

EMPATHIE

ist Kosmetik für die Seele

Kundenbindung und Kundenzufriedenheit sind entscheidende Erfolgsfaktoren.

Zufriedene Kunden bleiben einem Unternehmen treu und empfehlen es in ihrem

Bekannteskreis weiter. Um eine lang anhaltende Kundenbindung zu erreichen,

ist Qualität Voraussetzung. Dies allein reicht aber für eine feste und dauerhafte

Kundenbeziehung nicht aus.

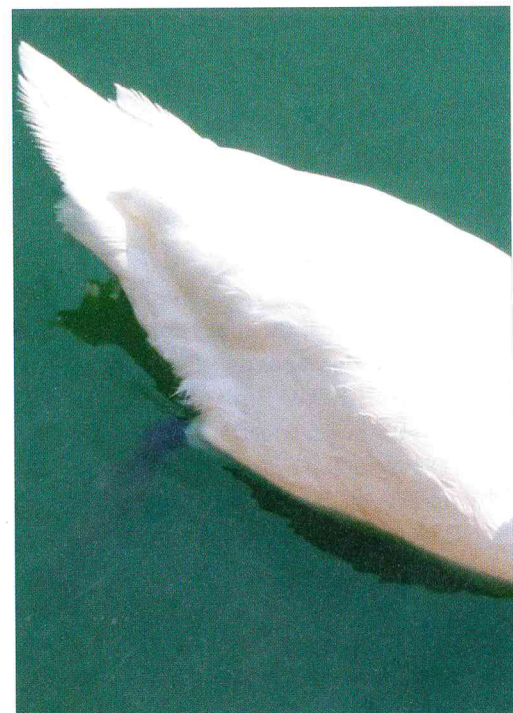
SYLVIA BIBER

Viele Kosmetikerinnen sind fachlich hoch kompetent – sie verfügen über Zusatzausbildungen, Zertifizierungen und ein umfangreiches Produktwissen. Dies ist aber noch lange keine Garantie für dauerhaften Erfolg, denn aktuelle Studien zeigen, dass die soziale Kompetenz der Kosmetikerin Kundenzufriedenheit und -bindung entscheidend beeinflusst. Wichtiger Bestandteil ist dabei die Empathie, also die Fähigkeit des einführenden Verstehens.

Zuhören und den anderen verstehen

Kunden sind zufrieden, wenn sie ihre Erwartungen erfüllt oder gar übertroffen sehen. Da Menschen mit unterschiedlichen Erwartungen ins Institut kommen, muss die Kosmetikerin herausfinden, was sie sich, auch über die kosmetische Behandlung hinaus, wünschen. Wenn sie für die Erwartungen, Sorgen und Gefühle ihrer Kunden taub ist, wird sie als »sozial inkompetent« wahrgenommen. Ein Mangel an Einfühlungsvermögen erscheint vielen Menschen wie ein Mangel an Menschlichkeit. Deshalb sollte

die Kosmetikerin über ausreichend Empathie verfügen. Empathie ist die Fähigkeit, eine Situation aus der Perspektive seines Gegenübers sehen und erfühlen zu können. Ist die Kosmetikerin in der Lage, diese Fähigkeit aufzubringen, wirkt sich dies positiv auf die Kundenzufriedenheit – und damit umsatzsteigernd aus. Einführendes Verstehen bedingt ein aktives Zuhören und bleibt nicht beim bloßen Hören der Worte stehen. Vielmehr kommt es darauf an, auch das zu erfassen, was die Kunden nicht gesprochen, sondern »zwischen den Zeilen« ausgedrückt haben. Oft gelingt dieses Verstehen nur über den Tonfall oder die Körpersprache. Um diese Kompetenz aufzubringen, muss die Kosmetikerin als Gesprächspartnerin die eigenen Gedanken, Gefühle, Erlebnisse und Wertungen zurückhalten, um auf die Erzählungen der Kunden einzugehen. Der französische Schriftsteller Francois de la Rochefoucauld drückte es so aus: »Einer der Gründe, warum man in Konversationen so selten verständige und angenehme Partner findet, ist, dass es kaum jemanden gibt, der nicht



lieber an das dächte, was er sagen will, als genau auf das zu antworten, was man zu ihm sagt.« Das ist wirklich nicht einfach, neigen doch alle Menschen eher dazu, über sich selbst reden zu wollen. Und dann wollen sie sich natürlich auch verstanden wissen. Zuhören wollen die wenigsten. Selbst sprechen ist viel attraktiver. Dies gilt es, den Kunden im Kosmetikstudio zu ermöglichen. Dann erfahren nicht nur Gesicht, Nacken oder Hände eine wohlige Behandlung, sondern auch die Seele.

