Salg som service

Ingen i frisørbransjen vil være uenig i at kunden er hovedfokuset i salongen. Som i hvilken som helst servicebransje er det lite håp om å klare seg dersom ikke kunden er fornøyd. Spørsmålet som da oppstår er: Hva må du gjøre for å forsikre deg om at kundens behov for tilfredsstillelse blir oppfylt? Det finnes flere enn ett svar på det spørsmålet.

Det som sikkert umiddelbart slår deg er tekniske ferdigheter og fagkunnskap. Uten tvil, frisører må kunne klippe. Men det bør også være et større fokus på kundesamtalen og evnen til kommunikasjon. Frisørbransjen er til syvende og sist sterkt preget av relasjoner, og det beherske samhandlingen mellom frisør og kunde er vesentlig for lykkes.

Salg er selvtillit.

Det krever en god dose selvtillit for å selge. En del opplever at de prakker på kundene varer og tjenester de ikke er interessert i, og de er redd for å virke arrogant og innpåsliten. Av grunner som dette føler mange at de ikke kan lykkes med salg eller har noe i en salgsrelatert bransje å gjøre.

Men man kan også betrakte salg fra en helt annen vinkel, nemlig som en utvidelse av servicebegrepet. Med andre ord, du gjør kunden en bjørnetjeneste ved å *ikke* informere dem om produkter og tjenester som kunne ha tilfredsstilt deres behov.

Begge synspunkter har sine poeng. Og hemmeligheten bak et vellykket salg ligger vel et sted midt i mellom.
De fleste mennesker – selv de med en direkte avsmak eller nesten fobi mot det å skulle selge noe – gjør noe fantastisk hver dag. De selger seg selv. Folk ”selger” seg selv på utallige måter; overbeviser barna sine om å pusse tennene, argumenterer for et synspunkt i en diskusjon, krangler om purring fra bokklubben på en bok som aldri er bestilt, overbeviser banken om å innvilge et lån til kjøp av ny bil etc. Det handler altså om å kanalisere energien rett. *”Det du fokuserer på, blir det mer av”* er en spennende filosofi. Ved å stadig tenke ”jeg kan” og ”hva kan jeg” istedenfor ”jeg kan ikke” og ”hva kan jeg *ikke*” kan man snu en negativ prosess til en positiv.

ØVELSE

Det er et økende marked for salongprodukter i dag, så hvorfor vil ikke nettopp du gripe denne etterspørselen og skape ekstra inntekter for din salong? Involver hele teamet i salongen ved å holde et personalmøte der hver enkelt kommer opp med ideer for hvordan dere kan øke salget. Ta åpent imot forslagene og se på det som en måte å avdekke *hva* som vil motivere dine ansatte til å selge mer. (f. eks. premier, involveres i egne budsjetter, konkurranser..) Vektlegg hvor viktig det er å være en “team player” på disse møtene. Når alle deltar i prosessen, er det større sjanse for at alle medarbeiderne føler at nettopp *de* spiller en rolle for å oppnå felles mål.

Vi har vært inne på det tidligere i kapittelet, men dette med sammenhengen mellom salg – kundeveiledning - informasjon og service er et tema som er utrolig viktig. Vi vil derfor tydeliggjøre ytterligere hvorfor man skal veilede kunden om behandling og produkter.

Du opplever sikkert fra tid til annen, hvis ikke ofte, at frisørene dine spør deg hvorfor de skal selge produkter og behandlinger. En kjent frase er noe a`la…"jeg er utdannet for å klippe og style hår og ikke til en salgsjobb" Salg er et resultat av god veiledning. Så svarene på hvorfor burde ikke vøre vanskelig å finne;

- SERVICE til kunden
- OMSORG for kunden
- ØKE omsetningen
- PROFESJONALITET i yrket
- Etc. etc.

Det som er kanskje er verre, er å få medarbeiderne dine til å virkelig forstå svarene. Og forstå det så godt at de ikke ser en annen mulighet enn faktisk å gjennomføre det. Det beste verktøyet når du skal forklare medarbeiderne dine et tema, er å visualisere det, lag eksempler som tydeliggjør situasjonen og poengene dine. Her følger noen tips om hvordan du kan gå frem, med forslag til hva du kan si. Du tilpasser selvfølgelig ordvalget så det passer deg, eller du kan lage din egen fremgangsmåte.

