



Revolution im Salon: Wie KI die Branche verändert.

*Unser Leitfaden gibt
dir Orientierung.*



Einleitung	3
Was ist KI?	4
Die ersten Schritte	5
Richtige Formulierung deiner Anfragen	7
Mit KI fantastische Marketingideen kreiere	10
Mit KI zur optimierten Kundenkommunikation	15
Mit KI deiner Konkurrenz immer einen Schritt voraus	16
Mit KI zu mehr Inspiration	19
Expertinnen-Interview	21
Zusammenfassung	24
Mehr erfahren	25
Ressourcen & Mitwirkende	26





Einleitung



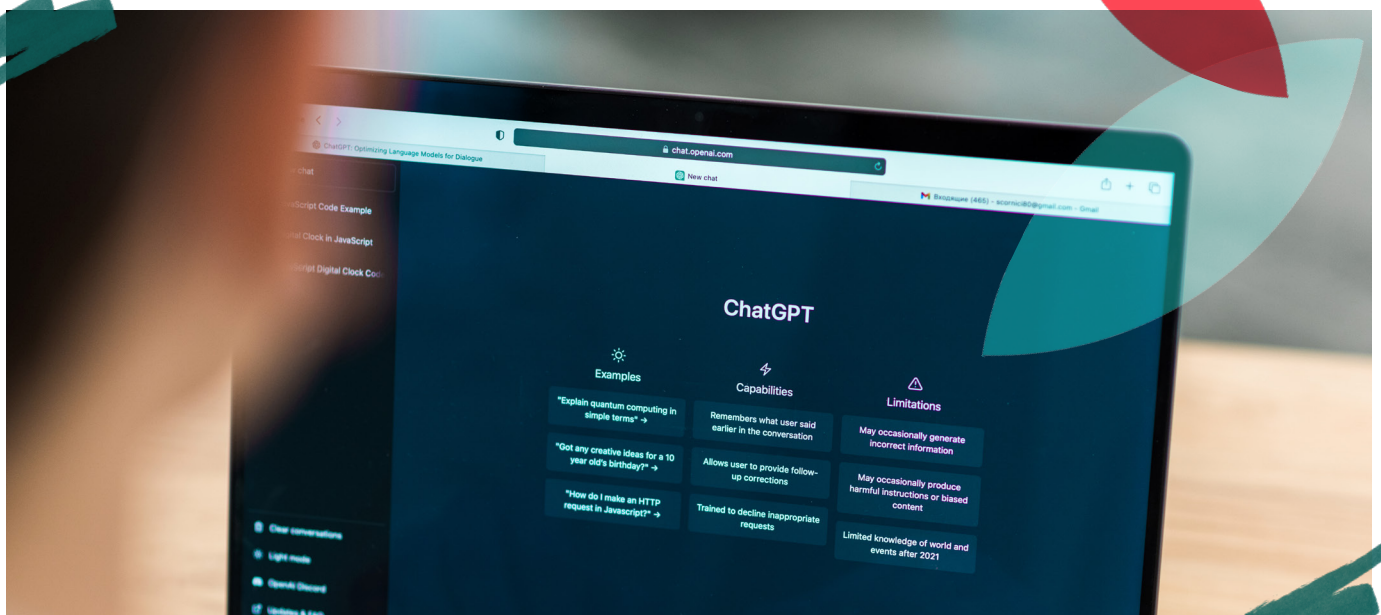
Es ist kein Geheimnis, dass ein gewöhnlicher Tag im Salon oft von Hektik, Stress und einer Vielzahl kleiner und großer Aufgaben begleitet wird. Und es ist auch kein Geheimnis, dass Lösungen, die Zeit sparen und Verwaltungsaufgaben vereinfachen oder reduzieren, bei vielen Unternehmer:innen immer herzlich willkommen sind.

Du hast sicherlich bemerkt, dass es momentan bedeutende Fortschritte im Bereich künstliche Intelligenz gibt. Dabei haben wir uns bei Phorest gefragt, wie KI den Alltag von Friseur-, Kosmetik- und Medi-Ästhetik-Unternehmen optimieren und langfristig transformieren kann und welche Chancen (und vielleicht auch Risiken?) in der Nutzung von künstlicher Intelligenz liegen.

Was uns bei unserer Recherche schnell klar geworden ist: KI ist ein Werkzeug, das unglaublich großes Potenzial hat. Potenzial, die Produktivität und Auslastung deines Salons zu steigern, deine Zeit zu sparen und deine täglichen Adminaufgaben zu vereinfachen.

Aber erstmal von vorne...

Das Wichtigste zuerst: Was ist KI?



KI (Künstliche Intelligenz) ist die Simulation menschlicher Fähigkeiten wie logisches Denken und Kreativität durch Maschinen.

