

WELLA

EVA ErfolgsVergleichsAnalyse



PANEL - Der Dienstleistungsvergleich

1. Tertial - 2. Tertial 2019

Salon

Haarmacher

Inhaltsverzeichnis:

1. Anteile der Dienstleistungen in Ihrer Umsatzgrößenklasse	3
* Damensalon	3
* Herrensalon	4
2. EVA Dienstleistungsvergleich aller Teilnehmer	5
* Basis-Dienstleistungen im Damensalon	5
* Farbverändernde Dienstleistungen im Damensalon	6
* Sonstige Dienstleistungen im Damensalon	7
* Basis-Dienstleistungen im Herrensalon	8
* Sonstige Dienstleistungen im Herrensalon	9
3. Umsatz pro Kunde in Ihrer Umsatzgrößenklasse	10
4. Kundenzahlen pro Arbeitstag pro Mitarbeiter in Ihrer Umsatzgrößenklasse	11
* Neukundenentwicklung in Ihrer Umsatzgrößenklasse	12
5 Dienstleistungsfaktor in Ihrer Umsatzgrößenklasse	13
* Damensalon	13
* Herrensalon	14
6. Gesamtüberblick der Ergebnisse in Ihrer Umsatzgrößenklasse	15
* Damensalon	16
* Herrensalon	17
7. Allgemeiner Hinweis	18

Auswertung Salon Haarmacher

Mit dem Dienstleistungsvergleich liegt Ihnen eine detaillierte und individuelle Analyse und damit eine effektive Entscheidungshilfe für Ihre Werbe- und Weiterbildungsplanung, Kalkulation, Mitarbeiterführung und für Ihr Controlling vor. Ihre persönlichen Leistungsdaten werden mit den Daten anderer Dienstleistungsvergleich-Teilnehmer verglichen und grafisch dargestellt.

Sie finden in den folgenden Ausführungen Vergleichsdaten Ihrer Umsatzgrößenklasse als auch Vergleichsdaten aller Friseursalons, die an dem Dienstleistungsvergleich teilnehmen. Mit den Vergleichsdaten Ihrer Umsatzgrößenklasse können Sie direkte Vergleiche Ihrer Salon- bzw. Ihrer Mitarbeiterdaten vornehmen. Die Vergleichsergebnisse aller Friseursalons im zweiten Abschnitt geben Ihnen einen Überblick über den gesamten Markt. Hier können Sie erkennen, welche Durchschnittswerte bei anderen Friseursalons in den jeweiligen Dienstleistungsarten erreicht werden. Falls einzelne Positionen nicht ausgewertet sind, so liegt es daran, dass Sie einzelne Dienstleistungsarten nicht anbieten oder keine Daten eingetragen haben.

Im Anhang bekommen Sie einen tabellarischen Überblick über mögliche Salondatenabweichungen von den Dienstleistungsvergleichs-Werten. Überprüfen Sie Ihre Ergebnisse in Bezug auf Ihre persönlichen Unternehmensziele. Möglicherweise haben Sie andere Zielsetzungen als die Dienstleistungsvergleichs-Teilnehmer. Diskutieren Sie die Ergebnisse nach Möglichkeit auch mit Ihren Mitarbeitern. Vergleichen Sie die einzelnen Mitarbeiterleistungen mit dem Ihnen vorliegenden Salondurchschnitt. Um diese vergleichen zu können, senden wir Ihnen als Neukunde bzw. immer zum 1. Tertial als Anhang Beispielvordragen für die Erstellung von Mitarbeiter Checks und Berechnung von Leistungskennziffern.

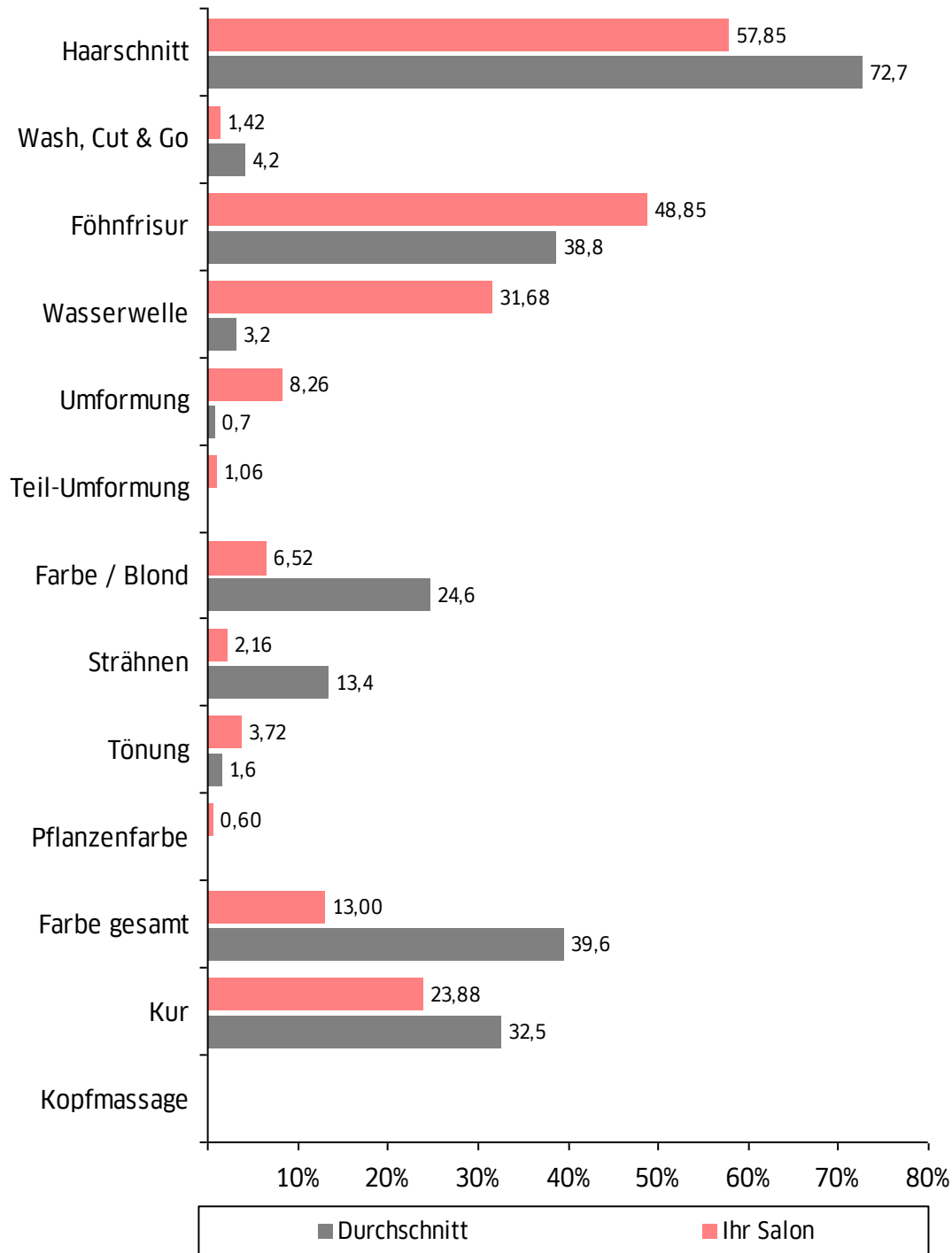
Die Mustervordragen können Sie für Ihre individuellen Eintragungen einfach kopieren.

Wir wünschen Ihnen mit dem Dienstleistungsvergleich viel Erfolg und bedanken uns für Ihre Teilnahme!

