



Einrichtungshighlight: der goldfarbene Brokatstoff im Kontrast mit dem High-Tech Look des Climazon™

SALONKONZEPT GEFRAGT

Wer kein Konzept hat, verliert! Diese kurze aber prägnante Aussage trifft heutzutage auf zahlreiche Dienstleistungsbereiche zu. Wer am Markt erfolgreich sein möchte, der benötigt ein Salonkonzept mit Wiedererkennungswert. Ob nun avantgardistische oder klassische Zielgruppe – dasjenige Konzept gewinnt, das dem Kunden ein klares Format anbieten kann und sich damit eindeutig am Markt positioniert sowie vom Wettbewerb abhebt.

An dieser Stelle stellt **INSIGHT NEWS** Ihnen daher wieder das „INSIGHT SALONKONZEPT“ der aktuellen Ausgabe vor.

DIE FRISÖRE

KUHLAUNDKLIETMANN

SALON

„Die Frisöre – KuhlaUndKlietmann“ von Ralf Klietmann und Judith Kuhla-Klietmann in Cottbus, Sandower Straße 42.

KONZEPT

Ein großzügiges Saloninterieur empfängt den Kunden beim Betreten der „Frisöre – KuhlaUndKlietmann“ und vermittelt zugleich Wohlfühlatmosphäre. Neben dem Wellness- und Entspannungscharakter des Salons setzen Ralf Klietmann und Judith Kuhla-Klietmann bei ihrem Salonkonzept aber gezielt auf Marketingaktionen.

„Leben heißt Veränderung und ständige Erweiterung“ – so das Lebensmotto der Klietmanns, welches die beiden Friseure auch in ihren Salonservice mit einfließen lassen: Mit außergewöhnlichen Marketingaktionen möchten die Klietmanns ihren Kunden den Friseurbesuch ständig in einem ganz anderen Kontext erleben lassen. So findet der Kunstinteressierte beispielsweise alle drei Monate wechselnde **Ausstellungen junger regionaler Künstler** im Salon. Eine weitere Aktion wurde speziell für Nachtschwärmer entwickelt – beim **Night-Style** kann man sich in regelmäßigen Abständen insbesondere jedoch vor Feiertagen bis 24 Uhr professionell stylen lassen und erhält noch einen Cocktail inklusive. Ein weiteres Aktions-Highlight für die Salonkunden ist das **Foto-Shooting**, das entweder im Salon selbst oder in einer ausgewählten Location außerhalb stattfindet und Abwechslung und Glamour pur verspricht. Jeder, von jung bis alt, Mann oder Frau, kann sich hier von einem professionellen Fotografen in Szene setzen lassen. Ehepaar Klietmann und Team sorgen für das professionelle Foto-Make-up und die passende Frisur. Über den Mehrwert der Aktionen für das Salongeschäft sind sich beide Friseure einig: „**Marketingaktionen als Instrument der Kundenbindung** sind sehr wichtig, denn so entdecken unsere Stammkunden immer wieder etwas Neues bei uns.“ Und Judith Kuhla-Klietmann ergänzt: „Außerdem führen die Zusammenarbeit mit anderen Dienstleistern vor Ort sowie das Auslegen von Flyern dazu, dass Neukunden auf uns aufmerksam gemacht werden.“ Grundlage für den Erfolg jeder neuen Marketingidee ist jedoch der gleichbleibende Service im Salon.

HINTERGRUND

Bei der **WM 2000** in Berlin wurde Judith Kuhla-Klietmann **Juniorweltmeisterin** und machte ein Jahr später, 2001, ihren Meistertitel. Grund genug also, um der eigenen Kreativität, und der von Ehemann Ralf, durch die Eröffnung des gemeinsamen Salons im gleichen Jahr Raum zu geben.

SONSTIGES

Der bewusste Stil-Mix aus alt und modern, hellen Farben und dunklen Möbeln sowie vereinzelt Highlights verleiht dem Salon seinen Charakter und Charme mit Wiedererkennungswert. Der große Salon mit 170m² bietet dem Kunden Weitläufigkeit. Zusätzlich kann er im separat angelegten Waschbereich auf Relaxliegen und bei sanftem Stimmungslicht entspannen.

Das Interview führte Matthias Fuchs.



Das Team setzt bei seinen Marketingaktionen auf die Zusammenarbeit mit anderen Dienstleistern; wie bei dieser **Frisurenpräsentation**, wo die Models von einer ortsansässigen Boutique eingekleidet wurden.



Relaxen im separaten Waschbereich



Das Team (von unten nach oben):
Ralf Klietmann, Judith Kuhla-Klietmann,
Yvonne Kirsch, Katharina Plack und Susanne Creutz