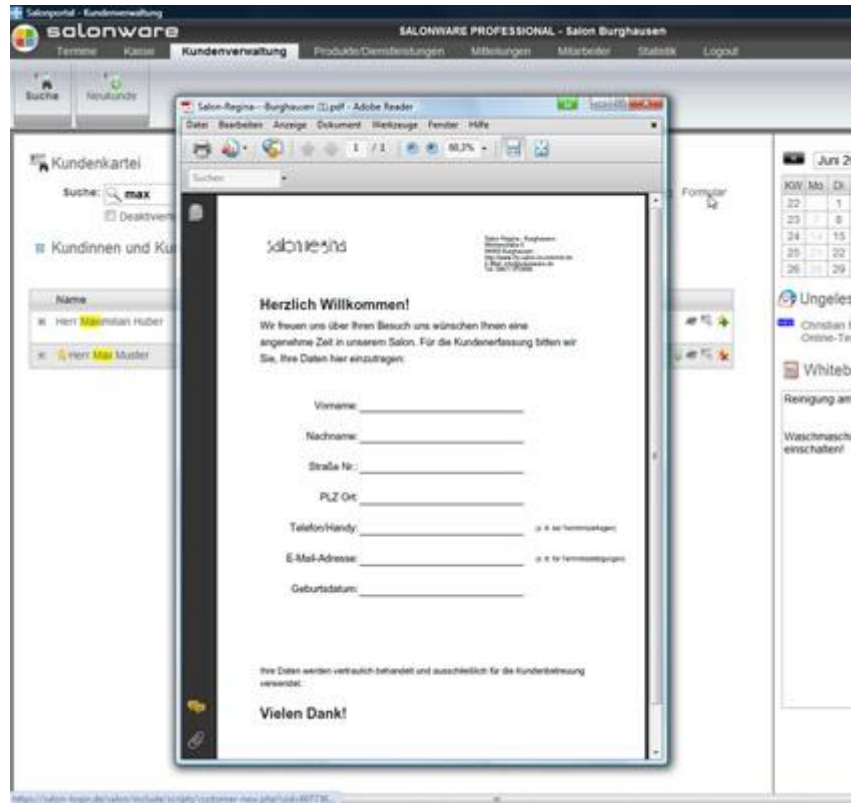


Salonportal

Neukundenformular zum Ausdrucken

Für die effiziente Kundenbetreuung sind möglichst alle Kunden in der Kundenkartei zu speichern. Hierzu sind der **vollständige Name** und die Kontaktdaten erforderlich. Daher sollte die **vollständige Anschrift mit Telefon bzw. Handynummer und die E-Mail-Adresse** des Kunden erfasst werden.

Das neue **Neukunden-Erfassungsformular** kann ausgedruckt und vom Kunden beim ersten Besuch ausgefüllt werden. So wird eine fehlerhafte Schreibweise des Namens verhindert und es können die Kundendaten vollständig in der Kundenverwaltung erfasst werden.



Im Bereich Suche der Kundenverwaltung befindet sich im rechten oberen Bereich der Link "Formular" zu dem Neukunden-Erfassungsformular.

Mit dem vom Kunden ausgefülltem Neukunden-Erfassungsformular kann die Kundin bzw. der Kunde während der Behandlung oder vor dem Kassiervorgang in der Kundenverwaltung angelegt werden.

Zuletzt kassierter Verkaufspreis beim Kassiervorgang über den Terminkalender

Beim Starten des Kassiervorgangs über den Terminkalender wird **automatisch der zuletzt kassierte Verkaufspreis der gleichen Dienstleistung beim gleichen Kunden in die Kasse** übernommen.