1. Anteile der Dienstleistungen in Ihrer Umsatzgrößenklasse (125-175 t€)

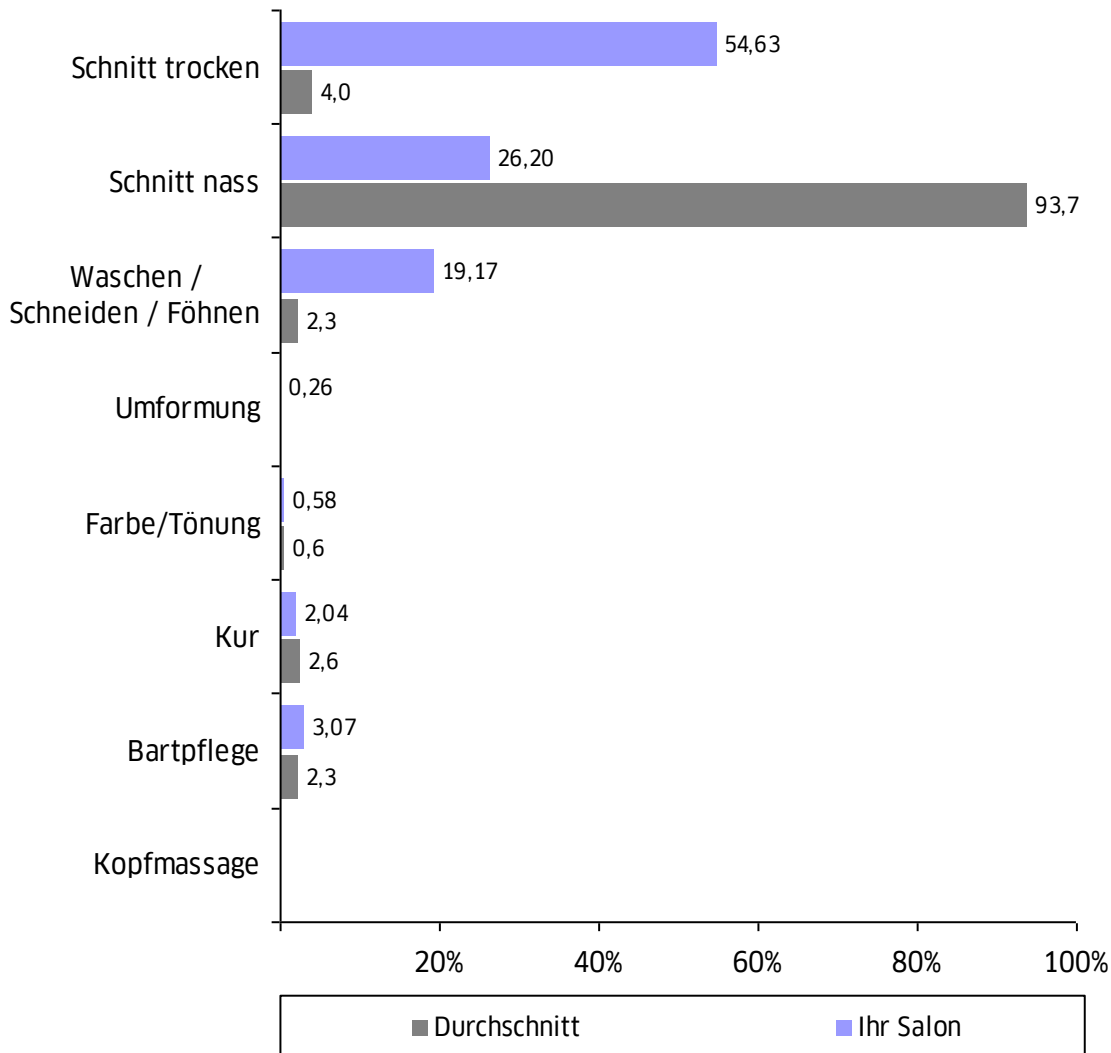
Damensalon

Um geeignete Maßnahmen im Friseursalon durchsetzen zu können, ist es sinnvoll zu wissen, wo die Stärken und Potenziale des Salons liegen. Hier zeigen wir Ihnen, in welchen Dienstleistungen die Stärken Ihres Friseursalons liegen und wo eventuell noch Potenziale vorhanden sind.



1. Anteile der Dienstleistungen in Ihrer Umsatzgrößenklasse (125-175 t€)

Herrensalon

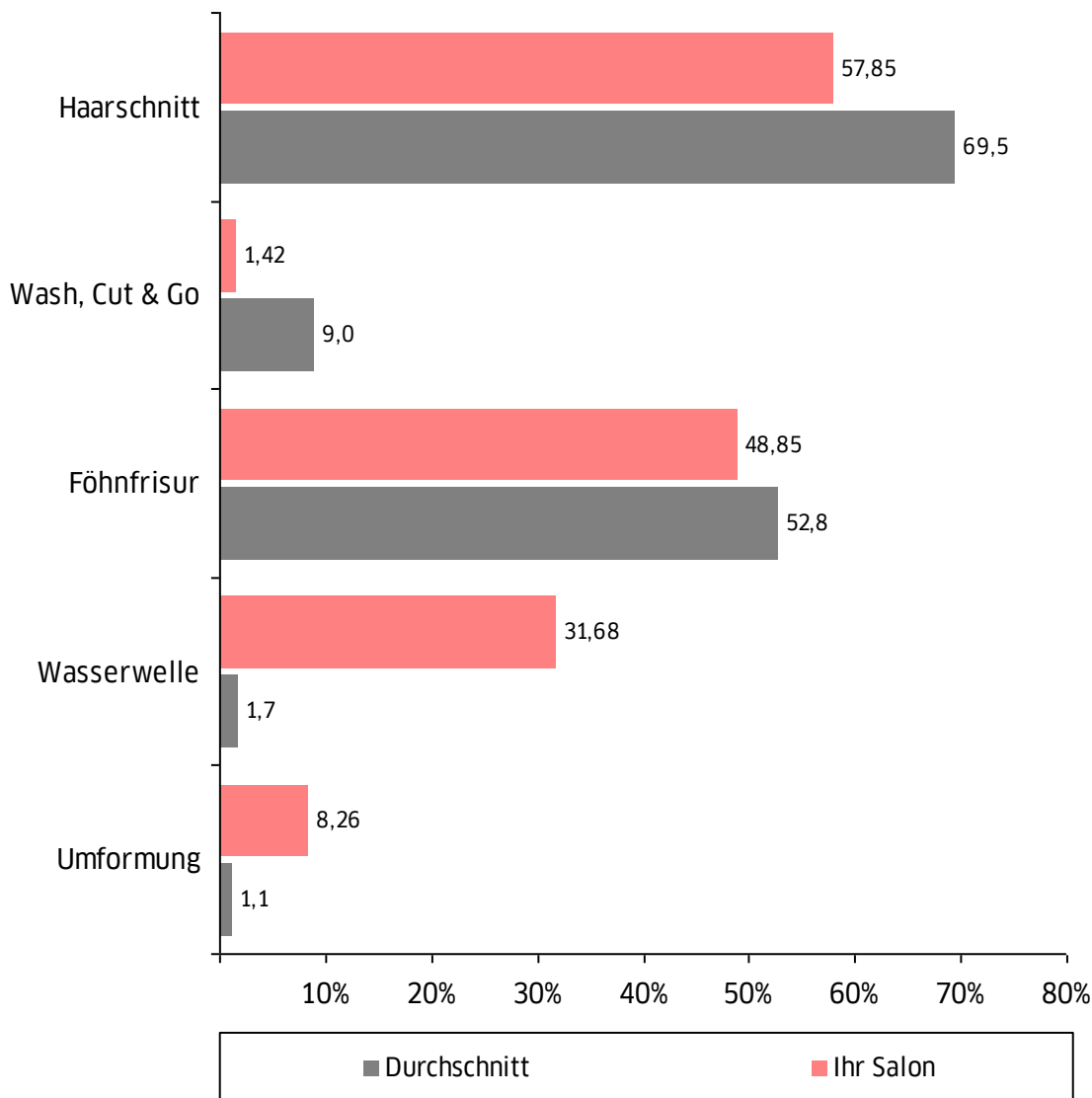


Die Grafiken auf Seite 3/4 zeigen Ihnen, wie sich die Dienstleistungen Ihres Damen- und Herrensalons im Vergleich zum Durchschnitt der EVA Dienstleistungsvergleich-Teilnehmer in Ihrer Umsatzgrößenklasse aufteilen. Basis der Anteilsrechnung ist die Kundenanzahl während eines Tertials in Ihrem Damen- und Herrensalon. Da meistens mehrere Dienstleistungen an einem Kunden ausgeführt werden, ergibt die Summe aller Anteile über 100 Prozent. Vergleichen Sie das vorliegende Ergebnis mit Ihren persönlichen Unternehmenszielen und benutzen Sie beide Grafiken als Grundlage für Ihre Mitarbeiterbesprechungen. Ein Vergleich der einzelnen Mitarbeiterergebnisse mit dem vorliegenden Salondurchschnitt ist ebenso sinnvoll für eine Zielvereinbarung auf objektiver Grundlage. Da die Mitarbeiter zum Teil unterschiedliche Arbeitszeiten haben, müssen die Leistungskennziffern für jedes Mitarbeiter- und Salonergebnis berechnet werden. Nur so können Mitarbeiter untereinander und mit dem Salondurchschnitt verglichen werden. Die verschiedenen Leistungskennziffern, wie z.B. Umsatz pro Kunde und deren Berechnung finden Sie im Anhang der ersten Jahres- bzw. Neukunden-Zusendung.

