

SALONTURBO

PRAXIS-GUIDE FÜR SALONS UND STUHLMIETER

Die 3-Tage-Regel

Wie du kurzfristige Ausfälle füllst – ohne Rabatte, ohne
Panik-Posts und ohne deine Preise zu beschädigen.

16 Seiten · 3 Phasen · 4 fertige Textvorlagen

SO NUTZT DU DIESEN GUIDE

Ein leerer Stuhl ist kein Preisproblem. Er ist ein Timing-Problem.

Jeder Ausfall hat ein Zeitfenster. Was 72 Stunden vorher funktioniert, wirkt am Tag selbst nicht mehr – und umgekehrt. Die 3-Tage-Regel ordnet genau das: drei Phasen, drei Kanäle, drei fertige Handlungen. Kein Rabatt in keiner Phase.

Lies die Seiten 3 bis 5 einmal ruhig durch. Danach arbeitest du nur noch mit den Phasen ab Seite 6 und der Checkliste auf Seite 13.

01	Der Preis eines leeren Stuhls	03
02	Die Rabatt-Falle	04
03	Der Paradigmenwechsel	05
04	Die 3-Tage-Regel im Überblick	06
05	Phase 1 – 72 Stunden: der VIP-Ansatz	07
06	Phase 2 – 48 Stunden: Value statt Rabatt	09
07	Phase 3 – Tag 0: Suchintention	11
08	Die Checkliste	13
09	Warum Phase 3 manuell nicht funktioniert	14
10	Die Abkürzung: SalonTurbo	15





KAPITEL 01

Was ein leerer Stuhl wirklich kostet

Der entgangene Umsatz eines Haarschnitts ist nur die Spitze. Miete, Strom, Löhne und Leasing laufen weiter – unabhängig davon, ob der Stuhl besetzt ist. Eine leere Stunde kostet dich also nicht null, sondern die Fixkosten dieser Stunde plus die Marge, die du nie mehr nachholst. Zeit ist das einzige Produkt im Salon, das nicht lagerfähig ist.

3

durchschnittliche Ausfälle pro Woche in vielen Salons

~65 €

typischer Deckungsbeitrag, der pro Slot verloren geht

0 %

davon holst du in der Folgewoche auf

Merke

Ein Ausfall ist kein Unglück – er ist ein planbares Ereignis. Und planbare Ereignisse brauchen einen festen Ablauf, keine Improvisation.

KAPITEL 02

Die Rabatt-Falle

„Heute spontan 20 % auf alle Farben!“ – fast jeder Salon hat diese Story schon gepostet. Sie füllt manchmal den Stuhl. Und sie kostet dich gleichzeitig drei Dinge, die viel teurer sind als der einzelne Termin.

01 Du erziehst deine Stammkunden.

Wer zweimal einen Spontanrabatt bekommt, wartet beim dritten Mal darauf. Dein regulärer Preis wirkt ab da wie der Aufpreis für Ungeduld.

02 Du ziehst die falschen Menschen an.

Rabatte sprechen preissensible Einmalkunden an. Sie kommen für den Preis, nicht für deine Arbeit – und sie kommen nicht wieder, wenn er steigt.

03 Du senkst deine Positionierung.

Der wahrgenommene Wert deiner Handschrift sinkt mit jedem Prozentzeichen in deiner Story. Das lässt sich kaum zurückholen.

DIE KURZFORM

Rabatt füllt einen Termin und beschädigt hundert. Ab hier arbeiten wir ohne.

KAPITEL 03

Nicht der Preis sinkt. Die Sichtbarkeit steigt.

Es gibt genau zwei saubere Wege, einen kurzfristig freien Slot zu füllen. Beide lassen deinen Preis unangetastet.

Wert erhöhen

Der Termin wird exklusiver, nicht billiger: persönliche Ansprache, Warteliste, ein Upgrade als Geschenk. Der Kunde zahlt voll und bekommt das Gefühl eines Vorzugs.

Sichtbarkeit lenken

Du zeigst dich genau den Menschen, die in diesem Moment einen Termin suchen und bereit sind, den vollen Preis zu zahlen. Kein Rabatt nötig – nur Timing.



Alles, was jetzt kommt, ist die zeitliche Ordnung dieser zwei Wege.

KAPITEL 04

Drei Phasen. Drei Kanäle.

Je näher der Termin rückt, desto öffentlicher und desto direkter wird der Kanal. Diese Reihenfolge ist der ganze Trick.

72 h

PHASE 1 · EXKLUSIVITÄT

Direkte Nachricht an Warteliste und fällige Stammkunden

48 h

PHASE 2 · VALUE-ADD

Instagram-Story mit kostenlosem Upgrade statt Preisnachlass

Tag 0

PHASE 3 · SUCHINTENTION

Lokale Suchanzeige für „Friseur heute in meiner Nähe“

Alle drei Phasen funktionieren ohne einen einzigen Prozentpunkt Rabatt.

