

## **Der WOW-Effekt: So begeistern Sie als Kosmetikerin Ihre Kunden**

*Dies ist ein Expertentipp der Reihe „Prüfungswissen HWK/IHK“. Darin behandelt werden immer Themen, die bei einer möglichen Prüfung zum Fachwirt/zur Fachwirtin für Kosmetik (HWK/IHK) oder zum/zur Kosmetikmeister/-in (HWK) abgefragt werden könnten. Diese Expertentipps sind somit ein weiterer Service für unsere Absolventen über ihre Weiterbildung bei uns hinaus, um sie optimal auf ein möglicherweise zusätzlich angestrebtes Zertifikat einer HWK/IHK und die damit verbundene Prüfung vorzubereiten.*

Kunden gut behandeln, deren Erwartungen erfüllen: Toll? Nein, ich würde sagen eher Standard. Aber Kunden verblüffen, begeistern, dazu braucht es etwas mehr als guten Standard. Denn, wie der Name Standard schon sagt, handelt es sich hier um das „Übliche“, eigentlich um das Minimum dessen, was möglich ist.

Wann also haben Sie das letzte Mal bei Ihren Kunden ein richtiges WOW erlebt? Sie erinnern sich? Super! Da hatten Sie sich doch sicher mehr als nur das „Übliche“ einfallen lassen. Diese WOW-Effekte werden künftig als Gradmesser für Qualität und Preisleitungsverhältnis zunehmend immer mehr von Bedeutung sein.

Letztlich geht es wie immer, um das Abheben von der Masse der Mitbewerber. Sicher, es wird wohl immer schwieriger werden, eigene Dienstleistungen heraus zu stellen. Die exzellente Durchführung von Dienstleistungen ist selbstverständlich. Und die Angebote sind, so ausgeklügelt manche Konzepte auch sein mögen, letztlich fast überall gleich. Es geht also um einen „Mehrwert“ für die Kunden, um das „Sahnehäubchen“ oben drauf. Es geht um den WOW-Effekt.

### **Kunden begeistern sollte das i-Tüpfelchen sein**

Dabei geht es um die „erlebbare“ Qualität. Die Erlebnisqualität der Behandlungen wird zunehmend Gradmesser für den Pro-Kopf-Umsatz sowie ein Faktor für Kundenbindung und Wiederholungsbuchung sein. Denn Empfehlungsverhalten beruht so gut wie ausschließlich auf Erfahrungen mit der Erlebnisqualität.

Aber Achtung: Kundenerwartungen dürfen nicht nur erfüllt, sie müssen übertroffen werden. Erst dann entsteht ein WOW Effekt.

Im Gegensatz zu den Alleinstellungsmerkmalen, den Unique Selling Propositions (USP), spricht man hier von Unique Selling Emotions. Dabei geht es um „Quality of Touch“. Ambiente des Institutes, Pre- und Post-Treatment Service sind mindestens genauso wichtig wie die Behandlungstechnik als solche. Es geht um die Annäherung an und die Interaktion mit den Kunden. Es handelt sich um den gesamten Service-Kreislauf. Es geht um die Service-Phasen vor, während und nach der Behandlung.

Phase 1: Ankommen und Start. Folgende Fragen stellen sich:

- Wird der erste Eindruck bewusst gestaltet
- Wie werden Kunden aus dem Wartbereich abgeholt
- Sind Ansprache, Körpersprache und Händedruck angemessen
- Wie ist der Kundenempfang gestaltet, kann der Kunde sich als wahrgenommen fühlen
- Erfolgt Einweisung in den Wartebereich
- Wird eine Erfrischung angeboten
- Kommt der/die Behandler/-in pünktlich
- Sind die Kundenwünsche bekannt, wann und wie werden diese besprochen (emotionale Augenhöhe)
- Gibt es einheitliche Standards bezüglich Intimschutz, Eindecktechnik und Lagerung
- Werden Punkte wie Wärme, Musik und Lautstärke abgeklärt
- Wie erfolgt der Behandlungseinstieg
- Gibt es besondere „Signature Erlebnisse“ (Dehnübungen, Atemübungen, Duftreise)

Phase 2: Die Behandlung:

- Wird der Kunde durch Behandlung und Entspannung geleitet
- Gibt es unnötige Geräusche (hantieren mit Gefäßen, Öffnen und Schließen von Produktbehältnissen)
- Besteht während der Behandlung weitestgehend Hautkontakt
- Werden Kundenbedürfnisse (Wärme, Lagerung) während der Behandlung nochmals abgefragt
- Werden Standards zu Arbeitsästhetik und Hygiene eingehalten
- Wie wird der Kunde in „Hier und Jetzt“ zurückgeholt? Gibt es besondere Signature Erlebnisse (z. B. Klangschalen)

Phase 3: Die Verabschiedung:

- Wie wird der Gast aus dem Behandlungsraum geleitet?
- Wird der Gastwunsch beim Abschlussgespräch aufgegriffen?
- Gibt es After-Treatment-Service? (Getränk, Empfehlungskarte)

### **Qualitätsmanagement ist wichtig**

Einmal geprüft, alles paletti? Nein, keineswegs! Im Rahmen des Qualitätsmanagements müssen Serviceleistungen immer wieder definiert und in der Durchführung kontrolliert werden. Ziel ist das einheitliche Qualitäts- und Serviceniveaus aller Behandler. Selbstreflexion der eigenen Stärken ist dabei ebenso erforderlich, wie die Entwicklung von Mehrwertfaktoren in Dienstleistung und Beratungsqualität. Ein „Drehbuch“ für Pre- und Post-Behandlungsablauf ist dafür eine gute Basis.

Das Schöne an der Sache ist, dass die Beschäftigung mit all diesen Dingen für das Team ein großartiger Prozess und für das Institut Erfolgsfaktor ist.

### **Sie und Ihre Angebote müssen sich ständig verändern**

Das, was heute die sogenannte „Extrameile“ ist, ist morgen schon Standard. Da Kunden Menschen sind, gilt für sie das, was für uns alle gilt. Eine Gewöhnung an die schönen Serviceleistungen geschieht sehr schnell und schnell hält der Kunde sie für

selbstverständlich. Deshalb gilt: Nicht stehen bleiben, immer im Prozess bleiben und neue Serviceideen generieren.

Auch müssen die Dinge immer wieder auf den Prüfstand gestellt werden. Denn was heute „in“ ist und gut ankommt, kann morgen schon nicht mehr zeitgemäß sein.

Ich bin mir sicher, Sie werden von diesem Expertentipp profitieren – egal, ob als selbstständige, angestellte oder angehende Kosmetikerin.

*Für den Fall, dass Sie später vielleicht zusätzlich zu unseren Abschlüssen vielleicht noch den Abschluss einer HWK/IHK erwerben möchten, sollten Sie sich diesen Expertentipp abspeichern. Dieser Inhalt könnte bei einer Prüfung der HWK/IHK abgefragt werden.*

Alle Expertentipps der Reihe „Prüfungswissen HWK/IHK“ finden Sie jederzeit unter:  
<https://elite-fernakademie.de/pruefungswissen>

Herzliche Grüße

Waltraud Böhme

**Unser Seminarangebot finden Sie unter**

<https://elite-fernakademie.de/seminare/>

**Und so erreichen Sie uns**

Telefon 08165 62441

Fax 08165 970 018

[w.boehme@elite-fernakademie.de](mailto:w.boehme@elite-fernakademie.de)

[www.elite-fernakademie.de](http://www.elite-fernakademie.de)