



## DENNIS VAN LIEROP

- VERFASSER DES FOLGENDEN NEWSLETTERS
- GRÜNDER UND GESCHÄFTSFÜHRER VON HALO EDUTAINMENT
- [HTTPS://WWW.HALO-EDUTAINMENT.COM/](https://www.halo-edutainment.com/)
- MITGLIED DES KAO EXPERTEN NETZWERKS

# POSITIONIERUNG FESTLEGEN – SALONNAMEN FINDEN



©2020

HAIRFORCE ONE  
KOPFGELDJÄGER  
HAARSCHLACHTEREI  
EXTRAORDINHAIR  
KAMM IN  
HAARDROCK  
ABSCHNITT IN  
HAARIBO  
SCHNITTSTELLE  
VERFÖNT  
HAIRPORT  
FÖNIX  
HAIRKILLER  
SCHERENHÄNDEN  
CHAAARISMA  
VIER HAARESZEITEN  
HAIREINSPAZIERT  
HAIRBERGE  
HAARNARCHIE  
KAISERSCHNITT  
HAARPUNE  
DIE MIT DEN

***„Wer sich neu positioniert, darf auch ruhig über einen treffenden Salonnamen nachdenken – das bedeutet aber nicht etwa pseudokreative Purzelbäume zu schlagen oder über jedes Ziel hinauszuschießen.“***

***2020: Die Welt ist überladen von Kommunikation und schnellen Medien. Dadurch filtert das menschliche Gehirn verwirrende und unklare Informationen stärker aus als in informationsärmeren Zeiten. Umso wichtiger ist es, dass ein Salonname ausdrückt, was der Kunde erwarten darf. Auf den folgenden Seiten erfährst Du kurz und konkret, welche drei Regeln Du bei der Festlegung Deines Salonnamens im Kopf haben solltest.***



## ***Namensgebung als Herausforderung***

***Viele Salongründer vertrauen auf den einen „goldenen Moment“, in dem sie und ihr Team die große Erleuchtung haben und der beste Salonname wie der Stern von Betlehem über ihren Köpfen erscheint.***

***Unsere Erfahrungen bei HALO Edutainment zeigen jedoch: Solche Wunder sind selten und noch seltener bringen sie die richtige Idee.***

***Der richtige Name ist, wie bei der Taufe Deines Kindes, eine Entscheidung, die das „Leben“ prägt. Er soll Dich und Dein Team jeden Tag an Eure Ziele, Pläne und Kompetenzen erinnern.***

***Dein Salonname sollte klar ausdrücken, WARUM es Dein Geschäft gibt und wofür Dein Salon steht.***

## *Menschen im Mittelpunkt der Namensfindung*

***Es ist nicht mehr wie früher, als es vor allem darum ging, im Telefonbuch alphabetisch vor dem Wettbewerber gelistet zu sein. Heute geht es um Werte, die sich im Salonnamen widerspiegeln.***

***Folgende Fragen solltest Du Dir stellen:***

- ***Welche Markenbotschaft soll der Name übermitteln?***
- ***Habe ich überhaupt eine Botschaft? (Falls nein, dann setze Dich bitte unbedingt noch mal an Deinen Business-Plan.)***
- ***Wie wird meine Zielgruppe den Namen verstehen/wahrnehmen?***
- ***Welche Informationen erhält die Zielgruppe durch den Namen?***
- ***Wie wird sie darauf reagieren?***
- ***Ist diese Reaktion, das was ich mir für meinen Erfolg erhoffe?***

***All das sind wichtige Fragen, deren ehrliche Beantwortung einen guten Rahmen auf der Suche nach dem „richtigen“ Salonnamen bietet.***