2. Dienstleistungsvergleich aller Teilnehmer

In den nachfolgenden Abbildungen haben wir die Dienstleistungsanteile Ihres Unternehmens den durchschnittlichen Anteilen aller EVA Dienstleistungsvergleich-Teilnehmer gegenübergestellt.

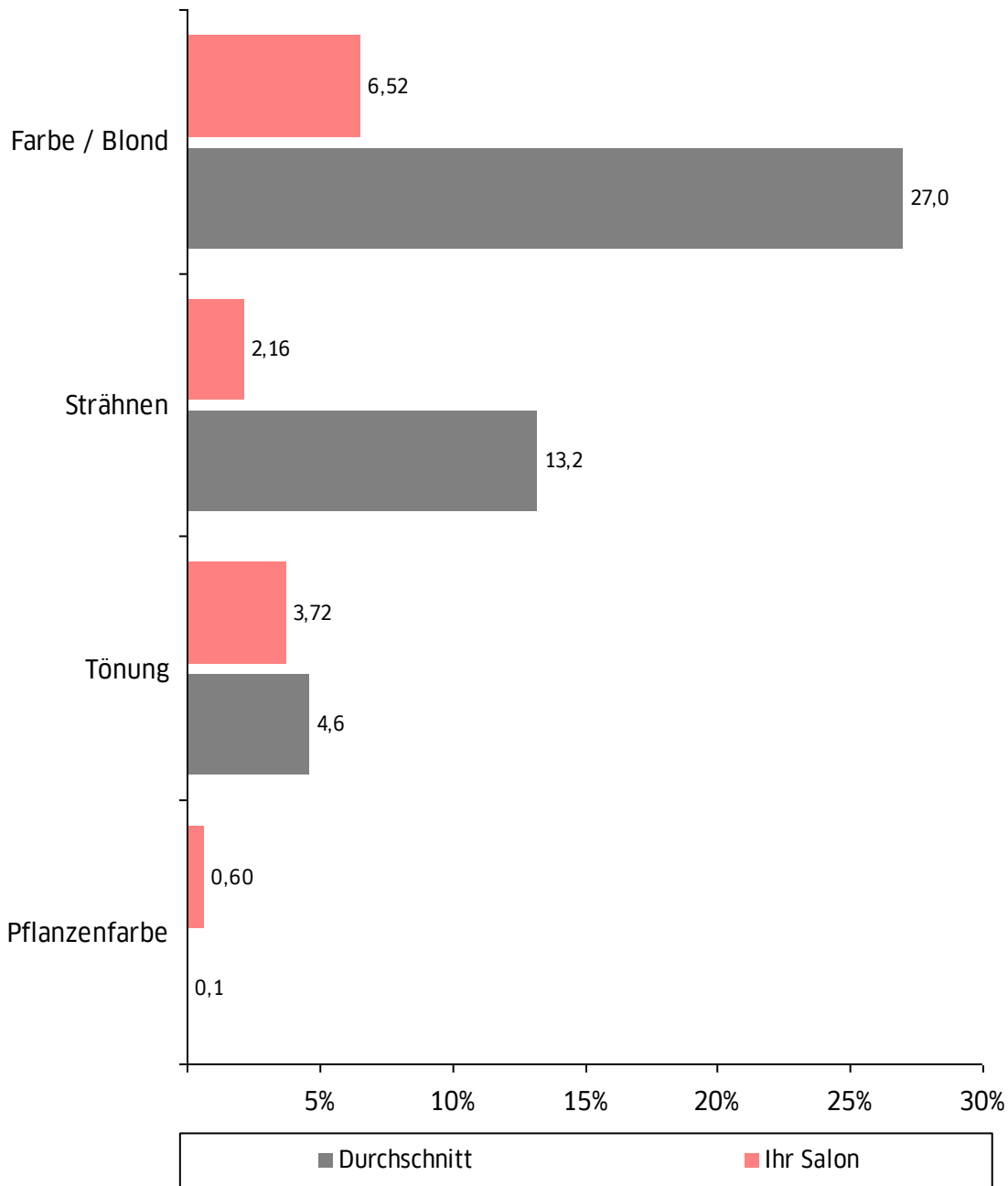
Basis-Dienstleistungen im Damensalon



Basis dieser Grafik sind die EVA Dienstleistungsvergleich-Teilnehmer aller Umsatzgrößenklassen. Dies bedeutet, dass hier unterschiedliche Salongrößen betrachtet werden. Damit bekommen Sie einen Überblick, welche Bandbreiten bei den einzelnen Dienstleistungsarten im gesamten Markt vorhanden sind. Da es sich hier um Grenzwerte der einzelnen Dienstleistungsarten handelt, ist es sinnvoll, dass Sie den Durchschnittswert Ihrer Umsatzgrößenklasse (Seite 3/4) für den direkten Vergleich nicht aus den Augen verlieren.

2. Dienstleistungsvergleich der Teilnehmer

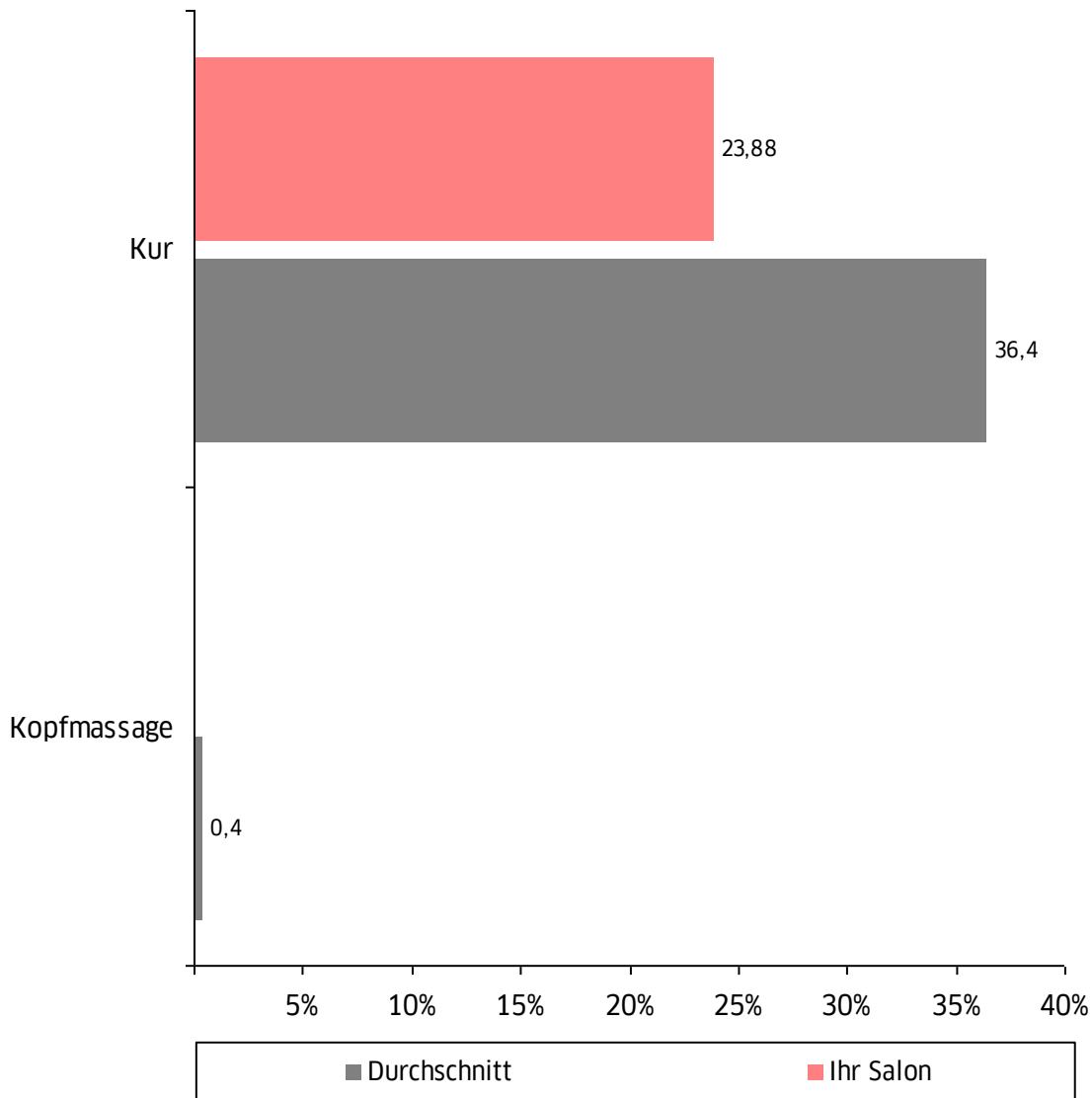
Farbverändernde Dienstleistungen im Damensalon



