tidligere?

| Ja | Nei |
|---|---|
| | |

s
Hvorfor valgte du vår salong første gang?

| Tips/Anbefaling | Annonsering | Fasade/vindu | Kampanjetilbud | Tilfeldig | Annet ( hva) |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | |

Hvor kjøper du hårproduktene dine?

| Dagligvare | Frisørsalong | Parfymeri | Apotek | Andre |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

Hvor ofte går du til frisøren?

| 1-2 g\mnd | 2-4 g\mnd | Ca hver 6.uke | Ca hver 8. uke | 10.uker eller mer |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

Hva er ditt inntrykk av FRISØRENS:

| | Svært bra | Bra | Middels | Dårlig | Svært dårlig |
|---|---|---|---|---|---|
| Servicenivå | | | | | |
| Kundebehandling | | | | | |
| Faglig kompetanse | | | | | |
| Produktveiledning | | | | | |
| Råd om "hjemmebehandling" (veiledning om hvordan få til frisyren hjemme) | | | | | |

Hva er ditt inntrykk av SALONGENS:

| | Svært bra | Bra | Middels | Dårlig | Svært dårlig |
|---|---|---|---|---|---|
| Utforming\design | | | | | |
| Renomme\image | | | | | |
| Produktutvalg/bredde i sortiment | | | | | |
| Plassering av produkter | | | | | |
| Åpningstider | | | | | |
| Profil | Eksklusiv | Trendy | Konservativ | Profilløs | Annet |
| | | | | | |

Vil du anbefale oss til andre?

| Ja | Nei | Vet ikke |
|---|---|---|
| | | |

Hvis du er fast kunde, hvorfor velge du vår salong over tid?
(Skriv opp alternativene selv)

Hva synes DU din frisør kan bli bedre på?
(Skriv opp alternativene selv)