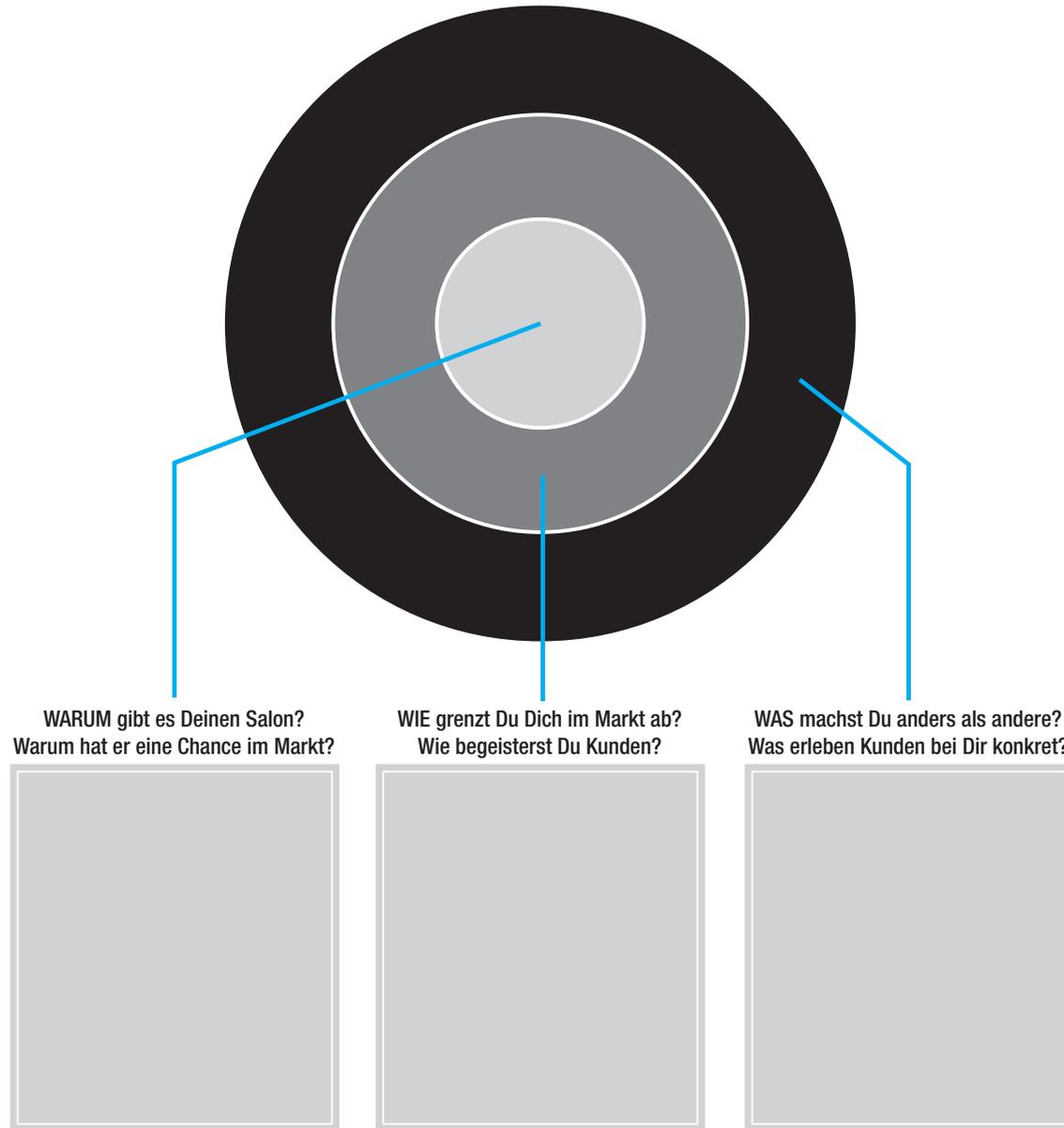
## *Wage den Perspektivwechsel, denke als Kunde*

***Die Menschen aus Deiner Zielgruppe haben schon viele Markennamen gehört und verinnerlicht. Das prägt sie. Genau wie Dich oder uns bei HALO Edutainment. Es gibt Marken wie adidas, Nutella oder H&M, die Du seit Deiner Kindheit kennst und mit Erfahrungen verbindest. Aber was, wenn es noch keine Erfahrungswerte mit Deiner Marke gibt?***

***Dein Salonname wird eine Assoziation bei Deinen Kunden auslösen. Sie werden sich ein Bild von Deinen Unternehmenswerten machen oder sogar Rückschlüsse ziehen auf Dein Geschäftsmodell. Schau Dir noch mal die Beispiele auf der ersten Seite an und frage Dich selbst als Mensch aus der möglichen Zielgruppe: Was machen sie mit mir?***

