Pressemitteilung:

Innovationen im Friseursalon

Es ist wohl einer der innovativsten, nachhaltigsten und digitalsten Friseursalon Deutschlands. Emidio Gaudioso's «Xsesso» ist weit über die Stadtgrenzen von Bückeburg in Ostwestfalen bekannt und mittlerweile eine Pilgerstätte für Innenarchitekten, Designer, Nachhaltigkeitsspezialisten und Digitalisten.

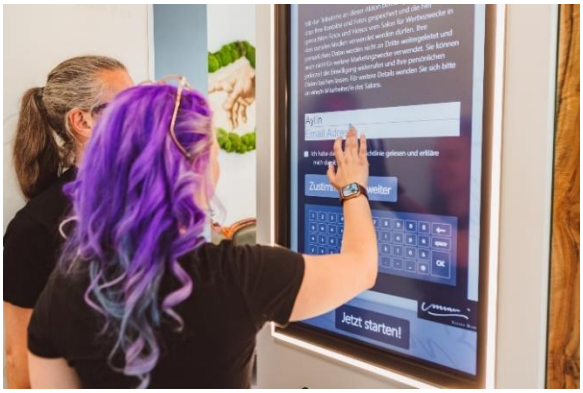
Emidio Gaudioso schuf mit seinen Salon im vergangenen Jahr eine Oase der Entspannung, ohne dabei auf modernste digitale Elemente zu verzichten, die sich harmonisch in das Gesamtbild integrieren und viel Raum für Interaktion und außergewöhnliche User Experiences schaffen. Hier einige Highlights:

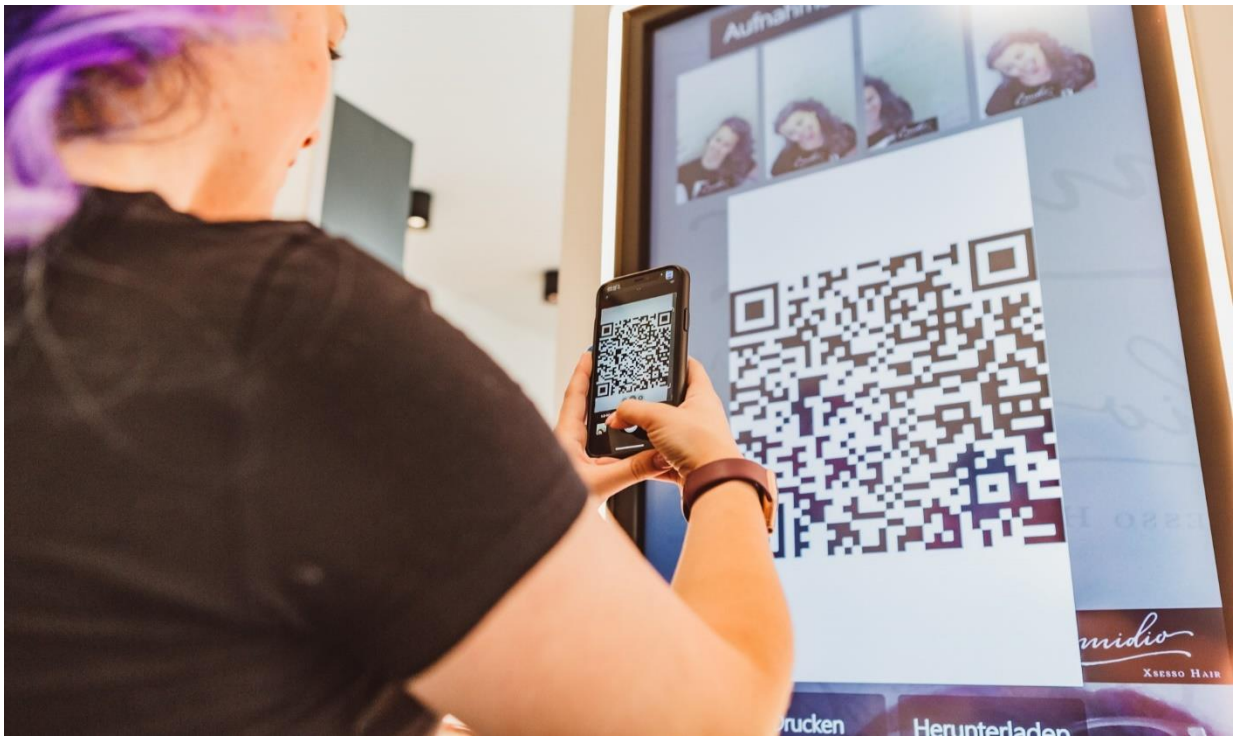
Scan Me - SB-Beratung am digitalen Terminal.

Beratung im Frisiersalon ist eine conditio sine qua non. Im Salon Xsesso wird diese auch auf Produkte, die der Kunde im Shopbereich käuflich erwerben kann, ausgeweitet. Dort befindet sich mit «Scan Me» eine SB-Scan-Station, die dem Salonkunden, aber auch dem Personal z.B. im Rahmen einer Kaufberatung die Möglichkeit gibt, Artikel zu scannen und dadurch alle wesentlichen Informationen wie Inhaltsstoffe, Anwendungen und Preise zu erhalten, aber auch Upselling wird bei Emidio Gaudioso mit dieser Lösung sehr erfolgreich betrieben.