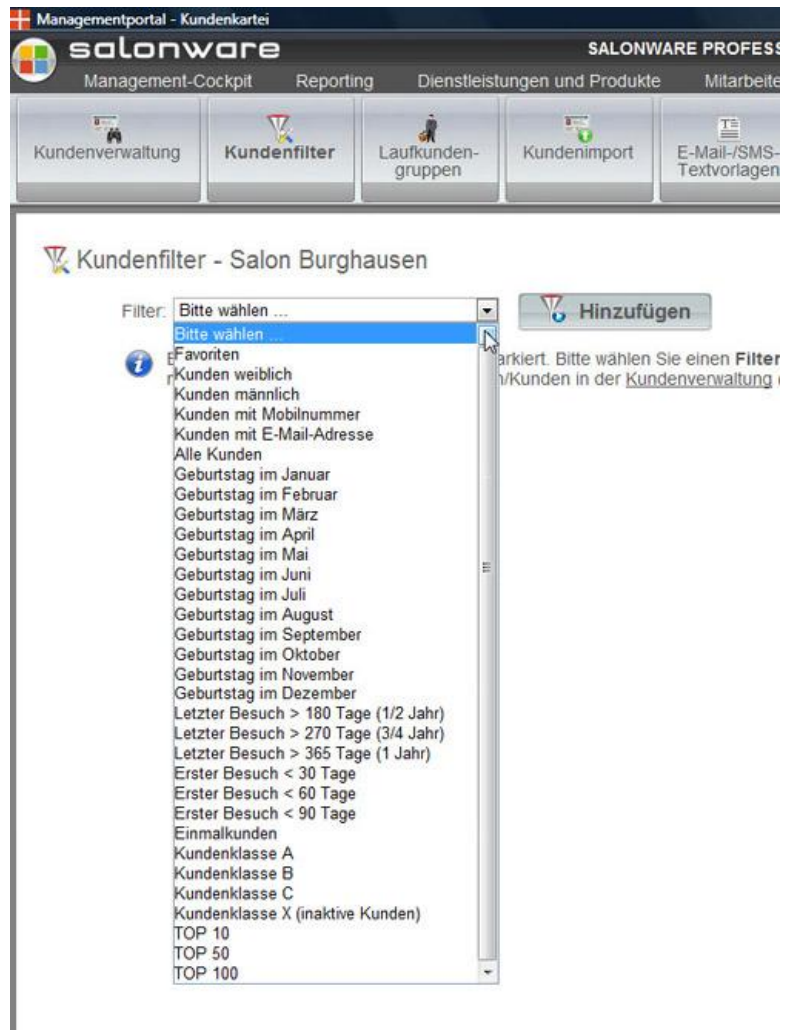
Falls Angebotspreise für eine Dienstleistung hinterlegt sind, wird dieser zur Information in der Produktzeile in der Kasse angezeigt – jedoch nicht mehr als Verkaufspreis in die Kasse übernommen. Der Verkaufspreis kann manuell in der Kasse geändert werden.

Managementportal

Neue Kundenfilter – Top 10 / 50 / 100

Die Standardfilter im Bereich Kunden – Kundenfilter wurden um folgende Auswahlmöglichkeiten ergänzt:

- **TOP 10** (Die 10 Umsatzstärksten Kunden in den letzten 12 Monaten)
- **TOP 50** (Die 50 Umsatzstärksten Kunden in den letzten 12 Monaten)
- **TOP 100** (Die 100 Umsatzstärksten Kunden in den letzten 12 Monaten)



Neue Farben für die Mitarbeiter im Terminkalender

Im Managementportal – Mitarbeiterliste stehen **10 neue Pastelltöne** zur Auswahl zur Verfügung.

Die gewählte Farbe wird im **Tageskalender**, im **Wochenkalender** und im **Mitarbeiterkalender** zur Kennzeichnung der Mitarbeiter/innen verwendet.



PROFESSIONAL-Version:

Vollautomatische ABC/X-Analyse – Kundenstrukturanalyse

Die **ABC-Analyse** ist ein betriebswirtschaftliches Analyseverfahren zur **Kategorisierung und Klassifizierung der Kunden**.

