

WELLA SALON MARKETING

Mein Erfolg. Einfach bestellt.

Rabatt-Aktionen mit Anzeigen, Flyern und Karten

„Wir haben jetzt schon 160 Rückläufer, und es werden bestimmt noch mehr.“



Mein Steckbrief

Friseur: Ulrich Sterle
Salon: Ulrich Sterle & Team
Ort: Kupferzell
Anzahl Bedienplätze: 11
Lage: Lauffage, Innenstadt (Nähe Marktplatz)

Meine Aktionen:

- Flyer-Aktion mit Rabatt auf Farbbehandlung: Verteilung von 1.000 Flyern an Kunden im Salon
- Geburtstagskarten-Aktion „Wir gratulieren“: Versendung von 200 Geburtstagskarten an Stammkunden
- Zeitraum: Juli bis Ende September 2010

In Planung:

- 2. Flyer-Aktion mit Rabatt auf Farbbehandlung: Verteilung von 2.500 Flyern über Gemeindeblatt
- Rabatt-Aktion auf Dienstleistung jeder Art: Schaltung einer Anzeige in anderem Gemeindeblatt
- Zeitraum: Ende September/Anfang Oktober 2010

Ziele:

- Präsenz nach außen festigen und ausbauen
- Kunden gewinnen über Flyer-Aktion
- Kunden binden über Geburtstagskarten-Aktion

Kosten gesamt:

- ca. 750 Euro, zzgl. Schaltungskosten der Anzeige

Mein Erfolg (Zwischenstand zum September 2010, Aktionen laufen noch bis Ende Dezember 2010):

- 3% mehr Umsatz seit Juli 2010
- 60 Neukunden durch Flyer
- 100 Stammkunden durch Geburtstagskarten (entspricht Response von 50%)
- verstärkte Wahrnehmung

Das Interview zum Werbeerfolg

Wella Salon Marketing (WSM): Sie haben sich bei der Durchführung Ihrer Werbeaktivitäten für Wella Salon Marketing entschieden – warum?

Ulrich Sterle: Weil wir schon sehr lange mit Wella zusammenarbeiten. Ich bin nun 33 Jahre in der Selbständigkeit, der Salon besteht sogar seit 60 Jahren – und genauso lange sind wir mit Wella verbunden. Früher haben wir unsere Werbung direkt mit Wella durchgeführt, da sind wir noch nach Darmstadt gefahren. Dann kam Wella Salon Marketing. Das finde ich eine gute Sache, da es viele individuelle Dinge gibt und man eine einheitliche Schiene fährt bezüglich Logo und der Farbgestaltung im Innen- und Außenbereich.

WSM: Wie war die Resonanz auf Ihre Flyer- und Geburtstagskarten-Aktionen?

Ulrich Sterle: Insgesamt hatten wir ca. 160 Rückläufer: 60 neue Kunden über die Flyer zum Thema Farbe und der Rest, also 100, über die Geburtstagskarten. Das waren dann natürlich Stammkunden. Und die Aktion ist noch nicht vorbei. Nächste Woche lasse ich im Kernort weitere 2.500 Flyer über ein Gemeindeblatt verteilen.

WSM: Was wollten bzw. wollen Sie mit der Flyer- und der Geburtstagskartenaktion erreichen?

Ulrich Sterle: Zum einen wollten wir die Kundenbindung stärken, was wir über die Geburtstagskarten gemacht haben. Zum anderen wollten wir Neukunden gewinnen – daher die Flyer. Außerdem war es uns wichtig, die Präsenz nach außen zu festigen und weiter auszubauen.

WSM: Haben Sie Ihre Ziele bisher erreicht?

Ulrich Sterle: Ha. Sein Ziel erreicht man doch nie. Es ist auf jeden Fall gut angelaufen. Wirklich eine tolle Sache. Und, wenn ich mir die Bemerkung erlauben darf, die Werbeberater haben mit einer Engelsgeduld mit mir geredet. Ich bin in Computersachen ja nicht so firm wie mein Sohn, der sich inzwischen auch als Friseur selbständig gemacht hat. Aber die Werbeberater haben mir alles in eineinhalb Stunden am Telefon erklärt.

WELLA SALON MARKETING

Mein Erfolg. Einfach bestellt.

WSM: Wie fielen die Reaktionen Ihrer Kunden bisher auf Ihre Aktionen aus?

Ulrich Sterle: Sehr positiv. Unsere Stammkunden haben sich über die Geburtstagskarten sehr gefreut. An eingetragenen Kunden haben wir ca. 2.500, noch nicht erfasst in unserem System sind weitere 500 bis 600 Stammkunden. Sehr positiv wurden auch die Farbkarten der Flyer aufgenommen: Hier gibt es für Kurzhaar einen Rabatt auf die Farbbehandlung von 8 Euro. Außerdem läuft parallel eine Gutscheinaktion an, die aber nicht kombinierbar ist und 6 Euro Rabatt auf eine Dienstleistung von über 20 Euro gibt. Hier erscheint heute eine kleine Anzeige in einem anderen Gemeindeblatt, das keine Flyer zulässt. Diese Aktion läuft noch bis zum 31.12.2010, damit auch Leute, die erst bei ihrem Friseur waren, zu uns kommen können.

WSM: Sie haben darüber hinaus noch weitere Werbemittelpakete bestellt sowie auch T-Shirts, insgesamt für rund 1.400 Euro. Würden Sie sagen, die Ausgaben haben sich gelohnt?

Ulrich Sterle: Ja, in jedem Fall. Man muss das alles mittelfristig sehen. Dann hat es sich mit Sicherheit gelohnt. Wir haben jetzt schon 160 Rückläufer, und es werden bestimmt noch mehr.

WSM: Was war Ihrer Meinung nach ausschlaggebend für den Erfolg Ihrer Werbung?

Ulrich Sterle: Ich nehme an, nein, ich weiß, dass hinter unserer Werbung ein gutes Konzept steckt. Die Präsentation nach außen hin, was Logo und Farbgestaltung angeht. Es ist wirklich eine ganz tolle Sache.

WSM: Gibt es etwas, was Sie anders oder noch besser machen wollen?

Ulrich Sterle: Momentan fällt mir da wirklich nichts ein. Ich bin sehr zufrieden mit der ganzen Geschichte.

WSM: Wie beurteilen Sie Wella Salon Marketing insgesamt und die Betreuung durch die Werbeberater bei Ihrer Aktion?

Ulrich Sterle: Da kann ich mich nur wiederholen. Ich bin sehr zufrieden. Alle haben sich wirklich gut mit eingebracht. Und es klappt auch alles gut.