PHASE 1 · NOCH 72 STUNDEN

Der VIP-Ansatz

Drei Tage vorher ist der Slot noch etwas wert, das man verschenken kann – als Vorzug. Du machst ihn nicht öffentlich. Du gibst ihn jemandem, der sich dadurch bevorzugt fühlt.

DIE UMSETZUNG

- Warteliste öffnen: wer wollte diesen Service, hat aber keinen Termin bekommen?
- Fällige Stammkunden filtern: letzter Besuch 7 Wochen oder länger her.
- Maximal drei Personen persönlich anschreiben – nicht in einer Gruppe.
- Slot erst freigeben, wenn niemand aus dieser Liste zugesagt hat.

COPY-VORLAGE · DIREKTNACHRICHT

Hey [Name], durch eine Verschiebung ist am Donnerstag um 14 Uhr ein großer Balayage-Termin bei mir frei geworden. Da du auf der Warteliste stehst, wollte ich dir den Slot exklusiv anbieten, bevor ich ihn online freigebe. Passt das für dich?

Warum das funktioniert: Der Termin wird zur Einladung. Niemand liest hier einen Notruf – sondern ein Privileg.

PHASE 1 · FEINHEITEN

Was den Unterschied macht

Bitte → **Vorzug**

„Ich habe noch was frei, magst du?“ klingt nach Restposten. „Ich wollte dir den Slot zuerst anbieten“ klingt nach Auswahl.

Sammelmail → **Einzelnachricht**

Eine Rundmail an 200 Kontakte macht den freien Platz öffentlich – und damit gewöhnlich. Drei persönliche Nachrichten wirken stärker.

offen → **konkret**

Nenne Tag, Uhrzeit und Service. Ein präziser Vorschlag wird beantwortet, eine offene Frage wird verschoben.



PHASE 2 · NOCH 48 STUNDEN

Value statt Rabatt

Zwei Tage vorher darf der Slot öffentlich werden. Aber nicht über den Preis: Wer kurzfristig bucht, bekommt ein Upgrade geschenkt. Deine Kasse sieht den vollen Betrag, der Kunde ein Geschenk – und dein Einkauf nur wenige Euro Materialeinsatz.

COPY-VORLAGE · INSTAGRAM-STORY

Spontaner Slot morgen um 10 Uhr! Wer diesen Termin bucht, bekommt unser Intensiv-Glossing (Wert 35 €) als Geschenk zum Haarschnitt dazu. First come, first serve – Link in der Bio.

UPGRADES, DIE IM EINKAUF FAST NICHTS KOSTEN

Intensiv-Glossing

Wert 35 €

Kopfhaut-Ritual

Wert 25 €

Olaplex-Behandlung

Wert 30 €

Styling für den Abend

Wert 20 €

Ästhetisch posten, nicht panisch: gutes Bild, ruhige Schrift, ein Satz. Die Story soll wie ein Angebot wirken – nicht wie ein Hilferuf.

PHASE 2 · DER RECHENWEG

Warum das Upgrade günstiger ist als der Rabatt

Ein Rechenbeispiel für einen Haarschnitt mit Farbe zu 120 €. Beide Wege füllen den Stuhl – nur einer behält deine Marge und deinen Preis.

	RABATT-WEG	UPGRADE-WEG
Umsatz	96 € (-20 %)	120 €
Zusätzlicher Materialeinsatz	0 €	ca. 4 €
Ergebnis	24 € weniger	116 € Marge
Wirkung auf deinen Preis	dauerhaft geschwächt	unverändert

Faustregel

Verschenke Leistung, niemals Prozente. Leistung kostet dich Material – Prozente kosten dich deine Positionierung.

Deine Kasse zählt Euro, nicht Prozente. Genau deshalb bleibt der Preis, wo er ist – und der Kunde bekommt trotzdem das Gefühl eines Vorzugs.

PHASE 3 · TAG 0

Die Suchintention

Der Tag hat begonnen, der Stuhl ist leer. Instagram bringt jetzt nichts mehr: Wer deine Story sieht, sitzt auf der Arbeit und plant nicht spontan um. Es gibt nur noch eine Gruppe Menschen, die heute wirklich einen Termin will – und die sucht aktiv.

WAS DIESE MENSCHEN GERADE TIPPEN

„friseur heute in meiner nähe“

„friseur termin heute frei“

„friseur spontan ohne termin“

Diese Suchanfragen sind der einzige Kanal mit echter Kaufabsicht am selben Tag. Wer so sucht, vergleicht nicht lange und fragt nicht nach Rabatt – er ruft an.