Wie einführendes Verstehen wirkt

Am Beispiel der Kundin Elke Meinhard lässt sich verdeutlichen, was es mit der Kosmetik für die Seele auf sich hat: Frau Meinhard ruft an, um einen Termin zu vereinbaren. Schon bei diesem Gespräch wird klar, dass sie zu Hause Schwierigkeiten hat, denn drei Terminvorschläge lehnt sie ab, mit der Erklärung, dass da die Tochter, dort die Mutter und hier die Schwiegermutter ihre Zeit beanspruchen. Zum vereinbarten Termin kommt sie zehn Minuten zu spät, weil sie ihre Schwiegermutter noch zum Arzt hat fahren müssen. Sie wirkt sehr gehetzt und genervt. Dunkle Schatten liegen unter den Augen, neue Fältchen zeigen sich um den Mund. Die Haut ist gereizt und sichtbar gerötet. Beim Augenbrauenzupfen schüttet die Kundin der Kosmetikerin ihr Herz aus. Sie berichtet, wie sehr überfordert und ausgenutzt sie sich fühlt. Wie we-

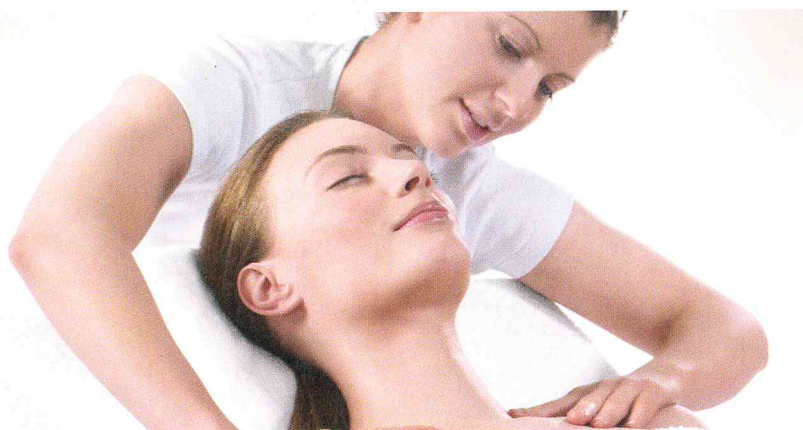


Foto: Nivea Haus

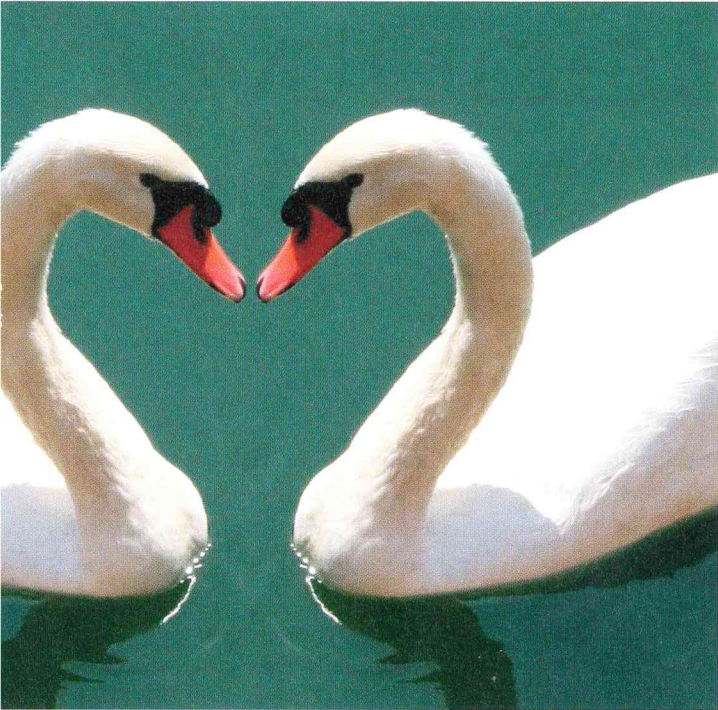


Foto: canstockphoto.com

nig wertgeschätzt und beachtet. Und auch wie wenig Dankbarkeit und Unterstützung sie erhält. Die Kosmetikerin hört ihr aufmerksam zu und lässt lediglich empathische Erwidern einfließen, auch wenn sie währenddessen kurz mal darüber sinniert, dass es ihr so manches Mal ähnlich geht. Diesen Gedanken verbannt sie aber schnell und richtet ihre ganze Aufmerksamkeit wieder auf ihre Kundin. Erwidern wie: »Das frustriert Sie sicherlich?!« und »Macht Sie das vielleicht auch traurig?!« bringt sie als fragende Aussagen. So hat die Kundin die Möglichkeit, ihre Gefühle zu überprüfen und zu bemerken, was sie wirklich fühlt. Insofern ist es nicht verwunderlich, dass Frau Meinhard schließlich resolut verneint, traurig zu sein, und sogar betont, dass sie mittlerweile wirklich wütend ist. Ganz offensichtlich hat sich Frau Meinhard das bisher gar nicht eingestanden, denn überrascht stellt sie fest, dass ihr dieses Gefühl richtig gefällt und sie sich nun plötzlich energetisiert fühlt. Die daraufhin folgende Äußerung der Kosmetikerin: »Jetzt sind Sie wahrscheinlich auch in der Lage, etwas zu verändern?!