***Bei HALO starten wir den Prozess deshalb von Deinem Markenkern her. Wir wechseln mit Dir die Perspektive hin zum Standpunkt Deiner Zielgruppe. Gemeinsam bauen wir Deinen individuellen Golden Circle auf. Wir definieren Deine Leistungen, Erlebnisse und Mehrwerte, die Du Menschen mit Deinem Geschäft bietest. Das alles gehört zu einem erfolgreichen Prozess, an dessen Ende logischerweise der richtige, der perfekte Name steht. Er erinnert auch Dich und Dein Team jeden Tag an Eure Werte und Eure Ziele.***

**GOLDEN  
CIRCLE**  
nach Simon Sinek



# REGEL#1

**WARUM// Lege fest, was Dich und Dein Team antreibt:**

**1. Ist es ein spezielles Salon-Design, das mit Dir und Deiner Geschichte oder Deiner persönlichen Begeisterung zu tun hat?**

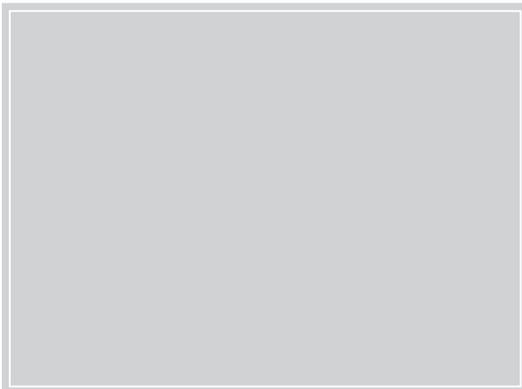
**2. Gibt es eine Spezialisierung auf Coloration, Schnitttechnik oder Pflegebehandlungen, die den Salon auszeichnen?**

**3. Behandelst Du bevorzugt Männer, Frauen oder willst Du einen Salon für die ganze Familie betreiben?**

**4. Hast Du ein einmaliges Mischkonzept? Haare und Blumen, Frisuren und schicke Kleider, Salon und Bar?**

**5. Legst Du Wert auf Wellness, Luxus, exklusive Behandlungen oder hast Du besondere Produkte?**

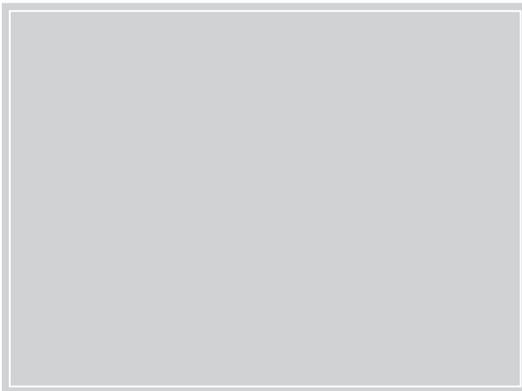
**6. Stehst Du für Nachhaltigkeit, Ökologie, Haargesundheit?**



## REGEL#2

**WIE// Lege fest, wie Du Deine Merkmale im Salon verkörperst:**

- 1. Fokus auf welche traditionellen Handwerkstechniken?**
- 2. Höchste Trendkompetenz in Farben, Schnitten und Stylings**
- 3. Gibt es spezielle Behandlungen, die nur Du anbietest und wie erkennen Kunden diese Behandlungen als Besonderheit?**
- 4. Förderst Du bewusst junge Talente in Deinem Team?**
- 5. Besteht Dein Team vor allem aus alten Hasen mit einem unbezahlbaren Erfahrungsschatz?**
- 6. Was haben Kunden bei Deinen Behandlungen bislang am häufigsten gelobt?**
- 7. Bist Du besonders spontan oder nimmst Du Dir richtig viel Zeit für absolut individuellen Service am Menschen?**



# REGEL#3

**WAS// Was werden Menschen in Deinem Salon bewusst erleben?**

**1. Gibt es eine interaktive Farbberatung, werden die Farben gar in Gegenwart der Kunden angemischt?**

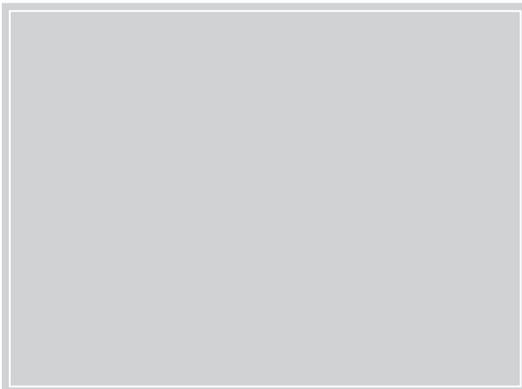
**2. Bist Du als Chef\*in immer vor Ort und ansprechbar?**