Während KI viele Formen annehmen kann, konzentrieren wir uns in diesem Ebook auf die **generative KI**. Diese Untergruppe der künstlichen Intelligenz generiert Inhalte wie Bilder, Musik, Videos und Text, je nachdem, welches Tool genau verwendet wird. Die Generative KI sind bspw. Anwendungen wie ChatGPT, Midjourney und Bard, die in den letzten Monaten aufgrund ihrer unglaublichen Fähigkeiten stark in den Medien vertreten waren.

Dabei agieren diese Anwendungen wie ein "Chatbot", bei dem die Nutzer:innen Fragen stellen können und Antworten erhalten. Für Geschäftsführer:innen von Salons und Instituten eröffnet die generative KI damit eine ganze Bandbreite an neuen Möglichkeiten. Von geringerem Verwaltungsaufwand und verbesserter Kundenkommunikation bis hin zu nahtlosen Geschäftsabläufen und besseren Marketingmaßnahmen: KI könnte für dein Unternehmen einen spürbaren Unterschied auf dem Weg in die Zukunft machen.

Die ersten Schritte: Anmeldung bei ChatGPT

Wie kannst du als Salon-Unternehmer:in, Friseur:in oder Kosmetiker:in nun anfangen, mit den smarten Chatbots zu arbeiten? Das ist ziemlich einfach! Hier zeigen wir dir am Beispiel von ChatGPT, wie du dich in wenigen, einfachen Schritten anmelden und mit dem neuen Kapitel KI starten kannst:

- 1.** Zuerst musst du ein Konto bei ChatGPT erstellen. Besuche dafür die Website www.openai.com/chatgpt. Klicke oben rechts auf "Try ChatGPT" und dann auf "Sign Up" (keine Sorge, ChatGPT kannst du nach der Anmeldung auf Deutsch nutzen.)
- 2.** Trage deine Email-Adresse ein, lege ein Passwort fest und bestätige deine Email-Adresse mithilfe der Verifikationsmail, die du erhältst.
- 3.** Abschließend wirst du dann gebeten, weitere Informationen wie deinen Namen, dein Geburtsdatum und eine Telefonnummer für die Verifizierung anzugeben. Du hast auch die Möglichkeit, dich alternativ über dein Google-, Microsoft- oder Apple-Konto anzumelden.
- 4.** Das wars schon! Wenn du ChatGPT jetzt öffnest (dies geht am PC und an mobilen Endgeräten), erscheint eine Maske mit einem Textfeld, über das du deine Anfrage eingeben kannst. Übrigens: All deine Gespräche werden links im Seitenmenü gespeichert, sodass du die Gesprächsverläufe auch zu einem späteren Zeitpunkt noch nachlesen kannst.

Beachte:

Beim Gebrauch von KI-Chatbots solltest du immer mit Bedacht vorgehen. Insbesondere solltest du darauf achten, keine persönlichen oder sensiblen Daten preiszugeben. Bevor du also etwas mit einem Chatbot teilst oder online hochlädst, solltest du dich zuerst fragen: „Könnte dies meine Kundenschaft, mein Team oder mein Unternehmen gefährden?“ Wenn die Antwort „Ja“ lautet, solltest du die Daten auf keinen Fall mit der KI teilen.

Überprüfe die von den Chatbots generierten Informationen immer auf ihre Richtigkeit. Denn du solltest immer im Hinterkopf behalten, dass KI ein Werkzeug darstellt und nicht als die einzige Quelle für wesentliche Entscheidungen angesehen werden sollte und kein Ersatz für menschliches Urteilsvermögen oder Fachwissen ist.





Merke:

Je präziser und detaillierter deine Eingabe, ist desto besser und relevanter das Ergebnis!

Achte auf die richtige Formulierung deiner Anfragen


Denk kurz an ein typisches Gespräch, dass du mit einer Kundin oder einem Kunden führst, wenn sie oder er zum ersten Mal bei dir ist. Du stellst Fragen wie „Was darf es denn heute sein?“, „Haben Sie schon eine konkrete Idee?“ oder „Gibt es einen besonderen Anlass?“. Diese Fragen sind deine Leitlinien, deine Anfragen, um zu verstehen, was sich die Person im Stuhl von dir wünscht.

Ähnlich ist es mit KI-Tools und den sogenannten „Prompts“. Ein Prompt ist im Grunde eine Aufforderung oder eine Anregung, die du einer künstlichen Intelligenz gibst. Dies kann z. B. so aussehen: „Ich hätte gerne Vorschläge, wie ich meinen Salon gemütlicher machen kann.“ Dieser Satz ist dein Prompt. Genauso wie du im Salon durch gezielte Fragen eine Idee bekommst, welchen Haarschnitt oder welche Behandlung du anbieten wirst, so braucht die KI klare Anfragen, um zu wissen, welche Informationen sie dir liefern soll.