ØVELSE MED MEDARBEIDERNE

"Tema for personalmøte i dag er kundeveileding og salg av produkter og behandlinger – HVORFOR dette er så viktig"

Velg en av frisørene – helst en som har behandlet håret sitt mye med permanent, farge, bleking osv. *"Kan jeg få være litt personlig med deg?"* Her får du som oftest ja. *"Hva har du på badet hjemme til håret?"*

- Sjampo
- Conditioner
- Rens
- Kur
- Styling
- Føner
- Børster..
- Flatjern..

"Hva skal du med alt dette her?" Du får gjerne svar som ..jeg bare må ha det, kan ikke gå ut av huset uten, hører bare med for å føle seg vel..osv. AHA..

"Vet dere hvor ofte de kundene som ikke får tilbud om ny time går til frisøren? La alle gjette. *"Det riktige svaret et hver 10 ende uke! La oss ta et eksempel – Har du lyst til å være min kunde nå?* Snakk til denne personen – *La oss si du nå er kunde hos meg. Du tok permanent og bleket håret ditt. Så er jeg like flink som en gjennomsnittlig frisør og tør å selge deg*

en`shampoflaske. Men jeg tør ikke selge den kuren du sårt trenger, eller conditioneren selv om jeg vet at du håret ditt trenger den. Og jeg tør i hvert fall ikke gi deg gleden av å forlate salongen med et eneste riktig stylingprodukt… "

"Hvor mange av dere bruker styling i håret? Spør en av medarbeiderne: *Hvor mange år har du jobbet i faget?"* Du får et svar*.." Tenk på alle kundene du har behandlet i løpet av denne tiden!! Likevel trenger du fortsatt styling for å få til frisyren deres, ikke sant? Hva da med den stakkars kunden som kun har sitt eget hår å øve på… Begynner dere å se poenge?t"*

Hva skjer så hvis du har vasket håret en gang uten conditioner, og stelt det uten styling, uten kur, uten profesjonell bredde i utvalget du har av produkter..? Hvordan ser håret ut da, tror du? Og hva hvis du gjør det samme to, fire, åtte, ti, tjue ganger?? Tell videre til 70 hårvask, hvordan er hårets tilstand nå..? Og hvor mange uker har det gått? Jo 10 uker! Akkurat så lenge som en gjennomsnittlig kunde venter før de kommer tilbake til deg. Og da er mitt spørsmål til dere – kommer denne kunden tilbake? Selvfølgelig ikke!

Så dette betyr at dersom du ikke veileder meg som kunde om alt det jeg trenger av verktøy for å bevare håret mitt og holde frisyren, så kan du miste meg som kunde. Så hva tror dere – mister dere flere kunder på å veilede dem om det de trenger, eller ved å la være?"

Følgende fremgangsmåte kan være grei å ha i bakhodet når dere skal anbefale produkter, dette kan du dele ut på ark eller alle skriver det ned:

PÅVISE PROBLEM,
eller noe som KAN BLI PROBLEM

FORESLÅ LØSNING

ANBEFALE og SPØRRE
om kunden skal ha noe med seg hjem

Når man foreslår en løsning, er det viktig å understreke hvilke <u>resultater</u> kunden kan vente seg ved å bruke dette produktet. Eks, håret blir enklere å stelle, blankere, fyldigere osv. Husk at resultatet av hva produkter gjør, er viktigere enn å detaljert fortelle hva produktet inneholder.

Kur og ny time selger man på samme måte. *Hvordan* håret blir seende ut etter en behandling, **hvorfor** kunden skal bestille ny time.

ØVELSE

For å trene på denne situasjonen, kan dere sette i gang et rollespill der en medarbeider er frisør og den andre er kunde. Gå så igjennom stadiene, konsultasjon – ved vasken – ved stolen – ved kassen. For å få best utbytte av rollespillet bør det gjennomføres så to spiller og resten ser på.