Diese Abbildung zeigt Ihnen die einzelnen Anteile der Farbdienstleistungen. Unabhängig von der Umsatzgrößenklasse sind die durchschnittlichen Anteile an Farbdienstleistungen Ihrem Salonanteil gegenübergestellt. Für den direkten Vergleich in Ihrer Umsatzgrößenklasse finden Sie die jeweiligen Farbanteile auf Seite 3. Hier ist auch die Summe Ihrer Farbdienstleistungen unter „Farbe gesamt“ ausgewiesen.

2. Dienstleistungsvergleich der Teilnehmer

Sonstige Dienstleistungen im Damensalon



Zusatzdienstleistungen des Friseurs gewinnen mehr und mehr an Bedeutung. Im Vergleich sehen Sie in der obigen Grafik die durchschnittlichen Anteile der EVA Dienstleistungsvergleichsteilnehmer aller Umsatzgrößenklassen und Ihre Salondurchschnittswerte.

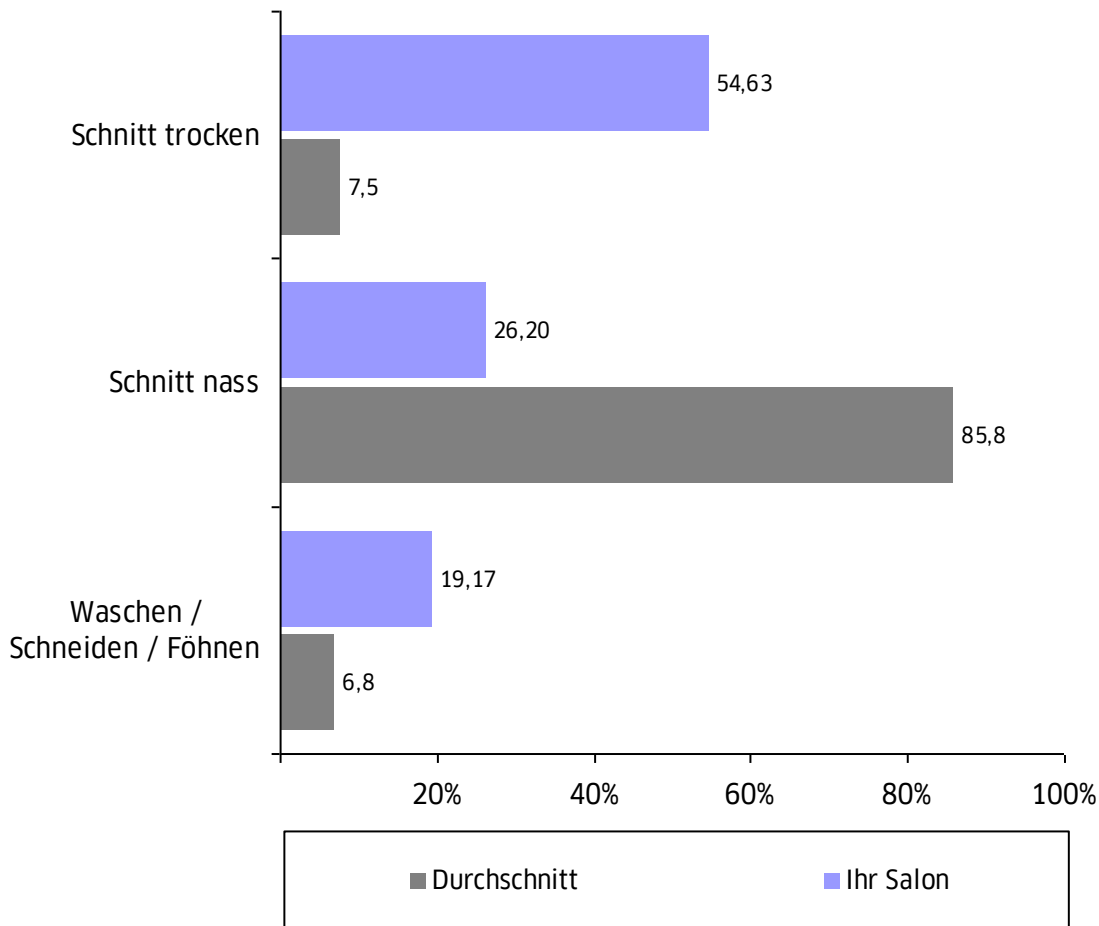
Zum Vergleich Ihres Salondurchschnitts mit dem EVA Dienstleistungsvergleichswerten in Ihrer Umsatzgrößenklasse nehmen Sie bitte wieder Bezug zu Seite 3.

Überprüfen Sie hinsichtlich des Verkaufs von Zusatzdienstleistungen Ihren Dienstleistungsfaktor (Seite 13) - er ist Indiz für die Beratungsintensität in Ihrem Salon. Diesen Salondienstleistungsfaktor sollten Sie, wie andere Leistungskennziffern, mit den Dienstleistungsfaktoren der einzelnen Mitarbeiter vergleichen. Informationen und Berechnungsgrundlagen dazu finden Sie im Anhang der ersten Jahres- bzw. Neukunden-Zusendung.

2. Dienstleistungsvergleich der Teilnehmer

Basis-Dienstleistungen im Herrensalon

Der Herrensalon als ein Umsatzstandbein im Salon sollte hier genauer betrachtet werden. Wie sehen die Basis-Dienstleistungen im Herrensalon aus?