Ohne einen guten Prompt könnte die KI alles Mögliche ausspucken. Ähnlich, wie wenn der/die Kund:in zu dir sagen würde „Mach einfach“. Konkrete Anweisungen helfen also dabei, dass die KI passgenaue Vorschläge und zielführende Ergebnisse für dich kreieren kann.

10 goldene Regeln für einen guten Prompt

- 1. Sei genau:** Deine Prompts sollten präzise sein. Stelle klare, deutliche Fragen oder Anforderungen, als würde jemand nach einem speziellen Haarschnitt fragen – je genauer die Beschreibung, desto besser das Ergebnis.
- 2. Gib Kontext:** Erzähle der KI etwas über die Umgebung oder die Rahmenbedingungen deiner Frage. Geht es dir z. B. um einen Marketingtext für eine Email oder ein Social-Media-Posting?
- 3. Sei konkret:** Nutze spezifische Begriffe und vermeide vage Ausdrücke. Sage also statt "kurzer Werbetext" z. B. "ein Text mit max. 3 Sätzen für eine SMS-Kampagne".
- 4. Priorisiere:** Wenn es mehrere Aspekte gibt, die dir wichtig sind, ordne sie nach Wichtigkeit. Ein Beispiel könnte so aussehen: "Bitte schreibe einen Text für unsere Website und nenne ausführliche Informationen über die Behandlungen Aqua Facial, Microneedling und Fruchtsäurepeeling. Lege den Schwerpunkt dabei auf das Aqua Facial."
- 5. Vermeide Mehrdeutigkeiten:** Versuche, doppeldeutige Begriffe zu vermeiden, da die KI sonst verwirrt sein könnte. Das wäre, wie wenn eine Person zu dir sagen würde, sie möchte "etwas Modernes", aber nicht genau erklärt, was das genau für sie/ihn bedeutet.
- 6. Positiv formulieren:** Gib Anweisungen in einer positiven Formulierung – sage der KI also, was sie tun soll und nicht, was sie vermeiden soll.



7. Verwende Beispiele: Du kannst auch ein Beispiel nennen von dem, was du erwartest. Gibt es z. B. ein bekanntes Beauty-Unternehmen, dessen Marketing-Schreibstil du gerne übernehmen möchtest?

9. Sei geduldig: Manchmal sind mehrere Anläufe nötig, um die beste Antwort zu erhalten. Lass dich davon nicht herunterziehen, sondern bringe ein wenig Geduld mit, um die bestmögliche Antwort zu erhalten. Es wird sich lohnen!

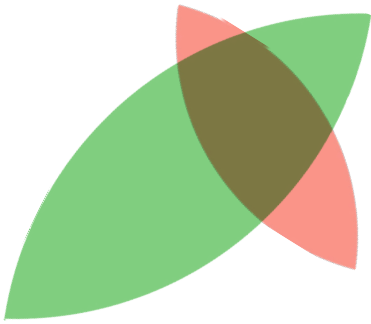
8. Halte es kurz: Lange, verschachtelte Sätze können verwirrend sein. Halte deine Prompts deshalb so prägnant wie möglich.

10. Lerne und passe an: Wie gesagt kann es passieren, dass deine Prompts nicht direkt beim ersten Mal ins Schwarze treffen. Basierend auf den Ergebnissen, die du bekommst, solltest du deine Anfragen also anpassen und verbessern. Manchmal reichen schon kleine Details, die du abändern kannst, um bessere Informationen zu erhalten.



So könnte ein gutes Beispiel aussehen:

“Ich habe einen Friseursalon und möchte zum Muttertag eine Rabattaktion starten. Dabei können VIP-Kundinnen 20 % auf unsere Online-Gutscheine und 10 % auf die Behandlung X sparen. Bitte schreibe mir einen ansprechenden Text, den ich in einer Email an meine Kundschaft verwenden kann. Der Schreibstil soll dabei fröhlich und locker sein. Bitte duze meine Kundschaft und füge ein paar vereinzelte Emojis dort ein, wo es passt.”



Mit KI fantastische Marketingideen kreieren

Als Werkzeug, das in Sekundenschnelle ansprechende Inhalte erstellen kann, sind KI-Tools als **Marketingunterstützung** eine der naheliegendsten Anwendungen für die Friseur-, Beauty- und Wellnessbranche. Wir wissen, dass Salon-Inhaber:innen oft sehr kreativ sind, aber wenig Zeit haben, stundenlang Marketingstrategien und Marketingkampagnen für ihr Unternehmen zu entwickeln. Und genau hier kommt die KI ins Spiel.