Und genau hier wird es unbequem: Organisch, über Suchmaschinenoptimierung, dauert Sichtbarkeit Monate. Für heute bleibt nur bezahlte lokale Sichtbarkeit.

PHASE 3 · DIE MECHANIK

Sichtbar sein, solange die Suche läuft

Eine Tagesanzeige folgt drei einfachen Regeln. Sie sind der Grund, warum die Kampagne mittags ausgelöst wird und abends endet.

01

Region statt Reichweite

Radius um den Salon – wer 40 Minuten fahren muss, kommt heute nicht.

02

Dringlichkeit statt Branche

Keywords mit „heute“ und „spontan“, nicht nur „Friseur“.

03

Anruf statt Formular

Am selben Tag zählt nur der direkte Anruf oder ein Ein-Klick-Buchungslink.

04

Stopp vor Ladenschluss

Die Anzeige läuft aus, wenn realistisch kein Termin mehr möglich ist – sonst zahlst du für Anrufe ins Leere.

WOHIN DER KLIKK FÜHRT

Nicht auf die Startseite. Sondern auf eine schlanke Seite mit einem Versprechen („Heute noch Termine frei“), Öffnungszeiten und einem großen Anruf-Button. Alles andere kostet Conversion.

KAPITEL 08 · ZUM AUSDRUCKEN

Deine Checkliste pro Ausfall

Einmal ausdrucken, an den Spiegel hängen, bei jedem Ausfall abarbeiten.

72 h

- ☐ Warteliste durchsehen
- ☐ Fällige Stammkunden filtern (7+ Wochen)
- ☐ Drei persönliche Nachrichten mit konkretem Slot
- ☐ Antworten bis zum Abend abwarten

48 h

- ☐ Upgrade festlegen (Wert 25–35 €)
- ☐ Story mit gutem Bild und einem Satz
- ☐ Buchungslink in die Bio
- ☐ Direktnachrichten zügig beantworten

Tag 0

- ☐ Morgens prüfen: welcher Slot bleibt leer?
- ☐ Lokale Tagesanzeige aktivieren
- ☐ Telefon frei halten, Anrufe sofort annehmen
- ☐ Abends notieren: was hat gefüllt?

Wenn Phase 1 und 2 sitzen, entscheidet nur noch Phase 3 – und die läuft ab hier automatisch.

KAPITEL 09

Der Grund, warum kaum ein Salon Phase 3 umsetzt

Phase 1 und 2 kosten dich zehn Minuten. Phase 3 ist die einzige Phase, die an der Technik hängt – und dort scheitern fast alle.

1

Zu komplex

Kampagnenstruktur, Keywords, Gebote, Anzeigenzeitplan, Standortradius, Erweiterungen – für einen einzigen Tag.

2

Zu langsam

Neue Kampagnen brauchen Prüfzeit. Bis sie läuft, ist dein Ausfalltag vorbei.

3

Zu teuer

Agenturen arbeiten mit Monatspauschalen und Laufzeiten. Du brauchst aber nur einzelne Tage.

4

Zu riskant

Vergessenes Ausschalten kostet über Nacht Budget – für Anrufe, die niemand mehr annehmen kann.

DIE GUTE NACHRICHT

Phase 3 muss nicht dein Job sein. Sie muss nur zuverlässig passieren – an genau den Tagen, die du auswählst.

KAPITEL 10 · DIE ABKÜRZUNG

Phase 3 als Lichtschalter

SalonTurbo übernimmt genau den technischen Teil: Du wählst im Kalender die Tage aus, an denen Stühle frei bleiben. Der Rest passiert im Hintergrund.

01 Einmal einrichten

Salondaten, Öffnungszeiten, Bilder. Deine Kampagne wird vorbereitet und bleibt inaktiv, bis du sie brauchst.

02 Tage auswählen

Bis 30 Tage im Voraus im Kalender antippen. 1 Coin = 1 geboosteter Tag.

03 Automatisch laufen lassen

Die lokale Anzeige geht am gewählten Tag scharf, führt auf deine Salonseite mit Anruf-Button und schaltet sich vor Ladenschluss ab.

1 Coin

= 1 Boost-Tag

Keine

Monatsgebühr

Keine

Agenturbindung



SALONTURBO

Der nächste leere Stuhl füllt sich von allein.

Du hast jetzt den Ablauf für 72 und 48 Stunden. Den Tag 0 kannst du abgeben – ohne Vertrag, ohne technisches Setup.

WILLKOMMENSGESCHENK

Deine erste Boost-Gebühr geht auf uns – du zahlst nur dein eigenes Werbebudget. Lege dein Konto an und wähle deinen ersten Tag aus.

salonturbo.de

Registrierung in 3–5 Minuten

SALONTURBO

SalonTurbo · Lokale Tagesanzeigen für Friseursalons
Alle Angaben ohne Gewähr. Keine Rechts- oder Steuerberatung.