



Fallstudie zum Thema
“Erfolgsfaktor Styling als Türöffner
für ihr Unternehmensziele”

Angela Thomas
SPEAKERIN & PERSONALITY STYLIST

Ryanair

Das Ziel von Ryanair:

Dass Low-Fare Reisepreise beim Kunden nicht unterbewusst auf Service und Sicherheit übertragen wird.

Aufgabenstellung

Ryanair hat 2015 die Uniform geändert. Vor und während dieses Prozess sollte ein neues Styling - Regelwerk erarbeitet werden. Von der Strumpfhose, bis zur Zopflänge. In diesem Prozess war es ebenso ein Anliegen die Image-Frage des Billig- Fliegers aufzuhübschen und somit auch den stark akquirieren Verkauf an Bord zu boosten.

Maßnahmen:

Ausarbeitung verbindlicher Styling Regulationen und eines Grooving-Regelwerkes. Von Strumpfhosen-Farbe bis zur Rocklänge, Lippenstift-Farbe, Frisur und Nagelstyling. Alles wurde festgelegt. Die Mitarbeiter hatten keinerlei Einwirkungsmöglichkeiten, daher war es sehr wichtig eine klare Struktur zu erarbeiten. Klar im Verständnis, das hier keinerlei persönliche Geschmäcker geltend gemacht werden können. Dies wurde dann in einem Workshop intensiv geschult und für die gesamte Crew männlich und weiblich abgestimmt festgesetzt, sodass dies ebenfalls ein verbindlicher Teil eines Arbeitsvertrages werden konnte. Zusätzlich wurden hier ebenfalls Trainingseinheiten zur Verkaufsförderung übergeben und bezog sich auf die Produkte die am meisten Marken orientiert und Marken freundlich sind. So zum Beispiel Verlosungen, Zugtickets oder auch verzehrbare Dinge an Bord. Hier wurde speziell die Technik Cross-Selling vermittelt, damit es immer auch bei geringen Kassenbons eine Up-sell Möglichkeit gab. Diese Maßnahme wurde im Trainingscenter Frankfurt Hahn unter der Leitung von Emer Ogalligan in Auftrag gegeben.



US Army

Ziele die realisiert werden sollten:

Da die Us Army ein sehr Uniform-conformes Regelwerk hat, was schon in den Grundausbildungen so vermittelt wird, dass es in Mark und Bein übergeht. Resultat ist, dass die Soldaten auch in ihrer Freizeit nach der Arbeit oft in der Uniform privaten Aktivitäten und Erledigungen nachgehen. Das löst meist in der Zivilbevölkerung eine distanzierte Haltung aus und führt auch dazu, dass Soldaten gesellschaftlich wenig integriert werden. Außerdem ist es ein höheres Sicherheitsrisiko, denn der Soldat, laut amerikanischer Sicherheitsverordnung, gilt dann als targetierbar und als mögliches Angriffspotential. Verbunden mit einer größeren Werbemaßnahme für die Soldaten der Infantry ist somit auch der Punkt Personality-Styling aufgekommen. Vor allem die Heerführer Rang E4 / E5 wurden geschult wie sie dieses Wissen bei der Grundausbildung an ihre Soldaten weitergeben können.

Maßnahme:

Die Leiter der Einheiten wurden über Regelwerke der Kleidung und des Stylings geschult. Im Rahmen meines Seminar Dress4success haben wir hier die Aspekte verdeutlicht, die nonverbalen Signale an das Gegenüber zu senden, sodass hier viele Möglichkeiten der Kleidungsstile und passenden Ausdrucksweisen in der Erscheinung verschiedener Figurtypen und Persönlichkeiten umgesetzt wurden. Für Führungskräfte des Rang E6 / E7 haben wir zusätzlich auch eine Garderobenplanung vorgenommen, die auf den Reisen in zivil umgesetzt werden konnten.

Ms. Thomas' focused change in our leadership style approach had major impacts on our organization's overall health and appearance. Organizational health and appearance describes the firm's ability to operate effectively, adjust adequately to internal and external changes and effectively grow from within the organization (Organizational health). By transitioning from a transactional leadership style approach to a transformational leadership style approach, Ms. Thomas improved our organizational health appearance to the civil society. Her seminar improved our transitioned from a uniformed target style to a transformational leadership civilian style in society. This transition has a major impact on our company's organizational health and appearance in the federal german civilian society.

Landal Park

Landal Park ist ein Ferienpark mit Haus-Wohneinheiten und befindet sich meist in attraktiven Urlaubsregionen. In diesem Fall direkt an der schönen Mosel. Der von mir betreute Landal Park hat zwischen 15 & 25 Mitarbeiter, je nach Saison, die sowohl Rezeption, Service Animation und Cleaning übernehmen.

Aufgabenstellung

Die Aufgabenstellung hierbei war, die Außenwirkung auf Kunden spürbar zu verbessern. Sowohl im äußeren Erscheinungsbild, als auch im motivierten Miteinander.

Da hier oft mit fachfremden Aushilfskräften gearbeitet wurde, war der Zeitaufwand stets sehr hoch, die Standard- Regulationen auf gleichem Niveau zu halten. Da oft der eigene Gusto mit einfluss, gab es zwar eine Linie an der man sich manchmal orientierte, aber ebenso abwich, ohne das große Konsequenzen folgten. Die junge Parkleitung fand sich ebenso sehr in der Herausforderung, Mitarbeitern mit gehobenem Alter, Style und Körperpflege zu Maßregeln. Das wiederum wirkte sich auf das Klima im Team wieder. Als die junge Parkleitung auf mich zu kam und diese Kriterien in einem Gespräch erörtert wurden, wurde auch sichtbar, dass der Gast sich weniger in der Anlage aufhielt, mehr im Umland shoppte und nicht den markteigenen Supermarkt und Freizeitangebote nutzte, sondern sich mit attraktiven Freizeitgestaltungen außerhalb beschäftigte.