Nutze KI als Unterstützung beim:

- ✓ Verfassen von Texten für **Marketing-Emails und SMS**
- ✓ Schreiben von **Bildunterschriften** für deine Social-Media-Beiträge
- ✓ Erstellen von **SEO-optimierten Artikelbeschreibungen** für Produkte in deinem Online Shop
- ✓ **Bearbeiten von Bildern und Erstellen von neuen Bildinhalten** (Du kannst z. B. den Bildhintergrund für Produkte in deinem Online Shop entfernen oder ändern oder Bilder mit Models erstellen lassen, die es gar nicht gibt)
- ✓ **Brainstorming** für Postings auf Social Media und andere Kampagnen-Ideen
- ✓ Erstellen eines **Marketing-Kalenders**



Du gibst den Ton an:

Damit die oben genannten Anfragen auch zu guten Ergebnissen führen, ist es wichtig, deinem ausgewählten KI-Tool **klare Anweisungen** zu geben (beachte hierbei die 10 goldenen Regeln) und den generierten Text so zu bearbeiten, dass er immer noch zu deinem Unternehmen passt.

Hier sind einige Vorschläge, mit denen wir experimentiert haben und die zu hervorragenden Ergebnissen geführt haben.

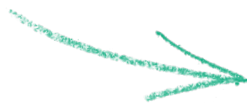
Probiere es doch gleich selbst für deinen Salon aus!

1. Ich arbeite bei [beschreibe die Art und Größe deines Unternehmens]. Verfasse einen kurzen Instagram-Post, der [Name der Dienstleistung hier einfügen] und seine Vorteile für unsere Kundschaft hervorhebt.
2. Ich arbeite in [beschreibe deine Branche]. Gib mir ein paar Ideen für eine interessante Betreffzeile für unseren monatlichen Newsletter. Bei unserem Newsletter geht es um das Thema [hier Thema einfügen].
3. Ich arbeite in [beschreibe deine Branche]. Erstelle mir einen 6-monatigen Marketingplan, der Email-Marketing, Social-Media-Marketing und Social-Media-Anzeigen umfasst.
4. Ich arbeite in [beschreibe deine Branche]. Schreibe mir eine aussagekräftige Beschreibung über unsere neue Behandlung [hier Dienstleistung einfügen], die ich auf unserer Website verwenden kann.
5. Ich arbeite in [beschreibe deine Branche]. Bitte gib mir eine Liste mit 10 interessanten Beauty-Themen, über die ich auf unserem Unternehmensblog schreiben könnte.
6. Ich arbeite bei [beschreibe dein Unternehmen]. Entwirf bitte einen ansprechenden Text für ein Plakat, das unsere bevorstehende "Self-Care-Aktion" im Salon bewirbt.
7. Ich arbeite in [beschreibe deine Branche]. Verfasse eine kurze Nachricht, die ich einem Influencer schicken kann, um ihn von einer Kooperation mit meinem Salon zu überzeugen.
8. Ich arbeite in [beschreibe deine Branche]. Kannst du mir einige Marketing-Ideen nennen, die die Terminbuchungen für die kommende Urlaubssaison erhöhen könnten?



Trainiere deinen KI-Chatbot, um präzise und hilfreiche Ergebnisse zu erhalten

Manchmal kann es vorkommen, dass die generative KI beim ersten Mal nicht sehr passende Ergebnisse ausgibt und Vorschläge macht, die zu lang, zu kurz, zu ausführlich oder nicht ausführlich genug sind. In diesem Fall kannst du den KI-Chatbot einfach bitten, die Antwort so abzuändern, dass sie besser zu deinen Wünschen passt. Beispiele hierfür sind Fragen, wie:



- 🔗 Kannst du deine Antwort auf X Wörter beschränken und nur die wichtigsten Punkte erwähnen?
- 🔗 Kannst du deine Antwort kürzer, weniger detailliert und mithilfe von Aufzählungspunkten formulieren?
- 🔗 Kannst du deinen Vorschlag näher erläutern und mehr Details hinzufügen?
- 🔗 Könntest du bitte mehr/weniger Beispiele/Vorschläge/Absätze zu dieser Antwort hinzufügen?
- 🔗 Kannst du deine ausführliche Antwort bitte in einem kompakten Satz als Zusammenfassung wiedergeben?

Je spezifischer du die Frage formulierst, desto besser werden die Antworten des Chatbots ausfallen.



Setze die Ergebnisse um!



Nachdem du mithilfe der KI passende Ideen generiert hast, kannst du nun im nächsten Schritt deine **Phorest Marketingsuite** nutzen und Email-, SMS- und Social-Media-Anzeigen entwerfen.

Mit diversen Personalisierungsmöglichkeiten, Zielgruppen-Filtern und integrierten Reporting-Tools sorgen unsere Software-Technologie und deine Strategien für professionelle und erfolgreiche Kampagnen, die dir zu fantastischen Ergebnissen verhelfen werden.

Mit KI zur optimierten Kundenkommunikation

In jeder dienstleistungsorientierten Branche sind Konsistenz und Professionalität in der Kundenkommunikation von großer Bedeutung. Dies bildet die Grundlage für einen außergewöhnlichen Kundenservice, kann aber für einen viel beschäftigten Salon schwierig zu bewerkstelligen sein. Deshalb ist es auch hier an der Zeit, KI zur Hilfe zu nehmen!

