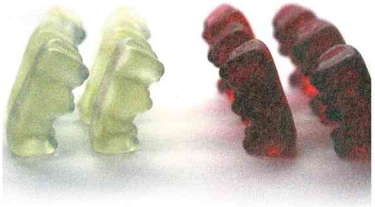
Krise oder Chance

Unzufriedene Kunden im Kosmetikinstitut

Kosmetik soll nicht nur reinigen, straffen, vitalisieren, pflegen und entspannen, sondern auch das Lebensgefühl steigern. Ein hoher Anspruch, der leicht zu Reklamationen führt, wenn die Erwartungen des Kunden nicht erfüllt werden.



SYLVIA BIEBER

In den ganzheitlich geführten Kosmetikstudios wird nicht nur Gesicht- und Körperpflege angeboten. Auch stehen Hand- und Fußpflege, Nageldesign, verschiedenste Massagen bis hin zu Workshops im Wellness-Bereich auf dem Programm. Daher ist es nicht verwunderlich, dass es immer mehr Reklamationsfelder gibt.

Nach wie vor werden am häufigsten Produktunverträglichkeiten als Gründe für Reklamationen genannt. Meist wünschen die Kunden dann eine kostenfreie Behandlung mit anderen Produkten oder den Umtausch der gekauften Ware. Im Nageldesign-Bereich wollen Kundinnen oft längere Auflagen, ohne mit diesen gut hantieren zu können. Hier ist eine Reklamation wegen eingerissener Nägel fast vorprogrammiert und der Wunsch nach neuen Nägeln nahe liegend. Bei den Massagetechniken wie z. B. Hot Stone oder ayurvedische Heißstempel-Massagen kommt es vor, dass die Auflagen zu heiß sind. Die Kunden monieren dementsprechend und möchten dafür länger massiert werden. Auch Seminarteilnehmer reklamieren und wollen gar Geld zurück verlangen, wenn z. B. die Inhalte des Seminars nicht mit den Erwartungen übereinstimmen.

Gründe für Reklamationen

Aber auch vom Kunden mitgebrachter Stress, Frust oder Ärger führt zu Reklamationen, die dann allerdings nicht gerechtfertigt sind. Der Krach mit dem Partner, der Ärger mit den Kindern oder die nicht erfolgte Gehaltserhöhung – all dies können Gründe sein, weshalb heute das Make-up unmöglich aussieht oder die Enthaarung viel zu schmerzhaft ist.

Die Kosmetikerin kann froh sein, wenn ihr Kunde sich beschwert oder sogar Forderungen stellt, denn dann hat sie Handlungsmöglichkeiten. Oft ist es ja so, dass die Kunden sich insgeheim über etwas geärgert haben und trotzdem nicht in der Lage sind, darüber mit der Person zu sprechen, die es betrifft. Allerdings erfährt der Familien- und Bekanntenkreis der Kundin ganz sicher von der Unzufriedenheit, was für das Institut in vielfacher Hinsicht Negativwerbung bedeutet.

Jede Beschwerde kann ein willkommener Anlass sein, die Beziehung zum Kunden zu verbessern. Wer einen hervorragenden Kundenservice bieten möchte, muss von der Konflikt- zur Reklamations-Kultur finden, die eine außerordentlich enge Kundenbindung nach sich zieht. Hierzu gehört die Bereitschaft, die Beschwerde nicht nur zu hören, sondern sie als ersten Schritt zur Verbesserung der eigenen Dienstleistungen zu erkennen. »Wenn es ein Geheimnis für Erfolg gibt, so ist es dies: den Standpunkt des anderen verstehen und die Dinge mit seinen Augen sehen«, sagte einst Henry Ford. Wenn die Kosmetikerin in der Lage ist, quasi durch die Brille des anderen zu sehen, dessen Gefühle und Bedürfnisse wahrzunehmen und gleichzeitig die eigenen Bedürfnisse zu kennen und zu äußern, wird es möglich, eine einfühlsame und respektvolle Verbindung herzustellen, mit der solche Konflikte zu lösen sind.