Das wollten wir ändern.



Landal Park

Maßnahme:

Ich strukturierte ein Seminar, passend auf die Situation. In einem einleitenden Seminar, in dem ich den Content zu Kleidungs- und Styling plante.

Dies sollte die Sensibilisierung für die Themen herstellen und ebenso die Sichtweise von Kollegen und Kunden darstellen.

Welche Nonverbalen Signale man aussendet,

- wenn man sich nicht an die Uniform Regulation hält
- Wenn man Körpergerüche nicht kontrolliert und reguliert
- Wenn man in Uniform ungeschminkt hinter der Rezeption steht

Anschließend haben wir einige Verkaufsfördernde Rollenspiele gemacht um die Berührungspunkte der Mitarbeiter abzubauen. Auch für die, die nicht am POS sind. So wie Restaurant oder Rezeption, sondern auch die, die zwischendurch für das allgemeine Wohlbefinden sorgen und keinen verkäuferischen Tätigkeiten ausgesetzt sind. Diese Personen können dadurch oft mehr Einblick in die Arbeit der Anderen gewinnen, haben einen besseren Wissensstand, über das gesamte Angebot und somit die Möglichkeit besser Impulse bei Kundenkontakt zu setzen. (Dieses Verkaufstraining basiert auf den Verkaufstrainings von Dirk Kreuter, bei dem ich als zertifizierter Verkaufstrainer ein Diplom über meine Ausbildung erhalten habe).

Diese Strategien haben wir ausgiebig geübt und umgesetzt, sodass der Einsatz von jedem persönlich gefragt war und der Bezug zur realen Umsetzung direkt da war. Auch hier haben wir zur Sicherung der Nachhaltigkeit ein Handbuch mit den einzelnen Strategieabläufen und Reaktionsmustern ausgehändigt.

Zu guter Letzt konnten die Damen und Herren aus dem Team ebenfalls noch einige praktische Handhabung im Bereich Körperpflege und Make-up selbst ausprobieren. Für die Nachhaltigkeit des Seminartages haben wir vereinbart, dass wir ein Pflegeset zusammengestellt haben und ein Handbuch mit praktischen Umsetzungstipps ausgehändigt wurde.

Die Ziele die wir real erreicht haben:

Zum Styling: verbessertes Erscheinungsbild des gesamten Teams- dadurch wirkt das Team ebenso einheitlich in Cooperat Identity Es gibt keine Kollegen mehr, die sich nicht „riechen“ können Es gibt eine einheitliche Vorschrift welche Make-up Styles genutzt werden mit einer bestimmten Farbauswahl, die für jeden in der Landal Uniform passend und vorteilhaft ist.

Verkaufsfördernde Maßnahmen

Wir konnten aufbauend das Erscheinungsbild als Türöffner für mehr Zugänglichkeit beim Kunden erzeugen und haben es geschafft den ausgegebenen Euro dort 5 mal länger im Park zu halten. Damit ist der Zufriedenheit beim Urlauber viel höher, da der Erholungseffekt noch viel größer ist. Kinder an bestimmten Freizeitveranstaltungen teilhaben zu lassen, weil es einfach von Personal hübsch, höflich und lösungsorientiert offeriert wurde. Ohne, dass die Kunden das Gefühl eines druckvollem Verkaufes haben.

Die Umsetzung mit der Stylingeinheit hat eine unbeschwerte Energie freigesetzt bei der jeder seine schon vorhandene Schönheit freisetzen konnte und somit über die Maßen Selbstvertrauen erreicht hat. Das vorherige Unterlassene zurechtgemachte Auftreten ist nur aufgrund der Hürde des „Nicht wissen wie“ entstanden, dies konnten wir aus dem Weg räumen. Zusätzlich wurde das Team als solches etwas besser miteinander und nun achten alle ein wenig mehr auf den anderen und auch auf den Arbeitsbereich des anderen, sodass es heute eine abteilungsübergreifende harmonische Zusammenarbeit gibt. Zuvor hat sich jede Abteilung voneinander abgegrenzt und damit gab es oft unheimliche Hürden der schlussendlich der Kunde klettern sollte.



Mit der Veranstaltung bei Angela Thomas konnten unsere Mitarbeiter sich einmal selbst verwöhnen lassen. Mit der Expertise des gesamten Teams wirkte es sich direkt auf das Wohlbefinden und damit auf die Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter aus. Gestresste Kunden, wurden besonders gut mit dem neuen frischen verschafften Lächeln zu einem stressfreien Aufenthalt einladend empfangen. Die anfänglichen Hürden besonders an Anreise Tagen in unseren Parks werden somit freundlich umschifft und egalisiert.

Nadin Wiesler (Parkleitung Mosel)

Angela Thomas
Dietrichshöhe 3
55491 Büchenbeuren

Kontakt

Telefon: 0171 5486199

E-Mail: kontakt@angela-thomas.de

1. Auflage

© 2019 Angela Thomas

Angela Thomas
SPEAKERIN & PERSONALITY STYLIST