Stelle eine konsistente Unternehmenssprache sicher

Ganz gleich, ob du auf eine Nachricht zur Terminverschiebung antworten oder eine ganze Email-Marketingkampagne erstellen möchtest, generative KI sorgt für einen professionellen, klaren und konsistenten Ton in der gesamten Kundenkommunikation. Dabei kannst du entscheiden, welchen Ton die KI wählen soll. Bitte den Chatbot z. B., einen lustig lockeren Ton für Marketingmaterial zu wählen, für die AGB jedoch einen formellen Ton.

Reagiere konstruktiv auf negatives Feedback

Es ist wichtig, auf negatives Kundenfeedback professionell zu reagieren, um die Situation zu entschärfen und das Vertrauen zur Kundschaft wiederherzustellen. Natürlich solltest du deine Reaktion auf den jeweiligen Kontext abstimmen, aber ein KI-Chatbot kann dir immerhin dabei helfen, deine Hauptpunkte klar und in einem ruhigen und respektvollen Ton zu formulieren. Dies sorgt für eine bessere Erfahrung für dich und den/die unzufriedene:n Kund:in.

Erstelle klare Buchungs- und Stornierungsrichtlinien

Es kann sich schwierig gestalten, Buchungs- und Stornierungsrichtlinien zu erstellen, die sich sowohl leicht verständlich als auch professionell lesen lassen. Überwinde dieses Problem, indem du einem KI-Chatbot die von dir gewünschten Richtlinien beschreibst und ihn bittest, die Richtlinien professionell zu formulieren.

Samme ganz einfach Kundenfeedback

Feedback ist unglaublich wertvoll und ermöglicht es dir zu verstehen, was in deinem Salon funktioniert und was nicht. Konstruktive Antworten werden dir dabei helfen, das Erlebnis bei dir vor Ort ständig zu optimieren. Doch anstatt stundenlang mit der Erstellung einer Kundenumfrage oder eines Feedback-Formulars zu verbringen, lass stattdessen die KI diese Aufgabe für dich erledigen!

Mit KI deiner Konkurrenz immer einen Schritt voraus sein

In der Friseur- und Beautybranche sind die Dinge ständig im Wandel und werden oft von Trends beeinflusst. Heutzutage ziehen (vor allem dank Social Media) globale Trends schneller an uns vorbei als je zuvor.

Anstatt stundenlang über jeden aufkommenden Trend zu recherchieren, um bloß immer am Puls der Zeit zu bleiben, **kann generative KI dir dabei helfen, die Zukunft deiner Branche (teilweise) vorherzusagen.** Diese vorausschauenden Informationen unterstützen dich wiederum dabei, den Überblick über Veränderungen in der Branche zu behalten und dich bereits im Voraus auf kommende Trends vorzubereiten. Zudem ersparst du dir damit langwierige Rechercharbeit.

Wenn du also mithilfe von KI zukünftige Branchentrends vorhersagen möchtest, solltest du die folgenden Vorschläge ausprobieren:



“Kannst du mir Informationen darüber geben, wie ich Daten aus Social Media analysieren und neue [Beauty-/Wellness-/Haar-]Trends in der Branche erkennen kann?”

“Kannst du mir einige Branchenpublikationen, Nachrichtenquellen, Social-Media-Accounts, Berichte und andere Werkzeuge empfehlen, die mir und meinem Team in der [Branchenname einfügen] helfen könnten, über relevante Branchentrends informiert zu bleiben?”

“Kannst du mir, basierend auf der Inspiration von beliebten Influencern und Prominenten, Einblicke in neue Dienstleistungen und Produkte geben, die in der [Branchenname einfügen] bald populär werden könnten?”

“Könntest du mir bitte 10 Nischenmärkte in der Haar- und Beautybranche auflisten und Vorschläge machen, wie man diese Nischenmärkte als [Unternehmenstyp hier einfügen] ansprechen kann?”



Denke daran: KI ist ein Werkzeug, kein Hindernis

Bei der Verwendung von KI für die Kundenkommunikation ist es wichtig, dass du die ausgegebenen Antworten (wie Email-Texte oder Social-Media-Postings) stets korrekturliest und personalisierst. KI kann zwar ein fantastisches Werkzeug sein, das dir tolle Texte schreibt und dir zusätzlich Zeit spart, aber deine Kundschaft möchte trotzdem zugeschnittene Kommunikation, die so klingt, als kämen sie von einem Menschen. Und es liegt in deiner Verantwortung (und deinem Interesse), ihnen das zu bieten.

