

# Wer Kundenwünsche ignoriert, vermindert seine Umsatzchancen

## Brian McLean, macht sich Gedanken zu „Die Dauerwelle überlebt“:

„Mit größtem Interesse habe ich den Artikel „Die Dauerwelle überlebt“ und über die Diskussion in der Berufsschule Nürnberg gelesen.

Die Diskussion um die Dauerwelle ist manchmal wie „absurdes Theater“. Man stelle sich einmal vor, die Textil-Modebranche würde sich darüber streiten, ob die technischen Feinheiten der Kostümschneiderei „in“ oder „out“ sind! Man soll ruhig über Mode oder Trends streiten, aber eine Technik sollte man immer dann anwenden, wenn sie nützlich ist, um ein Arbeitsziel zu erreichen.

Natürlich haben vor allem die jungen Friseure, die sich beruflich orientieren wollen, ernsthafte Antworten auf ihre Fragen zur DW verdient:

1. Der häufige Vorwurf, mit der Dauerwelle „nur Umsatz machen zu wollen“, stellt eigentlich unser ganzes Handwerk infrage. Denn alles, was wir tun, basiert ja darauf, mit kundengerechten Ideen Geld zu verdienen. Ein Umsatz gegen den Willen des Kunden hat sich auf Dauer noch nie durchgesetzt.
2. Die Dauerwelle gibt es nicht, genauso wenig wie es den Schnitt gibt. Viele Argumente gegen Dauerwelle basieren offensichtlich auf der Kenntnis alter Techniken, die heute nicht mehr zeitgemäß sind. Meine Supercurl“-Methode unterstützt die natürlichen Eigenschaften des Haares, wir kreieren Volumen, Bewegung, Locken und Wellen und keine „Dauerwell-Optik“.
3. Wir kämpfen noch immer gegen Vorurteile. Zum Beispiel dieses: „Nach einer Dauerwelle kommt es auf den Schnitt nicht so sehr an.“ Mit der Curlsys“-Methode habe ich genau das Gegenteil dieses Denkens verwirklicht: eine Schnitt-Technik, die Volumen und Bewegung schafft, aber die natürlich auch die positiven Effekte der Dauerwelle unterstützt. Also ein universelles Schnitt-System!
4. Wer Kundenwünsche ignoriert, vermindert seine Umsatzchancen. Natürliche Bewegung, dauerhaftes Volumen und modische Formgebung im Haar gehören schon immer zum „Stoff, aus dem die Träume sind“. Mit einem fortschrittlichen Dauerwell-System können wir diese Träume verwirklichen.

Was man nicht kennt, über das kann man nicht diskutieren. Mein Angebot an alle kreativen Friseure: Ich bin immer bereit, mein System vorzustellen und mein Wissen weiterzugeben. Aus meiner Sicht geht es jetzt vor allem darum, die innovative Technologie mit einem modernen Marketing zu verbinden. Nur so holen wir die Dauerwelle aus der „Muffecke“ heraus. Kunden und Friseure werden davon profitieren.“

