

WELLA SALON MARKETING

Mein Erfolg. Einfach bestellt.

Eine sensationell erfolgreiche Neueröffnung!

„Mit der Empfehlungskarte brachte mir eine Kundin zehn neue Kunden in den Salon!“



Mein Steckbrief

Friseur: Peter Deufel

Salon: LP Hairdesign

Ort: Überlingen

Zeitraum der Aktion: 01.10. - 31.11.2010

Anzahl der Bedienplätze: 6

Lage: Kleinstadt, Fußgängerzone

Meine Aktion:

- Neueröffnung meines Salons
- Paket „Kunden gewinnen“ & Basiswerbemittel

Bestellte Werbemittel:

- Paket „Neukunden gewinnen“
 - **Anzeige für die Zeitung** mit Gutschein
 - **Flyer mit Eröffnungsangebot und Gutschein**
- Basiswerbemittel für professionellen Salonauftritt
 - **Terminkarte**
 - **Handzettel inkl. Aufsteller im Salon**
 - **Innenbanner für Schaufenster mit Öffnungszeiten**

Meine Investition für die gesamte Aktion:

- ca. 380 Euro

Mein Erfolg:

- **281 neue Kunden** im Salon
- **7.400 Euro Umsatz** im ersten Monat
- Bekanntheit gesteigert
- Gute Positionierung gegenüber den Wettbewerbern
- Neueröffnungsziel mehr als erfüllt

Das Interview zum Werbeerfolg

Wella Salon Marketing (WSM): Sie haben sich für die Durchführung Ihrer Werbeaktion mit Wella Salon Marketing (WSM) entschieden – warum?

Peter Deufel: Weil alles, das bei WSM angeboten wird, Hand und Fuß hat. Die Werbemittel sind äußerst professionell, sie sind einfach über die Plattform zu bestellen und die telefonische Betreuung ist hervorragend.

WSM: Was wollten Sie mit Ihrer Werbeaktion erreichen?

Peter Deufel: Zum einen wollte ich meinen neuen Salon bekannt machen und neue Kunden in den Salon locken, zum anderen meinem Salon ein professionelles Auftreten verleihen.

WSM: Und haben Sie Ihre Ziele erreicht?

Peter Deufel: Aber Hallo! Meine Ziele wurden wirklich übererfüllt. Jetzt nach 6-7 Wochen schlagen viele Empfehlungen bei mir auf. **Stellen Sie sich vor, eine Kundin alleine hat mir zehn Neukundinnen gebracht!**

WSM: Sie haben für die Aktion rund 380 Euro ausgegeben. Würden Sie sagen, die Investition hat sich gelohnt?

Peter Deufel: Ganz ehrlich, für das, was Sie mir geboten haben, hätte ich auch locker 1.000 Euro ausgegeben. Bei den Werbemitteln von WSM sehe ich den Erfolg und vor allem den Rücklauf. Von daher ist das, was Sie für die Wella-Friseure bieten, genau das Richtige.

WSM: Planen Sie weitere Werbeaktivitäten?

Peter Deufel: Natürlich plane ich noch weitere Aktionen. Bereits bestellt habe ich die Weihnachtskarten zur Selbstverteilung mit einem Gutschein für die „Sauern-Gurken-Monate“ Januar und Februar.

WSM: Abschließend, wie beurteilen Sie die Betreuung durch das Wella Salon Marketing-Team?

Peter Deufel: Einfach spitze! Wenn alles so wäre wie WSM, dann hätte ich keine Sorgen.