

Ablauf

1. Prüfen der Kosten und der Checkliste – in welcher Höhe ist eine Preisanpassung erforderlich (Kostenfaktor pro Minute berechnen und mit den bestehenden Preisen vergleichen)?
2. Erläuterung für das Team: Warum ist eine Preiserhöhung notwendig (Energiekostensteigerung, Mindestlohn. etc.)
3. Besprechung mit dem Team: Welche Erhöhungen planen wir? Führen wir Preisstufen ein bzw. erweitern bestehende Stufen (z.B. Level 1, 2, 3 oder Junior-Stylist, Top-Stylist, ...? Wo sind Bedenken im Team? Einigung mit dem Team!
4. Kommunikation an Kunden: Argumente für Kundennachfragen zusammenstellen, ggf. Aufsteller.

Planen Sie eine Preiserhöhung? Die folgenden Punkte sollten dann geprüft werden:

Wichtige Punkte	Tipps
Wann war die letzte Preiserhöhung?	Wir empfehlen einmal im Jahr die Preise an die gestiegenen Kosten anzupassen. Bei jährlicher Preiserhöhung sind i.d.R. kleinere Anpassungen ausreichend und drastische Erhöhungen der Preise vermeidbar, die notwendig wären bei seltener Erhöhung.
Zu welchem Zeitpunkt planen Sie die Erhöhung?	Bewährt haben sich Preiserhöhungen im November, da im Dezember meist der höchste Umsatz erwirtschaftet wird und somit ein Liquiditätsschub erreicht werden kann. Auch das Weihnachtsgeld im November wirkt positiv auf das Ausgabeverhalten. Erhöhungen können auch sinnvoll sein, wenn in den Medien Tarif- oder Energiekostensteigerungen diskutiert werden, da dies eine gute Begründung für Mitarbeiter und Kunden darstellt.
Wie ist Ihre jetzige Auslastung?	Ihr Auslastungsniveau beeinflusst die Höhe Ihrer Preisanpassung. Eine hohe Auslastung ermöglicht höhere Preisanpassungen, dagegen sollte man bei geringer Auslastung bei leichten Preisanpassungen bleiben.
Mit welchen Kostensteigerungen rechnen Sie?	Zurzeit (2022) steigen vor allem Mindestlöhne und Energiekosten (betrieblich & privat). Der erhöhte Mindestlohn führt häufig dazu, dass alle Lohnstufen nach oben angepasst werden müssen. Das führt in vielen Betrieben zu einer Steigerung des Kostenfaktors pro Minute.
Wie groß ist Ihr Team? Ist Ihr Team kleiner geworden?	Umso mehr Mitarbeiter Sie beschäftigen, desto geringer ist der Anteil an Fixkosten den jeder Mitarbeiter durch seinen Umsatz decken muss. Bei kleineren Teams liegen die Fixkosten pro Vollzeitkraft häufig höher. Wenn das Team sich verkleinert muss geprüft werden, ob die verbleibenden Mitarbeiter höhere Kosten decken müssen und höhere Preise erforderlich sind.
Welche Argumente haben Sie für Ihre Kunden vorbereitet?	Wichtig ist, Argumente vorab mit Ihrem Team zu besprechen z.B. Mindestlohnerhöhung, Kostensteigerungen in Gemeinkosten (Miete, Energie...) Argumentation: Anpassung der Preise an die gestiegenen Kosten. Bei geringerer Erhöhung (ca. 1-3 €) auf Nachfrage der Kunden, bei stärkerer Erhöhung Vorankündigung und Info vorab mit Aufstellern (Vorschläge im Professionals Bereich).
Wie haben Sie Ihr Team vorbereitet?	Antworten für mögliche Fragen der Kunden vorbereiten und ggf. üben. Voraussetzung: Team versteht warum die Preiserhöhung erforderlich ist und steht dahinter.
Planen / erweitern wir Preisstufen im Salon?	Bei großen Unterschieden der Auslastung und/oder Qualifikation der Mitarbeiter kann es Sinn machen, Preisstufen einzuführen oder zu erweitern. Hier kann die Preiserhöhung dann bei gut ausgelasteten Mitarbeitern stärker ausfallen, bei wenig ausgelasteten Mitarbeitern geringer.