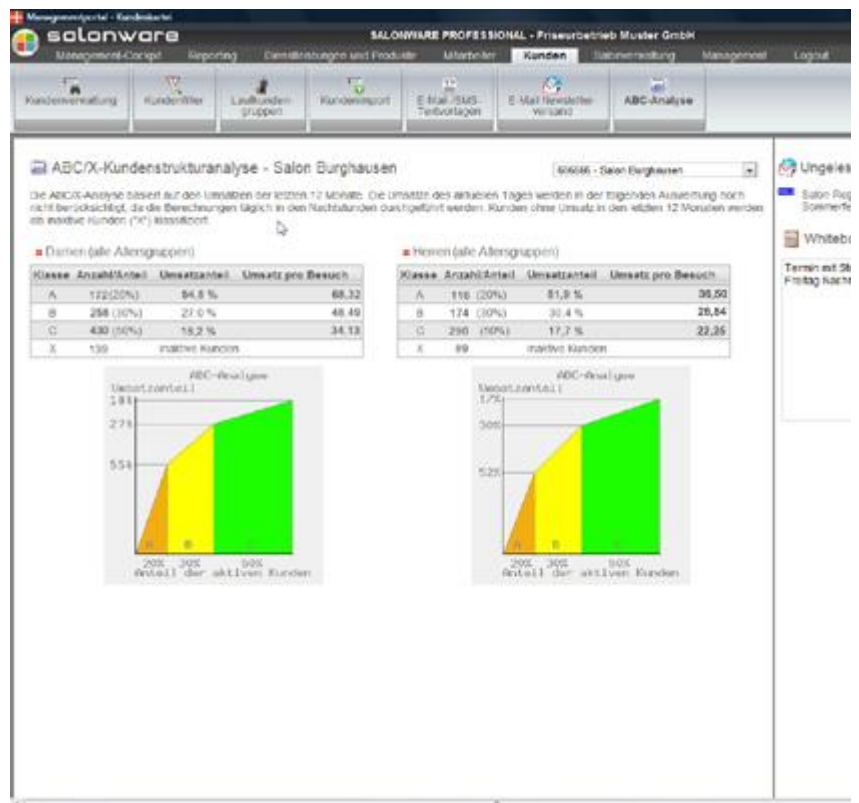
Die Kundenstrukturanalyse teilt den Kundenstamm in die **Klassen A, B und C** auf. Die Zuordnung der einzelnen Kunden zu einer Klasse erfolgt dabei durch die Berechnung dessen Anteils am Gesamtumsatz. A-Kunden sind dabei am stärksten am Umsatz beteiligt und C-Kunden am wenigsten.

Als idealtypische Struktur gilt bei der ABC-Analyse das Pareto-Prinzip, oft auch "80 zu 20"-Regel genannt, wonach 20% der Kunden für 80% des Gesamtumsatzes verantwortlich sind.

In der Praxis ergibt sich durchschnittlich folgende Kundenstruktur bei Friseurbetrieben:

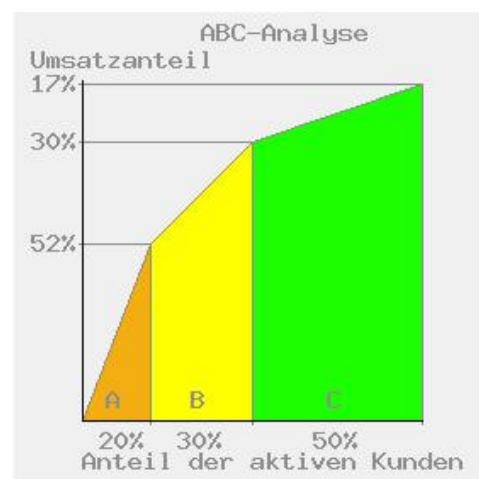
- A-Kunden: 20% der Kunden - 50% Umsatzanteil
- B-Kunden: 30% der Kunden - 30% Umsatzanteil
- C-Kunden: 50% der Kunden – 20% Umsatzanteil

In SALONWARE steht die erweiterte **ABC/X-Analyse** zur Verfügung. **Inaktive Kunden** werden durch die **Kundenklasse X** gekennzeichnet. Die **Klassifizierung erfolgt getrennt nach Geschlecht**.



Herren (alle Altersgruppen)

Klasse	Anzahl/Anteil	Umsatzanteil	Umsatz pro Besuch
A	116 (20%)	51,9 %	36,50
B	174 (30%)	30,4 %	28,84
C	290 (50%)	17,7 %	22,25
X	89		inaktive Kunden



Interpretation der ABC/X-Analyse

Die ABC-Analyse stellt einen IST-Zustand dar und berücksichtigt in der Klassifizierung nicht das Potential - also die zukünftige Entwicklung eines Kunden, den Bekanntheitsgrad ("Promi") des Kunden oder andere Faktoren.