Digitale Erinnerungen mit dem Selfie Corner.

Zur Kundenbindung und als effizientes Marketingtool zur Steigerung der Salonbekanntheit setzte sich Emidio Gaudioso mit dem L'Oréal Digitalpartner Instore Solutions zusammen und entwickelte kurzerhand eine digitale Selfie-Corner Lösung, die im Rahmen des Digitalfonds zu 50% durch das Land Niedersachsen mitfinanziert wurde. Kunden können sich mit der neuen Frisur an der Selfie Corner ablichten lassen und dann das beste Foto aussuchen, um es entweder direkt auszudrucken oder via Social Media (mit Salon-Logo) zu teilen.





Digital Signage als neuer Salon-Standard.

Wie auch in vielen anderen Friseursalons wird auch im Salon Xsesso Digital Signage gleich an mehreren Punkten konsequent eingesetzt - sowohl im Schaufensterbereich, als auch in ausgewählten Zonen im Salon. Während die sich Außenkommunikation im Wesentlichen darauf fokusiert, neue Kunden zu gewinnen und auf Sonderaktionen hinzuweisen, ist die Kommunikation auf den Bildschirmen im Salon mehr auf Beratung, Pflege und Services ausgerichtet. Um die Fläche optimal zu nutzen, kommen auch doppelseitige Bildschirme zum Einsatz, die sowohl zur Schaufensterfront, als auch nach innen digital kommunizieren. In Zusammenarbeit mit L'Oréal werden dabei die Inhalte gemeinsam gestaltet. L'Oréal stellt sicher, dass – je nach den Marken, die der Salon führt, immer aktuelle Produktinformationen und Neuheiten präsentiert werden, während Emidio Gaudioso seine eigenen Schwerpunkte z.B. zu Beratung, Looks, Preisen und anderen Services kommuniziert.

«Likes» Sammeln einmal anders mit dem Facebook Counter

Während des Bezahlvorgangs am Ende seines Salonaufenthaltes kann der Kunde dann noch eine Bewertung der besonderen Art abgeben. «Likes» von Facebook oder Instagram zu sammeln, indem man immer wieder danach fragt, kann sehr mühsam sein. Daher war Emidio Gaudioso sofort von der Idee seitens Instore Solutions begeistert, als er vom digitalen «Likes»-Counter hörte. Dabei scannt der Kunde ganz einfach mit seinem Handy einen QR-Code und landet im nächsten Schritt direkt auf der Facebook-Seite des Salons. Setzt er nun ein «Like», kann er in Echtzeit zusehen, wie der Facebook Counter mit nostalgischer Fallblatt-Technologie losrattert und am Ende einen weiteren «Like» hinzufügt. Für das Personal und für den Kunden ist diese spielerische Herangehensweise sehr unterhaltsam und natürlich auch disruptiv, weil so ganz anders.

Nachhaltigkeit im Salon – digital und analog.

Bei aller Digitalisierung kommt aber auch das Thema Nachhaltigkeit nicht zu kurz. Vielmehr hat Gaudioso auch hier neue Standards gesetzt. So findet man im Salon an mehreren Stellen lebende Wände. Bei Abfalltrennung aller Salonprodukte durch das eigene Personal lässt er es nicht bewenden, sondern gibt auch seinen Kunden Tipps mit auf den Weg, wie sie die Shampoo- und Pflegepackungen sachgemäß entsorgen. In Zusammenarbeit mit der Instore Solutions Kampagne «One Screen.One Tree» wurde für jeden Monitor in seinem Salons je ein Baum im Regenwald Borneos gepflanzt.

Das Highlight seiner Nachhaltigkeitskonzepte ist aber sein proaktiver Einsatz beim europäischen Verein Coiffeur Juste. Haare besitzen die besondere Eigenschaft, viel Fett aufzusaugen, auch wenn sie bereits abgeschnitten sind. Daher eignen sie sich hervorragend dazu, als natürliches Reinigungsmittel gegen Verschmutzungen wie Öl und Benzin in Meeren, Flüssen und Seen eingesetzt zu werden. Statt die Haare durch Verbrennung entsorgen zu lassen, sendet Emidio Gaudioso die gesammelten Haare in nachhaltigen Papiersäcken an den Verein Coffeur Juste (faire Friseure) in Südfrankreich. Dort werden sie in alte Nylonstrümpfe gefüllt, anschließend zu Rollen zusammengebunden und dann als Ölfilter in verschmutzten Gewässern eingesetzt. Ein Kilogramm Haar kann bis zu acht Liter Öl aus dem Wasser filtern. Die Haarfilter werden mittlerweile weltweit eingesetzt.

Gaudioso hat mit seinen Ideen und disruptiven Konzepten nicht nur in der Friseurbranche aufhören lassen. Weitere Innovationen sind bereits in Planung…