Im Folgenden findest du einige Tipps, wie du sicherstellen kannst, dass du von KI profitierst und nicht behindert wirst:

Sende niemals eine Nachricht ohne Korrekturlesen und Personalisierung

Generative KI kann dir zwar dabei helfen, deine Kommunikation zu verbessern und stellt sicher, dass Grammatik und Rechtschreibung stimmen, aber du solltest deine Nachrichten trotzdem immer korrekturlesen und personalisieren. Dadurch kannst du prüfen, dass der Kontext der Kommunikation beachtet wird und kannst deinem Text eine emotionale Note verpassen, sodass deine Kund:innen nicht das Gefühl haben, mit einem Roboter zu sprechen.

Augen auf beim Thema Datenschutz

Da es sich bei der KI um eine relativ neue Technologie handelt, deren volles Potenzial wir noch nicht kennen, solltest du sicherstellen, dass du niemals persönliche

Informationen oder sensible Kundendaten mit KI-Chatbots teilst. Die Datensicherheit deiner Kundschaft liegt in deiner Verantwortung und es ist immer besser, auf Nummer sicher zu gehen.

Verlasse dich nicht zu sehr auf KI

KI ist in vielerlei Hinsicht ein brillantes Werkzeug, aber ein übermäßiger Einsatz kann deinem Unternehmen auch schaden. In einer personenorientierten Branche, wie der von Salons und Instituten, sind es die realen, menschlichen Beziehungen, die sie so besonders machen. Entfremde dich also nicht von deinen Kund:innen oder isoliere deine Mitarbeitenden, indem du von ihnen erwartest, dass die gesamte Kommunikation nur noch über digitale Kanäle oder KI-Bots abgewickelt werden muss. Wie bereits erwähnt: KI sollte ein nützliches Werkzeug und kein unnötiges Hindernis sein.



Mit KI zu mehr Inspiration – Dein persönlicher Assistent

Du möchtest neue, frische Ideen, wie du mit minimalen Anpassungen das Kundenerlebnis optimieren kannst oder wünschst dir Input, wie du deinen Salon-Mitarbeitenden zu Weihnachten eine Freude bereiten kannst?

KI-Chatbots können dich natürlich nicht nur bei den großen, strategischen oder kreativen Entscheidungen wie der richtigen Marketingkommunikation unterstützen, sondern sind auch allgemein hilfreiche Assistenten für diverse andere Fragen im Salon-Alltag.

Probiere es selbst!

Tipp!

Du kannst ChatGTP auch auf deinem Smartphone verwenden und dabei die Sprachfunktion nutzen, um deine Frage oder Bitte diktieren zu lassen. Somit musst du nicht einmal mehr tippen, sondern kannst vor allem längere Prompts ganz bequem und schnell in dein Smartphone sprechen.

“Kannst du mir 5 Ideen nennen, wie ich meinen [Salontyp beschreiben] mit wenig Aufwand kinderfreundlicher gestalten kann, damit mein Geschäft für Eltern attraktiver wird?”

“Nenne mir Geschenkideen für eine Mitarbeiterin zum Geburtstag. Das Budget beträgt 30 Euro. Die Person ist X Jahre alt und hat die folgenden Interessen [Interessen beschreiben].”

“Ich möchte mein Schaufenster meines [Salontyp beschreiben] neu gestalten. Kannst du mir Ideen nennen oder Tipps geben, worauf ich bei der Gestaltung achten sollte?”

“Ich möchte meiner Kundschaft für eine Sommeraktion alkoholfreie Cocktails während der Behandlung anbieten. Kannst du mir 5 beliebte alkoholfreie Cocktails nennen, die nicht viel Aufwand erfordern? Nenne mir zudem bitte direkt die Zutatenliste der Cocktails.”

“Ich habe einen [Salontyp einfügen] und habe eine Stammkundin mit Autismus. Welche Maßnahmen kann ich treffen, um ihren Aufenthalt vor Ort so angenehm wie möglich zu gestalten?”

“Ich würde gerne eine Kooperation mit einem lokalen Unternehmen eingehen, um meinen Bekanntheitsgrad zu steigern. Welche Arten von Firmen kannst du mir als [Salontyp beschreiben] empfehlen?”

Fragen an die Expertin; ein Interview mit *Shivangi Upadhyaya*

Um mehr zum Thema "Einsatz von KI in der Salonbranche" in Erfahrung zu bringen, haben wir uns mit der Expertin für digitales Marketing (und KI-Enthusiastin) Shivangi Upadhyaya getroffen. Wir haben ihr einige Fragen zu ihren Prognosen über dieses mächtige Werkzeug für die Friseur- und Beautybranche gestellt und haben interessante Antworten erhalten:



F: Hallo Shivangi! Viele Menschen haben Angst davor, dass die KI in Zukunft ihre Arbeit übernehmen könnte. Was ist deine Meinung dazu?