Mit den C-Kunden - also etwa der Hälfte aller aktiven Kunden - werden durchschnittlich nur 20% des Umsatzes erwirtschaftet. Das bedeutet jedoch nicht, dass nur A- und B-Kunden in der Kundenbetreuung berücksichtigt werden sollen. Alle A- oder B-Kunden waren vorher C-Kunden. **Das Potential zur Umsatzsteigerung liegt somit vorwiegend in den bisher umsatzschwachen C-Kunden.**

C-Kunden sind also Kunden, die erst einmal oder noch nicht oft im Salon waren (oder auch Wechselkunden/alternierende Kunden). Die C-Kunden müssen erst an das Unternehmen "gebunden" werden und erfordern evtl. andere Kundenbindungsmaßnahmen als die Stammkunden der A- und B-Klasse.

Die inaktiven Kunden der X-Klasse (Altkunden) hatten keinen Umsatz in den letzten 12 Monaten erwirtschaftet. Als Ursache für den Verlust des Kunden kann z. B. ein Umzug sein, Unzufriedenheit oder evtl. ist der Kunde verstorben.

Durch Kundenrückgewinnungsmaßnahmen können die Ursachen analysiert und die Kunden ggf. zurück gewonnen werden.

Gezielte Marketingmaßnahmen

Durch die Kategorisierung der Kunden in die Klassen A, B, C und X können Marketingmaßnahmen, wie z. B. E-Mail-Newsletter, Brief-Mailing oder Angebote gezielt durchgeführt werden.

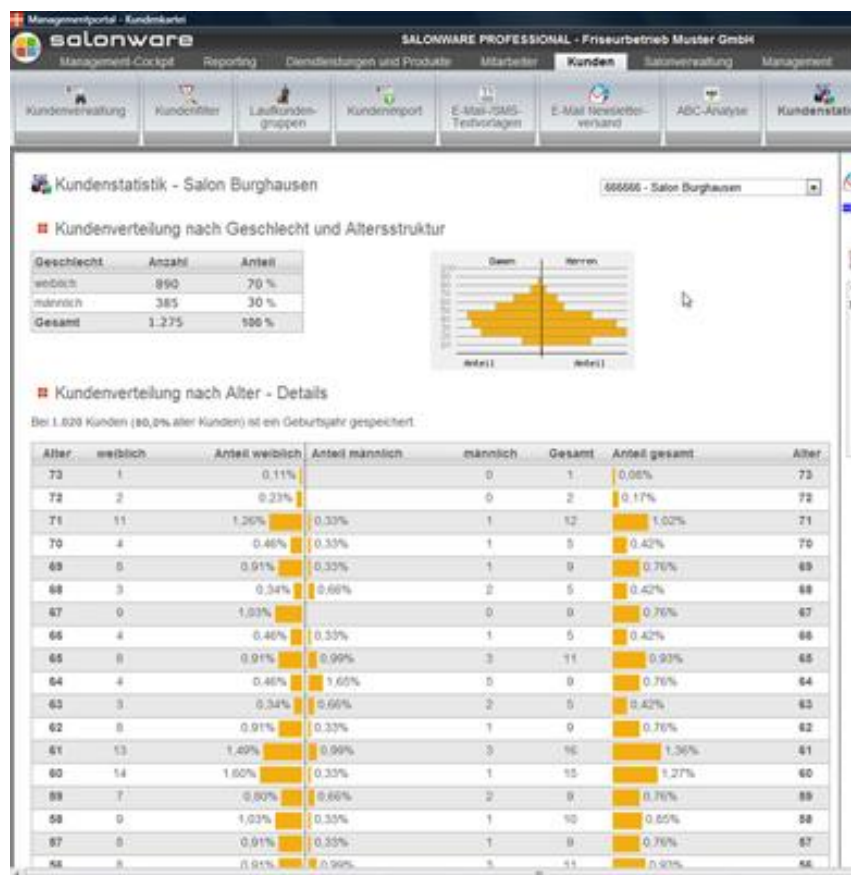
Über den Kundenfilter können die einzelnen Kundenklassen gefiltert werden. Voraussetzung für weitere Kundenbindungsmaßnahmen oder Kundenrückgewinnungsmaßnahmen sind möglichst vollständige Kontaktdaten (vollständiger Name, E-Mail-Adresse, Anschrift).