«, bejaht Frau Meinhard vehement und erklärt sogleich, dass von nun an Schluss mit lustig sei und sie andere Seiten aufziehen werde. Am Ende der Anwendungen erklärt Frau Meinhard ihrer Kosmetikerin, wie gut ihr heute die Behandlung getan hat. Wie sehr verstanden und aufgehoben sie sich fühlt und dass sie sich auf den nächsten Termin schon jetzt freut. »Das war heute mehr eine Behandlung für die Seele, als für mein Gesicht, das hat mir richtig gut getan!«, so ihre Abschiedsworte.

Sylvia Bieber ist Mentaltrainerin, Therapeutin und Autorin des Buches »Reisen ins Land der Seele« und des Chakra-Karten-Sets »Power für den Alltag«. Sie gibt Seminare, betreibt eine eigene Praxis und bildet Trainer und Coachs aus.

Kontakt: bieber@seelmann-partner.de



Isabelle Lancray

PARIS

IHRE HAUT HAT
EWIGE JUGEND VERDIENT

L'ÂGE D'OR

Die luxuriöse Pflegelinie **L'ÂGE D'OR** feiert die zeitlose Eleganz der modernen Weiblichkeit der goldenen 1920er Jahre.

Exklusive, bio-intelligente Formulierungen schenken der Haut eine sichtbare Renaissance ihrer jugendlichen Schönheit.



ERLEBEN SIE
L'ÂGE D'OR AUF DER
**BEAUTY FORUM
LEIPZIG**
28.-29. APRIL 2012
**COSMETICA
STUTTGART**
5.-6. MAI 2012

Deutschland: Dr. RIMPLER GmbH · Neue Wiesen 10
D-30900 Wedemark · Telefon: +49 (0)5130-7929-0
Internet: www.rimpler.de, www.lancray.com

Österreich: SIMA Cosmetics Alfred Sima Handelsges.mbh
Südring 239 · A-9020 Klagenfurt
Telefon: +43 (0)463-23680 · Internet: www.alfredsimas.at

Schweiz: DOBI-INTER AG · Bernstrasse West 64
CH-5034 Suhr · Telefon: +41 (0)62-855 22 85
Internet: www.dobi.ch