**3. Ist Dein Salon eine digitalfreie Zone, in der Menschen sich nur auf die Behandlung fokussieren können?**

**4. Dokumentierst und begleitest Du die gesundheitliche Entwicklung der Haare Deiner Kundschaft?**

**5. Bekommt man zu jeder Behandlung die optimale Heimpflege mit? (Produktverkäufe solltest Du unbedingt auf Augenhöhe und im Interesse der Kundschaft als Service betrachten)**

**6. Hältst Du das Lachen/die Freude im Gesicht Deiner Kunden auf Bildern fest?**



## *Lege Deinen Salonnamen und ggf. Claim fest:*

***\*Bedenke, dass Du nicht alles im Salonnamen sagen musst. Ein Abbinder oder Claim bietet spannende Möglichkeiten, vor allem, wenn Dein Eigenname am Standort bereits aus früheren Tätigkeiten bekannt ist. Dann setze Deinen Eigennamen als Salonmarke ein und beschreibe darunter die Alleinstellung.***

***Oder wähle einen ganz konkreten Namen für den Salon und gehe im Claim oder Abbinder der Marke ins Detail.***

***Dabei kannst Du auch Verben, Adjektive und ganze Statement-Sätze verwenden. Sogar englische Begriffe, wenn Sie Deine Trend-Expertise oder das Salon-Konzept ausdrücken.***

## POSITIONIERUNG FESTLEGEN – SALONNAMEN FINDEN



Als Bonus erklären wir Euch noch, warum diese drei existierenden Salonnamen teilweise seit Jahrzehnten gut klingen und trotzdem alles andere als unklar sind. Sondern so zeitlos, dass sie sogar 2020 den Zeitgeist der Digital Natives treffen.

### **COSMIC STYLERS** WELTRAUMFRISEUR

Warum ist der Name klug gewählt?

1. Er passt perfekt zum Interieur des Nürnberger Konzeptsalons, das im Raumschiff-Look gestaltet ist.
2. Sogar die Website bleibt immer im Space-Look, wird aber fortlaufend aktualisiert.
3. Mit dem Namen wurde eine eigene Welt geschaffen. Das erzeugt ein starkes Zugehörigkeitsgefühl bei Kunden und Fans (Social Selling!).
4. Der Kosmos hat keine Grenze, so wie gutes Styling.



### **PERFECT BLOND**

Warum ist der Name klug gewählt?

1. Der Name dieses Salons im bayerischen Gilching steht für eindeutige Spezialisierung, Kernkompetenz und eine Hommage an die begehrteste und schönste Haarfarbe überhaupt.
2. Mit dem Namen erfahren Kundinnen ganz konkret, was sie erwartet. Passt das zu ihren Interessen und Wünschen, werden sie sich garantiert für das Angebot interessieren, nachfragen und buchen.
3. Wenn Ihr zusätzlich zu einem solch idealen Namen Eure Website mit den passenden Schlagworten verseht und die Inhalte dynamisch haltet, werdet Ihr auch auf Suchmaschinen ganz oben gelistet. Wir Ihr das richtig anstellt, erfahrt Ihr praktisch und realitätsnah bei einem HALO Edutainment Coaching.

### **BARBER HOUSE** DEDICATED TO GENTLEMEN

Warum ist der Name klug gewählt?

1. Barber House sagt eigentlich schon alles: Hier gibt es spezialisiertes Barber-Handwerk kombiniert mit den besten Produkten der Branche.
2. Gleichzeitig seht Ihr, wie hilfreich ein Abbinder oder Claim im Namen sein kann: „Dedicated to Gentlemen“ spricht gezielt eine moderne und fachlich interessierte männliche Kundschaft an.
3. Das Wort „dedicated“ signalisiert, dass hier Männer im Fokus stehen und zwar so, das sie es fühlen.