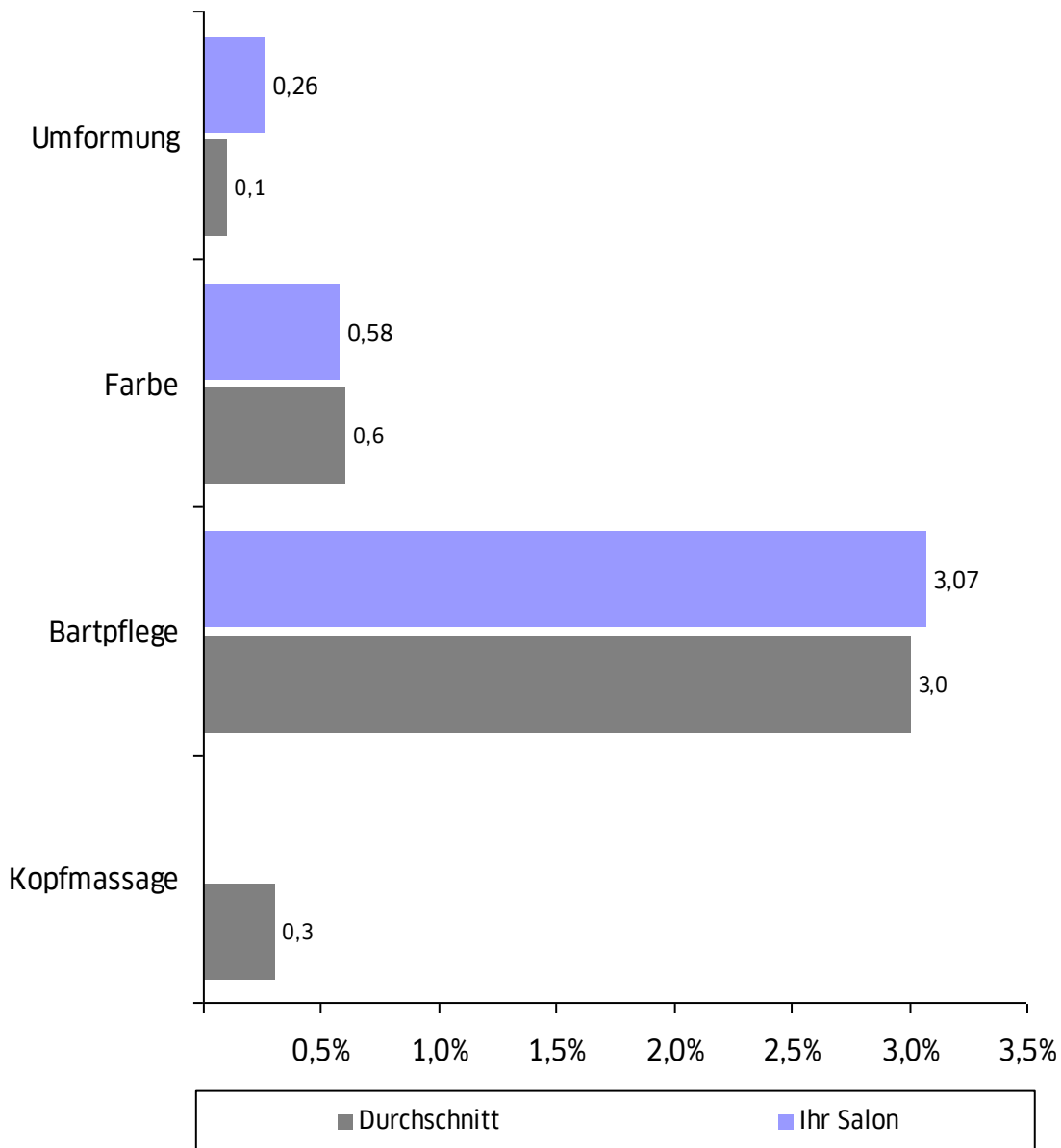
Die durchschnittlichen Dienstleistungsanteile im Herrensalon der EVA Dienstleistungsvergleichsteilnehmer aller Umsatzgrößenklassen werden hier vergleichsweise dargestellt. Beachten Sie also auch bei dieser Grafik, dass keine Umsatzgrößenklassentrennung vorliegt. Sie erhalten damit einen Hinweis über den gesamten Pool der EVA Dienstleistungsvergleichsteilnehmer, unabhängig von der Salongröße. Nehmen Sie gleichzeitig Bezug zur Seite vier; dort finden sie die Herrenschnittanteile im Vergleich mit Ihrer Umsatzgrößenklasse.

Leistungskennziffern für die Mitarbeiterbeurteilung lassen sich ebenso ausschließlich für den Herrenbereich berechnen. Somit kann ein separater Mitarbeiter-Vergleich nur für den Herrensalon durchgeführt werden.

Weitere Informationen zu den jeweiligen Leistungskennziffern finden Sie im Anhang der ersten Jahres- bzw. Neukunden-Zusendung.

2. Dienstleistungsvergleich der Teilnehmer

Sonstige Dienstleistungen im Herrensalon

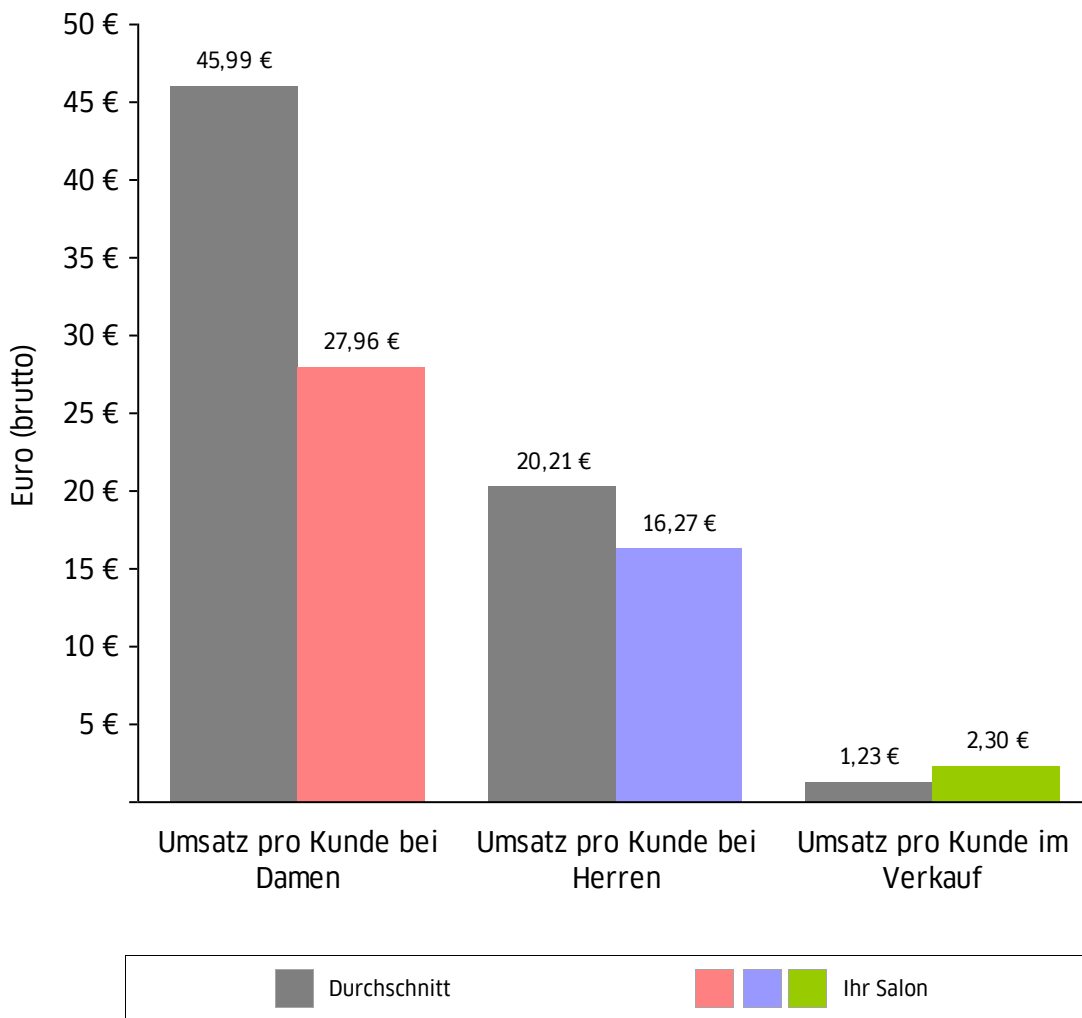


Auch das Dienstleistungsangebot im Herrensalon sollte sich nicht nur auf die Basisdienstleistungen beschränken. Zusätzliche Dienstleistungen sind ebenso beim Mann gefragt. Hier gilt der gleiche Grundsatz wie im Damenbereich: Zusatzleistungen des Friseurs gewinnen mehr und mehr an Bedeutung. Nicht nur als kostenlose Serviceleistung, sondern als gesonderte entgeltliche Dienstleistung.

Diese Grafik gibt Ihnen einen Überblick über die jeweiligen Dienstleistungsanteile in Ihrem Salon im Vergleich zu den durchschnittlichen Dienstleistungsanteilen der EVA Dienstleistungsvergleich -Teilnehmer aller Umsatzgrößenklassen.

3. Umsatz pro Kunde in Ihrer Umsatzgrößenklasse (125-175 t€)

Um die Salonumsätze einzelner Bereiche miteinander vergleichen zu können, wurden die Ergebnisse auf die Zahl der Kunden im Damensalon, Herrensalon und im Verkaufsgeschäft herunter gerechnet. Anhand dieser Leistungskennzahlen können Sie direkt erkennen, wie viel Sie und Ihre Mitarbeiter im Vergleich zu den anderen EVA Dienstleistungsvergleichsteilnehmern in Ihrer Umsatzgrößenklasse erwirtschaftet haben.