PROFESSIONAL-Version:

Kundenstatistik - Altersstrukturanalyse

Im Managementportal im Bereich Kunden - **Kundenstatistik** kann die **Anzahl der gespeicherten Kunden mit Anteil der weiblichen/männlichen Kunden und der Altersstruktur** angezeigt werden.

Im linken oberen Bereich wird die Anzahl der weiblichen und männlichen Kunden mit dem entsprechenden Anteil und der Summe aller gespeicherten Kunden in einer Tabelle dargestellt.

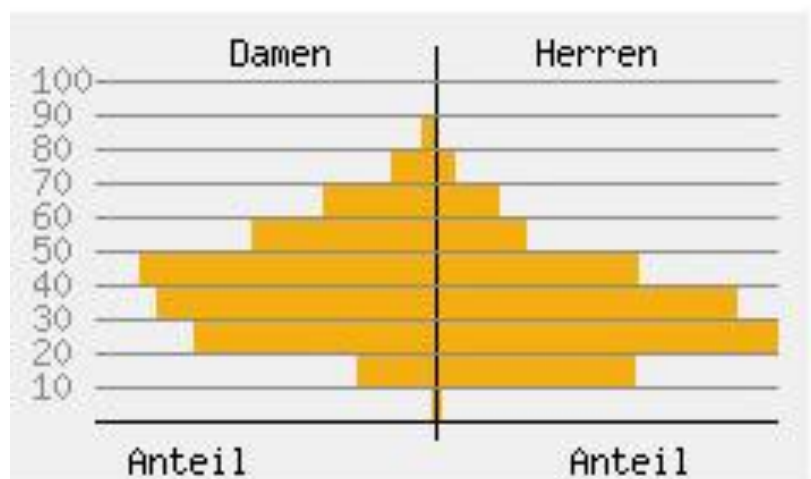


Altersstruktur - Altersverteilung

Neben der Tabelle wird die Altersverteilung für weibliche und männliche Kunden dargestellt. Die Altersstruktur zeigt die **statistische Verteilung der Kunden nach ihrem aktuellen Alter**.

Je nach Zielgruppe des Salons hat die Altersverteilung häufig die "Tannenbaumform".

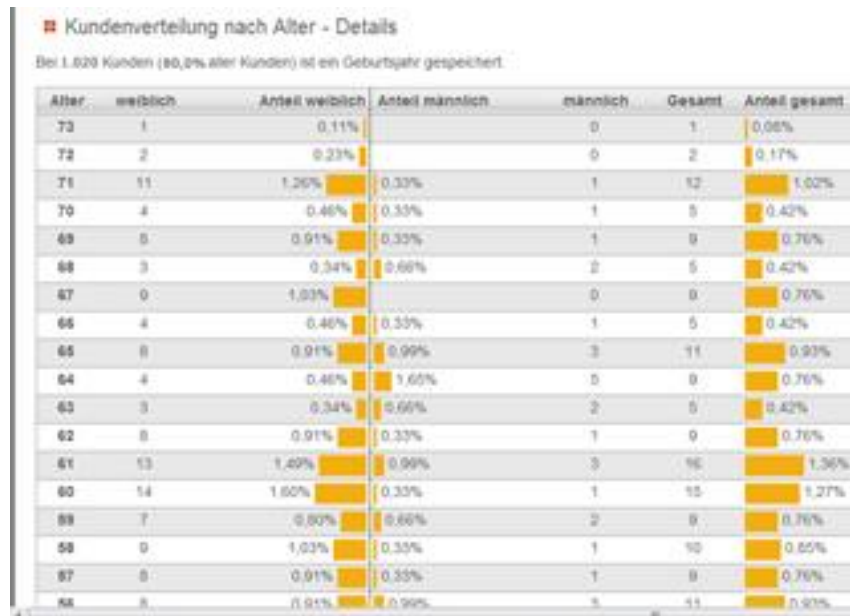
Zur übersichtlicheren Darstellung werden jeweils 10 Jahre zusammengefasst und als horizontaler Balken in einer entsprechenden Länge dargestellt. So entstehen die Altersgruppen 0 bis 9 Jahre, 10 bis 19 Jahre, 20 bis 29 Jahre, usw.