A: Es ist zwar verständlich, dass man sich Sorgen darüber macht, wie sich neue Technologien auf den Arbeitsmarkt auswirken, aber man muss sich darüber im Klaren sein, dass jeder technologische Fortschritt auch zur Schaffung vieler Arbeitsplätze beitragen kann. Ich glaube nicht, dass KI Arbeitsplätze ersetzen wird, sondern viele Funktionen ergänzen und es den Menschen ermöglichen wird, produktiver zu sein. Letztendlich wird es wahrscheinlich nicht so sein, dass KI Arbeitsplätze übernimmt, sondern dass Menschen, die sich gut mit KI-Tools auskennen, bessere Chancen auf dem Arbeitsmarkt haben werden.

F: Welchen Rat würdest du Salonbesitzer:innen geben, die daran interessiert sind, KI in ihren Geschäftsbetrieb zu integrieren?

A: Ich würde Salonbesitzer:innen empfehlen, anfangs erst einmal kleine und unkomplizierte Projekte in Angriff zu nehmen. Bspw. sich Hilfe beim Verfassen von Marketingbotschaften zu holen. Sobald man sich dann mit dem Konzept der KI vertraut gemacht hat, kann man sich an komplexere Projekte wagen. Zudem sollte man sein Team dazu ermutigen, sich mit dem Thema KI vertraut zu machen und zum Beispiel einen Grundkurs hierzu zu absolvieren. Ideen, wie Geschäftspraktiken vereinfacht werden können, können von jedem Einzelnen aus dem Unternehmen kommen. Sobald das Thema KI einmal angestoßen wird,

kommen Teammitgliedern eventuell ganz allein auf weitere Vorschläge, wie KI-Tools integriert und praktisch angewandt werden können.

F: Wie siehst du die Zukunft der KI im Zusammenhang mit der Friseur-, Beauty- und Medi-Ästhetik-Branche?

A: KI birgt ein enormes Potenzial, um die Haar- und Schönheitsindustrie besser auf die Bedürfnisse der Verbraucher:innen zuzuschneiden. KI könnte personalisierte

Ratschläge für Haut- und Haarfragen vorschlagen und somit das Kundenerlebnis verbessern. Dies könnte von der Möglichkeit, Looks und Trends virtuell anzuprobieren, bis hin zur Suche nach einer einzigartigen Lösung für die persönlichen Wünsche der Kund:innen reichen. KI wird die Art und Weise, wie Kund:innen mit Unternehmen interagieren, verändern.

**Mehr Kreativität,
weniger Verwaltung**



Shivangis Einschätzung zufolge scheint es so, als ob generative KI nicht so schnell von der Bildfläche verschwinden wird und in gewisser Hinsicht die Art und Weise, wie Salons, Studios und Institute mit ihrer Kundschaft interagieren werden, komplett revolutionieren wird. Dies wird unter anderem dadurch erreicht, dass eintönige oder sich wiederholende Aufgaben automatisiert werden und sich Fachkräfte stattdessen auf kreative Aufgaben und Brainstorming von Ideen konzentrieren können.

In Verbindung mit einer hochwertigen Salonsoftware kann KI dir jede Woche stundenlange Verwaltungsarbeit ersparen und gleichzeitig dein Team zu mehr Kreativität und Produktivität befähigen. Denke nur daran, welche Möglichkeiten sich dadurch eröffnen...





Verwende KI, um eine **einzigartige Social-Media-Anzeige** schreiben zu lassen, die du dann über den Phorest-Werbe-[manager](#) in wenigen Minuten veröffentlichen kannst. Die eingesparte Zeit kannst du nutzen, um deine Kundschaft zu behandeln.

Nutze KI, um **SEO-optimierte Artikelbeschreibungen** für deinen Phorest Online-Shop schreiben zu lassen. Suchmaschinenoptimierte Inhalte helfen deiner Online-Sichtbarkeit und resultieren im besten Fall in mehr Bestellungen. Da du die Texte nicht selbst verfassen musst, hast du dank des Zeitgewinns mehr Luft zum Verpacken und Bearbeiten der Bestellungen.


Nutze KI, um eine **Bewertungsanfrage** verfassen zu lassen, die du dann automatisiert nach dem Termin mit dem Phorest Online-Reputationsmanager an deine Kund:innen senden kannst.

Sammele regelmäßiges Feedback mit minimalem Aufwand, während du dich darauf konzentrieren kannst, weiterhin einen Fünf-Sterne-Service zu bieten.

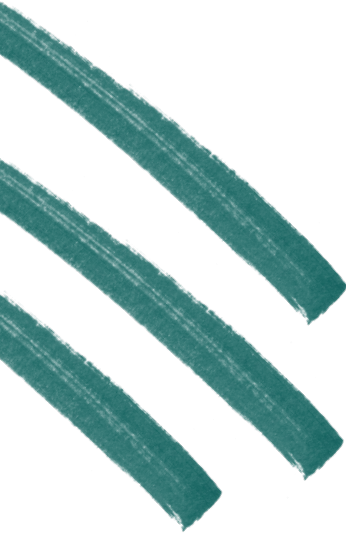
Lass dir den **Bericht zur Mitarbeiterperformance** aus deiner **Phorest-Software** ausgeben und nutze KI, um Anregungen, Gesprächseinstiege und Stichpunkte für schwierige Mitarbeitergespräche zu erhalten, die möglicherweise bei unzureichender Leistungen geführt werden müssen. Solche Situationen vorbereitet und professionell anzugehen wird dir dabei helfen, dass schwierige Gespräche sowohl für dich als auch für deine Teammitglieder angenehmer und zielführender verlaufen werden.