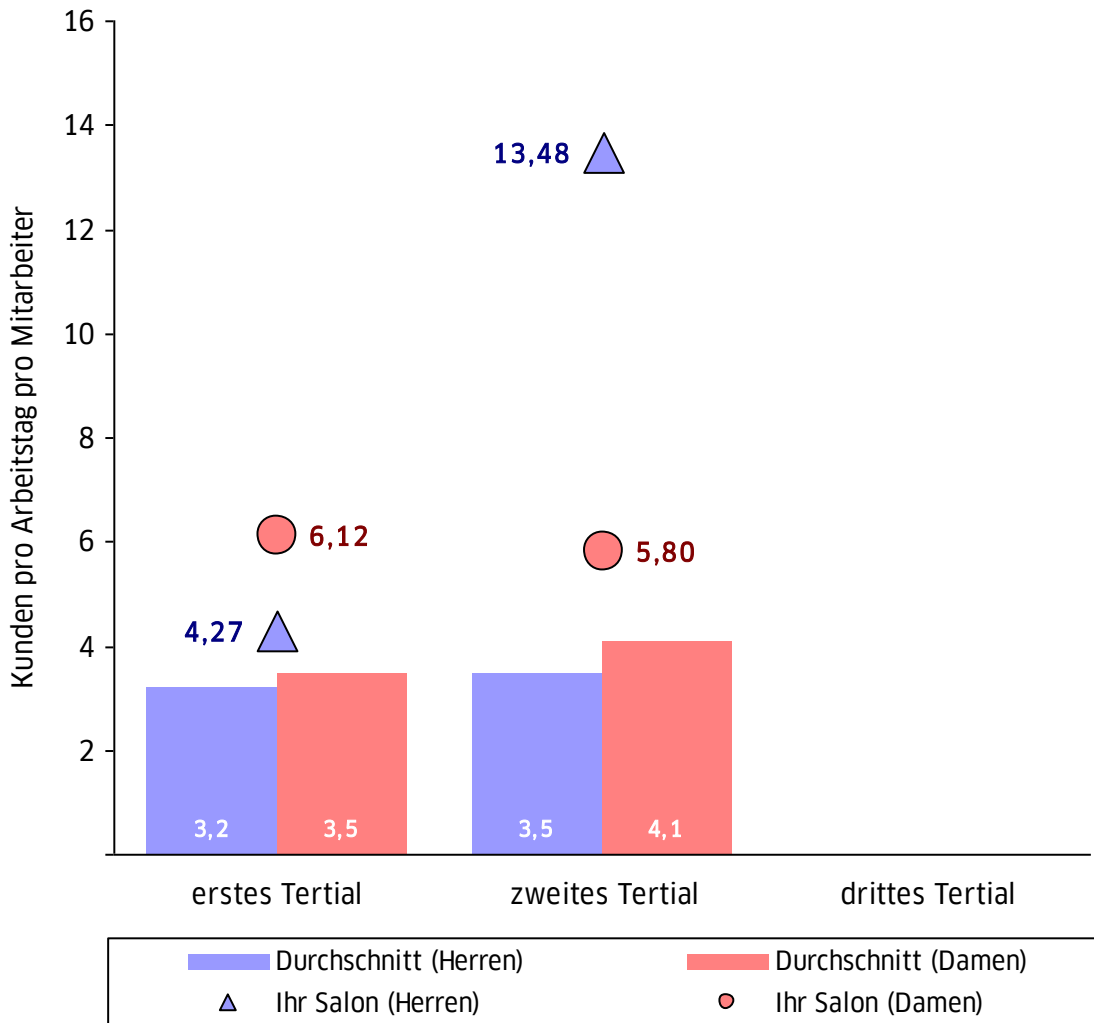


Diese Darstellung kann für einen direkten Mitarbeitervergleich genutzt werden. Errechnen Sie diese Leistungskennziffern ebenso für die einzelnen Mitarbeiter und vergleichen Sie diese mit Ihrem Salondurchschnitt. Basis ist die jeweilige Kundenanzahl des Mitarbeiters. Diese Leistungskennziffer ist ein wichtiger Informationsfaktor, da er einen Vergleich Ihrer Teammitglieder direkt aufzeigt - unabhängig ob es sich um eine Voll- oder Teilzeitkraft handelt. Weitere Informationen für die Berechnung der jeweiligen Leistungskennziffern erhalten Sie im Anhang der ersten Jahres- bzw. Neukunden-Zusendung.

Mit dem Vergleich der einzelnen Tertiale erhalten Sie Hinweise auf die Wirksamkeit von vorangegangenen Werbeaktionen und Schulungsmaßnahmen. Überprüfen Sie zum Beispiel die Mitarbeiterumsätze pro Kunde, die Kunden pro Tag etc.

4. Kundenzahlen pro Arbeitstag in Ihrer Umsatzgrößenklasse (125-175 t€)

Diese Grafik stellt dar, wie sich im Verlauf eines Jahres die Gesamt-Kundenzahl Ihres Friseursalons (Neu- und Stammkunden) pro Arbeitstag im Vergleich zu anderen EVA Dienstleistungsvergleich-Teilnehmern in Ihrer Umsatzgrößenklasse entwickelt.



Die Kundenzahlen pro Arbeitstag pro Mitarbeiter werden je Tertial dargestellt.

Falls einzelne Tertialsbalken nicht abgebildet sind, so haben Sie

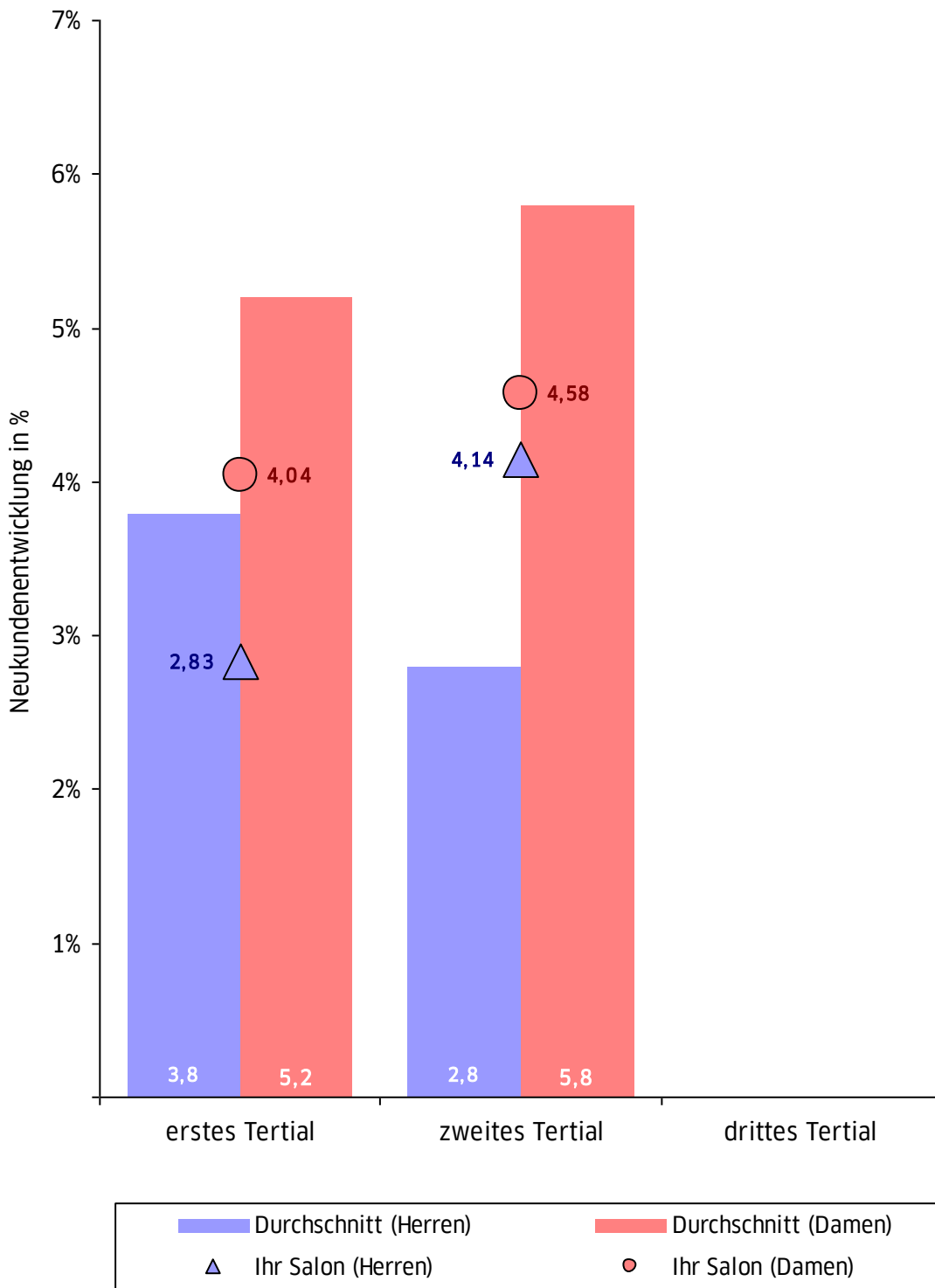
- eventuell nicht zu Beginn eines Geschäftsjahres an EVA der Dienstleistungsvergleich teilgenommen
- unregelmäßig Daten eingesendet.