Altersverteilung im Detail für jedes Lebensjahr

Unter der Tabelle und dem Diagramm werden die Detaildaten für jedes Alter aufgelistet. Für **jedes Lebensjahr** werden die **Anzahl der weiblichen und männlichen Kunden**, der daraus berechnete **Anteil und die Summe aller Kunden je Lebensjahr** in Zahlen und als horizontaler Balken dargestellt.

Über der Detailtabelle wird die Gesamtanzahl der Kunden mit gespeichertem Alter bzw. Geburtsdatum und der Anteil dieser Kunden an der Gesamtzahl der Kunden.



Interpretation der Altersstrukturanalyse

Die Altersstrukturanalyse stellt wie die ABC-Analyse einen IST-Zustand dar und spiegelt im Normalfall die **Zielgruppe des Salons** wieder. Voraussetzung für die realistische Darstellung der Verteilung ist natürlich ein **hoher Anteil an Kunden mit gespeichertem Geburtsdatum**.

Durchschnittlich sind in einem Friseursalon etwa 70% weibliche Kunden und etwa 30% männliche Kunden in der Kundenverwaltung gespeichert. Dies liegt meistens daran, dass Männer häufig als "Laufkundschaften" kassiert werden und somit nicht namentlich in der Kundenkartei gespeichert werden. Für eine aussagekräftige Altersstruktur- und Zielgruppenanalyse ist es wichtig, möglichst vollständige Kundendaten mit Geburtsdatum zu speichern und möglichst wenige Kunden als Laufkunden zu kassieren.

Für die Erfassung von Neukunden kann z. B. das oben genannte Neukunden-Erfassungsformular genutzt werden.

PROFESSIONAL-Version:

Stammstylisten-Auswertung/Statistik mit Filterfunktion

Im Managementportal im Bereich Kunden - Stammstylisten können die **Stammstylisten ausgewertet** werden, die den Kunden in der Kundenverwaltung zugeordnet sind. Die Zuordnung einer Mitarbeiterin bzw. eines Mitarbeiters als Stammstylist erfolgt in den Kunden-Stammdaten im Salonportal.

In der Stammstylisten-Statistik werden die **zugeordneten Mitarbeiter/innen tabellarisch aufgelistet**. Die Reihenfolge ist entsprechend der Anzahl der zugeordneten Kunden. Die Tabelle beginnt mit den Mitarbeiter/innen mit den meisten Stammkunden. In der letzten Zeile werden die Kunden angezeigt, die keinem Stammstylisten zugeordnet sind.

Die Stammstylisten-Auswertung ermöglicht die **Filterung von Stammkunden einer bestimmten Mitarbeiterin bzw. eines bestimmten Mitarbeiters** für ein gezieltes Kunden-Mailing.

Stammstylistin	Damen A/B/C/X	Herren A/B/C/X	Gesamt	Anteil
Regina	320 A (45) B (58) C (85) X (132)	202 A (12) B (44) C (59) X (87)	522	20,00%
Birgit	218 A (99) B (72) C (71) X (66)	207 A (35) B (39) C (43) X (90)	425	16,27%
Sabine	18 A (2) B (1) C (1) X (7)	302 A (274) B (3) C (8) X (2)	313	11,98%
Kunden ohne Zuordnung	1280 A (55) B (124) C (312) X (789)	72 A (-) B (1) C (28) X (36)	1352	51,73%