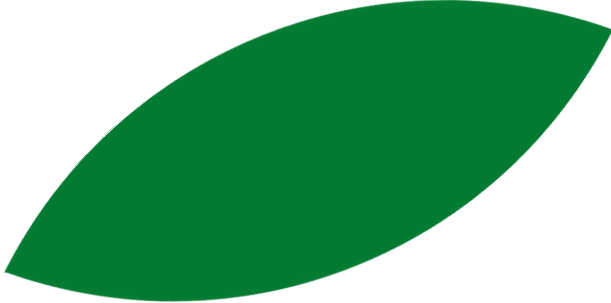
Wie wirst du das Potenzial von KI in deinem Salon, deinem Studio oder deinem Institut implementieren?



Von einzigartigen Marketing-Ideen bis hin zu einer optimierten Kundenkommunikation – generative KI bietet eine Reihe hilfreicher Einsatzmöglichkeiten für Friseur- und Beauty-Unternehmen auf der ganzen Welt. Bist du bereit, diesen Sprung zu wagen? Versuche unsere Tipps zu befolgen, indem du dem KI-Chatbot möglichst viel Kontext beim Stellen einer Frage lieferst, du dir die generierten Endergebnisse immer wieder anschaust und dir der Fehler und Ungereimtheiten bewusst bist, die beim Einsatz von Technologie immer vorkommen können.



Es ist an der Zeit, sich eine Technologie zu eigen zu machen, die deinem Unternehmen zu neuen Höhen des Erfolgs verhelfen kann. Profitiere von langfristigen Kundenbeziehungen, außergewöhnlichem Kundenservice, professionellem Marketing und erfolgreicher Markenbildung.



Phorest, das Herzstück deines Salon, entwickelt für deinen Erfolg

Phorest Salon Software verhilft Salon-Unternehmer:innen und ihren Teams zu mehr Erfolg, besserer Performance, gesteigertem Umsatz und nachhaltigem Wachstum. Damit ist Phorest das Herzstück zahlreicher Unternehmen auf der ganzen Welt. 2003 gegründet von CEO Ronan Perceval in Dublin, Irland, ist Phorest mittlerweile eines der am schnellsten wachsenden Technologieunternehmen in der Friseur- und Beauty-Industrie und wurde mit dem Deloitte Fast 50 Award ausgezeichnet. Phorest wird von über 10.000 Unternehmen und 160.000 Fachkräften in zehn Regionen genutzt.

Seit fast zwei Jahrzehnten unterstützt und ermöglicht Phorest Salons, Kosmetikstudios und medi-ästhetischen Instituten ihr Unternehmen zu verwalten, zu vermarkten und es wachsen zu lassen. Dabei arbeitet Phorest täglich mit Teams aus der Branche zusammen, um Technologielösungen zu entwickeln, die sie wirklich weiterbringen.



Phorest beschäftigt 300 Mitarbeiter:innen in Niederlassungen in Irland, Großbritannien, Finnland, Deutschland, Australien, den Vereinigten Arabischen Emiraten, Kanada und den USA. Dem Aufsichtsrat des Unternehmens gehören bedeutende Branchengrößen und unabhängige Direktoren wie Paolo Braguzzi, ehemaliger CEO der Davines Group, und Janna Ronert, Gründerin und ehemalige CEO von Image Skincare an. Im Jahr 2022 trat Barry Muligan, ein Partner bei Tribal.vc, dem Aufsichtsrat bei. Muligan ist seit 2010 ein aktiver Investor in junge, dynamische Technologieunternehmen in Irland und war einer der ersten Investoren in Phorest Salon Software.

Der wachsende Aufsichtsrat umfasst Personen mit unterschiedlichen Erfahrungen, darunter Olivia Leonard, Direktorin von Instagram EMEA (Vorsitz); Jonathan Klahr, Growth Equity Investor bei SGE, und Colin Day, Gründer und ehemaliger CEO von iCIMS.



Ressourcen & Mitwirkende



Ressourcen:

<https://www.techtarget.com/>

<https://chat.openai.com/>

<https://www.midjourney.com/>

<https://bard.google.com/chat>

Mitwirkende:

Shivangi Upadhyaya,
Expertin für digitales Marketing

Geschrieben von

Avril Kealy,
Texterin, Phorest

Design von

Maebh Mullins,
Grafikdesignerin, Phorest