Nutzen Sie auch diese Leistungskennziffer, um Ihre Mitarbeiter direkt vergleichen zu können. Basis sind die jeweiligen Arbeitstage der Mitarbeiter in dem einzelnen Salonbereich. Weitere Informationen zur Berechnung dieser und anderer Leistungskennziffern finden Sie im Anhang der Jahreserst- bzw. Neukundenzusendung.

Weiterhin zeigt Ihnen diese Gegenüberstellung, inwieweit die Veränderungen Ihrer Kundenzahlen mit allgemeinen saisonalen Schwankungen/Trends parallel verlaufen. Wollen Sie bspw. die Wirksamkeit einer vorher durchgeführten Werbeaktion überprüfen, eignen sich diese Leistungskennziffern als passendes Controlling-Instrument.

4. Neukundenentwicklung in Ihrer Umsatzgrößenklasse (125-175 t€)

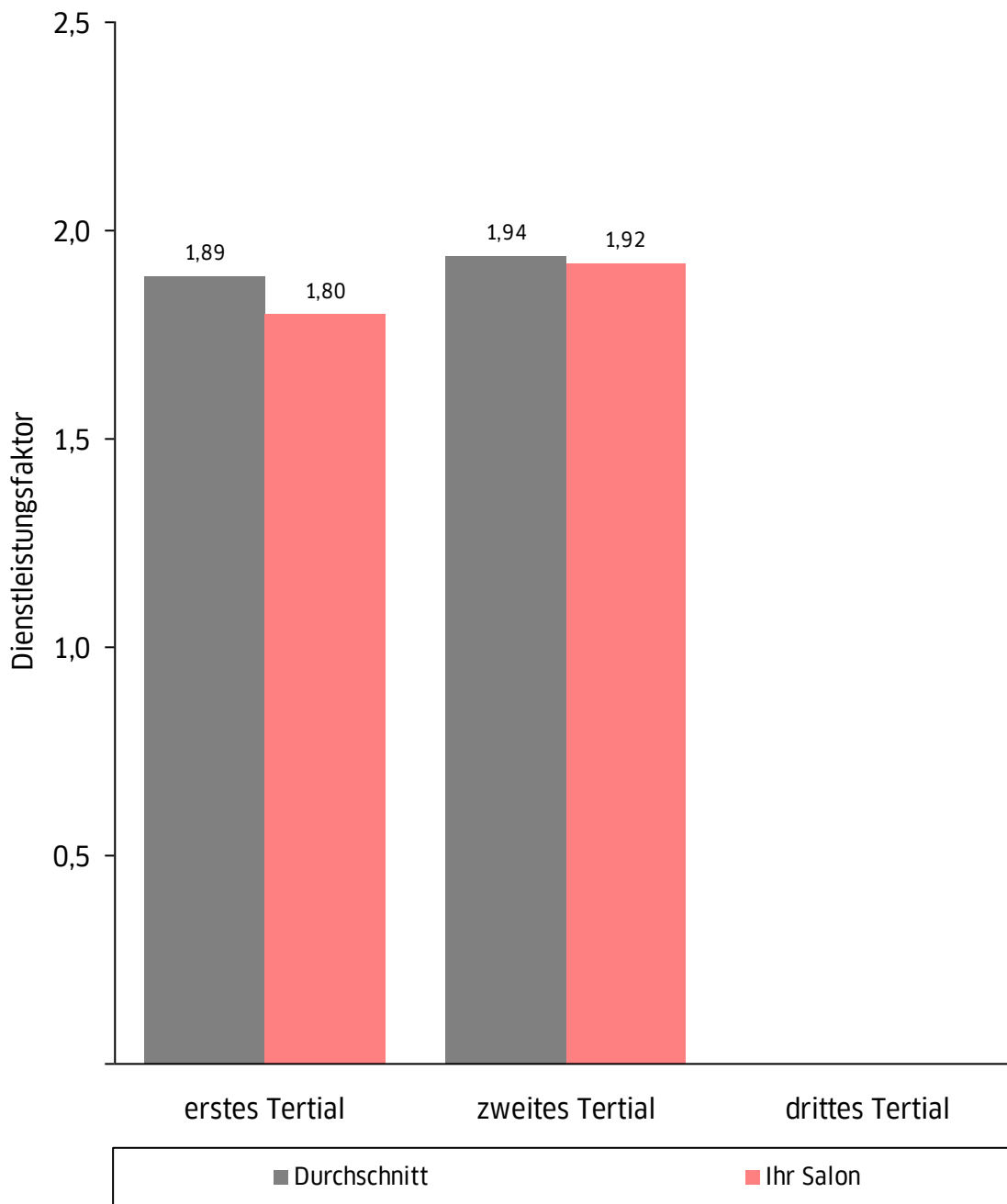
Im Folgenden zeigen wir Ihnen Ihre Neukundenentwicklung im Vergleich zu den anderen EVA Dienstleistungsvergleich-Teilnehmern in Ihrer Umsatzgrößenklasse. Falls einzelne Tertialsbalken nicht abgebildet sind, so haben Sie eventuell keine getrennte Neukundenerfassung oder keinen Neukundenzugang in dem jeweiligen Tertial gehabt.



5. Dienstleistungsfaktor in Ihrer Umsatzgrößenklasse (125-175 t€)

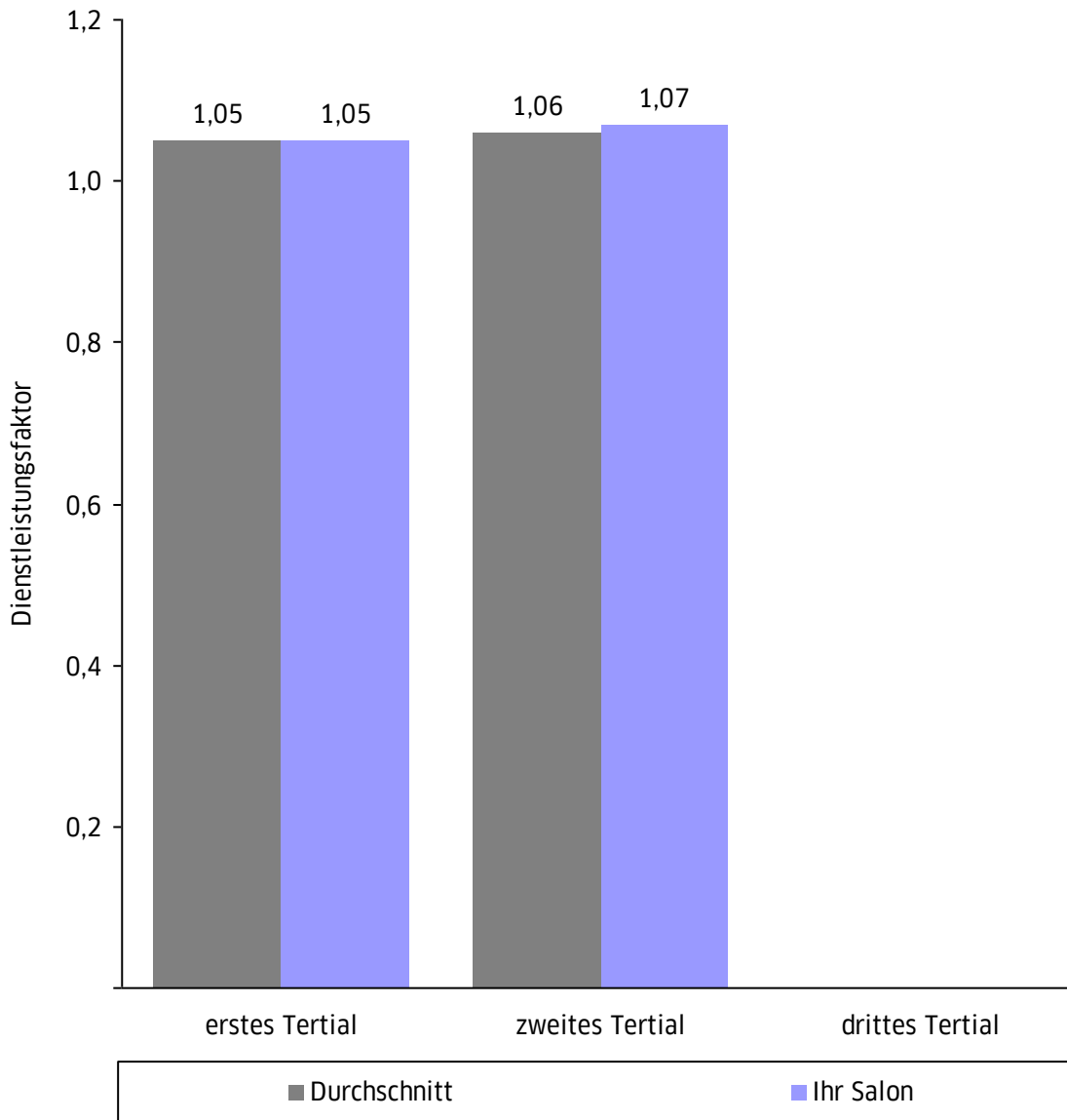
Der Dienstleistungsfaktor gibt an, wie viele Dienstleistungen in Ihrem Friseursalon im Durchschnitt pro Kunde durchgeführt werden. Die folgenden Abbildungen zeigen die Tertiäre Entwicklung Ihres Damen- und Herrensalons im Vergleich zum Durchschnitt aller EVA Dienstleistungsvergleich-Teilnehmer in Ihrer Umsatzgrößenklasse.