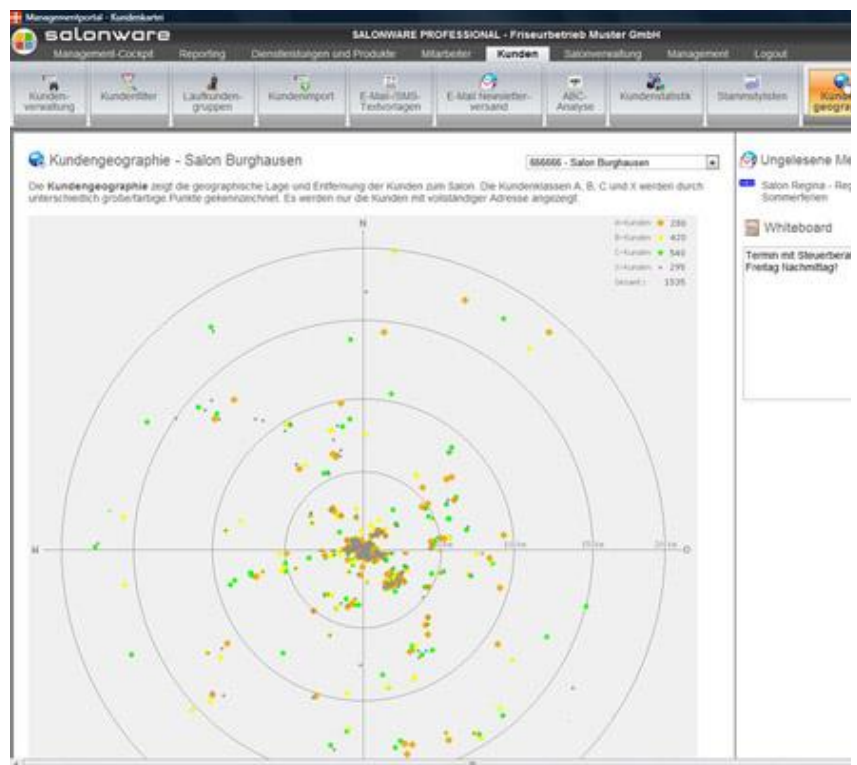


PROFESSIONAL-Version:

Kundengeographie - geographische Verteilung - Einzugsgebiet

Im Managementportal im Bereich Kunden - **Kundengeographie** kann die **geographische Lage und Entfernung der Kunden zum Salon dargestellt und analysiert** werden. Die Kunden der Kundenklassen A, B, C und X werden durch unterschiedlich große und farbige Punkte gekennzeichnet. Das Einzugsgebiet des Friseur-Salons wird so graphisch in einer Landkarte dargestellt.

Die Position auf der Landkarte wird automatisch durch die Anschrift und somit den geographischen Längen- und Breitengrad ermittelt und entsprechend eingezeichnet.



Die **Größe des Einzugsgebiets** kann anhand der eingezeichneten Entfernungskreise im Abstand von 5 km, 10 km, 15 km und 20 km um den Salon erkannt werden. Die geographische Verteilung der Kunden um den Salon kann anhand dieser Darstellung analysiert werden.

Kundenverteilung nach der Entfernung zum Salon (Luftlinie)

Unterhalb der graphischen Darstellung der Kundenverteilung werden die **Anteile der weiblichen und männlichen Kunden nach Entfernung zum Salon tabellarisch aufgelistet**. Mit diesem statistischen Kundenverteilung ist eine Analyse des **Einzugsgebiets** möglich.

In der Tabelle werden die Entfernungen von **0 km bis 50 km Luftlinie** aufgelistet und können gefiltert werden. Alle Kunden über 50 km Entfernung werden als Summe angezeigt.

Entfernung in km	Damen	Herren	Gesamt	Anteil
0	155	78	233	15,15%
1	133	89	223	13,88%
2	118	48	167	10,92%
3	123	16	148	9,50%
4	94	40	134	8,79%
5	41	28	69	4,51%
6	31	5	36	2,31%
7	40	11	51	3,26%
8	20	7	27	1,72%
9	17	6	23	1,52%
10	9	4	12	0,79%
11	17	5	22	1,44%
12	15	2	17	1,12%
13	11	3	14	0,92%
14	7	4	11	0,72%
15	8	1	9	0,59%
16	5	4	9	0,59%
17	4	2	6	0,39%
18	3	1	4	0,26%
19	1	1	2	0,13%
20	1	0	1	0,07%
21	1	1	2	0,13%
22	1	0	1	0,07%

14,94%

11,69% Kundenfilter auf die Kunden anwenden