Mit Beschwerden professionell umgehen

Ein Beispiel: Schon während der Behandlung ist ersichtlich, dass die Kundin nervös ist. Ihre Füße wippen, sie schaut öfters auf die Uhr, sie schluckt sehr häufig, die Atmung ist auch während der Gesichtsmassage schnell und unregelmäßig. In ihren Erzählungen schwingt unterschwellig Aggression mit. Beim Bezahlen sagt sie: »Heute war die

Gesichtsmassage nicht so gut wie sonst, ich konnte gar nicht entspannen. Außerdem hat mir meine Nachbarin gesagt, dass die Ampulle im Institut XY viel preiswerter ist.«

Was will die Kundin wirklich ausdrücken? Welches Bedürfnis hat sie? Welche Gefühle stehen im Vordergrund? Wie fühlt sich die Kosmetikerin? Wie könnte ein einfühlsames Gespräch diese Kundin (und auch die Kosmetikerin) zufrieden stellen? Nach Marshall B. Rosenberg sind hierbei vier Schritte notwendig:

Beobachten ohne zu bewerten: Die Gesichtsmassage hat Ihnen heute nicht so gut gefallen wie sonst. Ich habe bemerkt, dass Sie öfters mit den Füßen gewippt haben und auch Ihre Atmung war nicht so ruhig, wie ich es von Ihnen kenne. Obendrein ging Ihnen durch den Kopf, dass die Ampulle anderweitig günstiger ist.

Gefühle wahrnehmen und äußern: Das hört sich für mich so an, als wären Sie jetzt sehr enttäuscht und auch empört, stimmt's? Das berührt mich.

Verantwortung für die Gefühle übernehmen und Bedürfnisse äußern: Weil es mir sehr wichtig ist, dass meine Kunden zufrieden sind und dass das Preis-Leistungsverhältnis für Sie und für mich stimmt...

Bitte äußern: Deshalb bitte ich Sie, mir zu sagen, was Sie von mir erwarten.

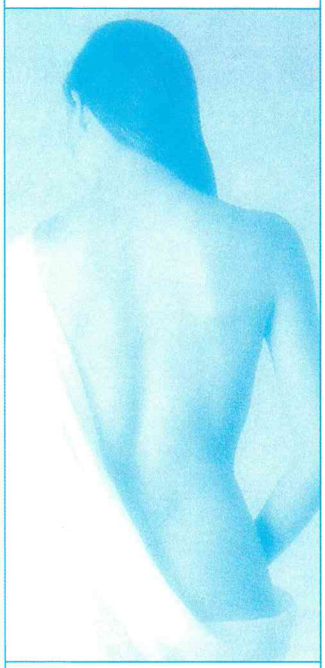
Da die Kundin sich in Ihren Gefühlen verstanden fühlt und nun auch die Bedürfnisse der Kosmetikerin kennt, hat sie die Möglichkeit, all das zu äußern, was Sie wirklich will. Oft hört man dann Sätze wie: »Ich hatte, kurz bevor ich kam, Streit mit meiner Tochter. Da er mir die ganze Zeit nicht aus dem Kopf ging, konnte ich vielleicht nicht richtig entspannen. Ich fühle mich ja sonst immer sehr wohl bei Ihnen.«

Nun kann es aber auch sein, dass die Äußerung der Kundin die Kosmetikerin so verärgert hat, dass sie Probleme hat, diese Empfindungen wieder loszuwerden. Doch diese Stimmung muss abgebaut werden, denn die nächste Kundin kommt in fünf Minuten. Gut geeignet ist dafür eine Atemübung, die mit einer mentalen Vorstellungsübung verbunden ist: Einfach eine bequeme Sitzhaltung einnehmen, die Augen schließen und sich vorstellen, dass man an einem kleinen Bächlein sitzt. Die Sonne scheint, dass Wasser plätschert und die Luft riecht nach Natur. Dann tief diese Stimmung in den Bauch einatmen, so dass die Bauchdecke sich wölbt. Beim Ausatmen bewusst allen Ärger in den Bach ausatmen. Zwei bis drei Minuten nun im Wechsel gute Stimmung einatmen – Ärger ausatmen. Dann ist alles wieder im Lot. Eine einfühlsame und gewaltfreie Kommunikation zum Stress- und Ärgerabbau sind nicht nur im Umgang mit Kunden hilfreich. Beides erleichtert das menschliche Miteinander enorm.

Sylvia Bieber ist als Dipl. Mentaltrainerin, zertifizierte Energietherapeutin, Synergetik-Therapeutin und Coach seit 1994 tätig. Mit ihrem Mann leitet sie das Ausbildungsinstitut »Joachim Seelmann Trainings. Als freie Journalistin schreibt sie zudem für Fachmagazine und hält auf Kongressen Vorträge und Referate.

Info: Tel. 06021-921638, info@seelmann-partner.de

GANZHEITS-
KOSMETIK
SANFTER
NATUR



Gelée Royale
APISERUM

biosbee

revita

Kennziffer A03

Probenanforderung und Bestellung:

APISERUM
REVITA
DR. NOBIS

Mayerhofen 2
D-83410 Laufen
Tel. +49(0)8682 468
Fax +49(0)8682 7652
www.revitaapiserum.com
e-mail: RevitaApiserum@t-online.de