Damensalon



5. Dienstleistungsfaktor in Ihrer Umsatzgrößenklasse (125-175 t€)

Herrensalon



Der Dienstleistungsfaktor ist ein relativierter Leistungswert. Hiermit werden direkte Mitarbeitervergleiche in Bezug auf die Beratungsintensitäten möglich. Basis ist die Anzahl der durchgeführten Dienstleistungen im Verhältnis zu den jeweiligen Kundenzahlen. Ziehen Sie diese Grafiken bei Mitarbeitergesprächen hinzu. Hiermit werden eventuelle Weiterbildungsdefizite sichtbar. Aber auch als Controlling-Instrument bei bereits durchgeführten Schulungsmaßnahmen sollte dieser Leistungswert hinzugezogen werden. Informationen für die Berechnung dieser Leistungskennziffer finden Sie im Anhang der ersten Jahres- bzw. Neukundenzusendung.

Falls Sie nicht regelmäßig an dem EVA Dienstleistungsvergleich teilnehmen, so sind einzelne Tertiale in den obigen Grafiken leider nicht ausgewertet.

Informationen im Überblick

Ergebnisse Ihrer Umsatzgrößenklasse

Auf den Seiten 16/17 finden Sie Ihre individuellen Salonergebnisse im Vergleich mit den Dienstleistungsvergleichs-Ergebnissen im Damen- und Herrensalon in Ihrer Umsatzgrößenklasse.

Alle Ergebnisse dieser Gesamttabelle sind bereits grafisch dargestellt worden. Bedenken Sie bei der Analyse der vorliegenden Daten Ihr individuelles Salonkonzept. Dies bedeutet, dass Sie prüfen sollten, ob Sie möglicherweise ganz andere Zielsetzungen haben als der Durchschnitt der EVA Dienstleistungsvergleich-Teilnehmer in Ihrer Umsatzgrößenklasse.

Die Darstellung Ihrer einzelnen Tertialergebnisse sollten Sie für eine Überprüfung von durchgeführten Werbe- oder Schulungsaktivitäten nutzen. Besprechen Sie die Tabellenwerte ebenfalls mit Ihren Mitarbeitern. In Einzelgesprächen können die Mitarbeiterleistungen mit den Salondurchschnittswerten erörtert und bewertet werden. Beispiele für Mitarbeiter-Checks und Informationen zu den Berechnungen einzelner Leistungskennziffern finden sie in der Zusendung vom ersten Tertial bzw. der ersten als Neuteilnehmer.

Leistungskennzahlen in Ihrer Umsatzgrößenklasse 125.000,00 € bis 175.000,00 € im Damensalon

DAMEN SALON	Ihre Salondaten				EVA-Werte	
Dienstleistung:	Tertiale in %			Tertiale gesamt in %	Anteile für 1.- 2. Tertial 2019 in %	Abweichung gesamt in %-Punkte
	1	2	3			
Haarschnitt	57,6	58,1	-	57,8	72,7	-14,8
Wash, Cut & Go	1,2	1,6	-	1,4	4,2	-2,8
Föhnfrisur	46,7	50,9	-	48,8	38,8	10,0
Wasserwelle	31,1	32,3	-	31,7	3,2	28,5
Umformung	7,6	8,9	-	8,3	0,7	7,6
Teil-Umf.	0,8	1,4	-	1,1	0,0	1,1
Farbe / Blond.	5,9	7,1	-	6,5	24,6	-18,1
Strähnen	2,3	2,0	-	2,2	13,4	-11,2
Tönung	4,0	3,4	-	3,7	1,6	2,1
Pflanzenfarbe	0,2	1,0	-	0,6	0,0	0,6
Farbe gesamt	12,5	13,5	-	13,0	39,6	-26,6
Kur	22,6	25,1	-	23,9	32,5	-8,6
Kopfmassage	-	-	-	-	0,0	0,0
Dienst- leistungsfaktor	1,80	1,92	-	1,86	1,92	-0,06
Gesamtkunden	1065	1113	-	1089	1006	83
Kunden pro Tag *	6,1	5,8	-	5,9	3,8	2,1
Neukunden- anteil in %	4,0	4,6	-	4,3	5,5	-1,2
Umsatz brutto pro Kunde	26,85	29,02	-	27,96	45,99	-18,03

* pro Mitarbeiter

Leistungskennzahlen Ihrer Umsatzgrößenklasse 125.000,00 € bis 175.000,00 € im Herrensalon

HERREN SALON	Ihre Salondaten				EVA-Werte	
Dienstleistung:	Tertiale in %			Tertiale gesamt in %	Anteile für 1.- 2. Tertial 2019 in %	Abweichung gesamt in %-Punkte
	1	2	3			
Schnitt trocken	54,2	55,0	-	54,6	4,0	50,6
Schnitt nass	26,8	25,7	-	26,2	93,7	-67,5
Waschen/ Schneiden/ Föhnen	19,0	19,3	-	19,2	2,3	16,9
Umformung	0,1	0,4	-	0,3	0,0	0,3
Farbe / Blond.	0,5	0,6	-	0,6	0,6	0,0
Kur	1,8	2,3	-	2,0	2,6	-0,6
Bartpflege	2,8	3,3	-	3,1	2,3	0,8
Kopfmassage	-	-	-	-	0,0	0,0
Dienst- leistungsfaktor	1,05	1,07	-	1,06	1,06	0,00
Gesamtkunden	743	822	-	782	875	-93
Kunden pro Tag *	4,3	13,5	-	6,7	3,3	3,4
Neukunden- anteil in %	2,8	4,1	-	3,5	3,3	0,2
Umsatz brutto pro Kunde	16,12	16,41	-	16,27	20,21	-3,94
Gesamtsalon (Damen, Herren und Verkauf)						
Umsatz brutto pro Tag *	256,07	269,28	-	263,00	250,25	12,75

* pro Mitarbeiter

Allgemeiner Hinweis:

Wir weisen Sie darauf hin, dass diese Beratungsunterlagen vertraulich zu behandeln sind und nicht ohne die Genehmigung durch Wella - auch nicht auszugsweise - weitergegeben werden dürfen. Die Analyse wurde aufgrund der uns zur Verfügung gestellten Unterlagen, sowie der uns erteilten Auskünfte nach bestem Wissen und Gewissen erstellt und umfasst diejenigen Hinweise, die wir unter den gegebenen Umständen für erforderlich hielten. Für die Richtigkeit übernehmen wir keine Haftung. Rechtsansprüche aus der Beratung können weder gegen den Berater noch gegen Wella geltend gemacht werden.

Bei Fragen bitten wir Sie, sich mit uns in Verbindung zu setzen.

Leutershausen, 14. Jan. 2020

Kennziffer/Kundennr: 900001