

von Petra Welz

Shiatsu als Dienstleistung

was macht guten Service aus und welche Wirkung können Sie dadurch erzielen?

Es gibt Dienstleistungen, die wechselt man nicht gerne, weil man zufrieden ist und Vertrauen zu den AnbieterInnen gefasst hat. Dazu gehört sicherlich auch Shiatsu. Wer sich einmal in Ihre Hände begeben hat und nach einer Shiatsu-Behandlung oder einem Seminar eine Veränderung spürt, bleibt Shiatsu und damit Ihnen lange Zeit treu.

Dienstleistung – meine Definition

„Eine Dienstleistung ist als ein immaterielles Gut anzusehen, in dessen Mittelpunkt eine Leistung steht, welche von einer natürlichen oder juristischen Person zur Bedarfsdeckung erbracht wird.“

(<http://www.juraforum.de/lexikon/dienstleistungen>)

Bei Shiatsu und vielen Gesundheitsberufen geht es um eine „personenbezogene Dienstleistung“. Das bedeutet: Diese Dienstleistung wird an einer Person oder mit einer Person durchgeführt und kann nur mit KundInnenbeteiligung zustande kommen. Ohne Kundenschaft gibt es also keine Möglichkeit, Ihre Dienstleistung „Shiatsu“ auszuüben.

Das führt zu den Fragen:

Was macht also eine gute Dienstleistung aus?

Warum sollen die Menschen sich genau von Ihnen mit Shiatsu behandeln lassen bzw. Ihre Kurse besuchen?

Ihre Qualität, Shiatsu anzuwenden und zu vermitteln, spricht für sich. Der Standort, Ihre Räumlichkeiten, Ihre Ausstattung, die Gruppengröße sind weitere Faktoren, die eine zentrale Ausstrahlung in Richtung Ihrer Ziel-

gruppe haben. Darüber hinaus ist das, was Sie Ihrer Kundschaft an Service bieten, entscheidend für eine Weiterempfehlung.

„Der Service war ausgezeichnet und hat mich überzeugt!“

Ein kleines persönliches Beispiel: Nach vielen Jahrzehnten stand ein Zahnarztwechsel bei mir an. Ich war auf der Suche nach einer Ärztin meines Vertrauens, da dieser Besuch für mich am stärksten mit Ängsten verbunden ist. Natürlich habe ich im FreundInnenkreis herum gefragt, wer wo gute Erfahrungen gemacht hat. Der Anruf bei einer empfohlenen Ärztin hat für mich den Ausschlag gegeben: Es war die direkte, sehr freundliche als auch klare Art und Weise, wie die Mitarbeiterin am Empfang auf mich und meine Bedürfnisse eingegangen ist.

Der Besuch vor Ort unterstrich diesen ersten Eindruck durch einen einfühlsamen und geduldigen Umgang sowohl von Seiten der Mitarbeiterin als auch der Ärztin. Dieses Erlebnis hat mich nachhaltig beeindruckt: Es ist genau das, was zufriedene Kunden ausdrücken, wenn sie eine Praxis oder einen Kurs verlassen.

Der Service ist also in erster Linie eine unentgeltliche Leistung an der Kundschaft, die durch bestimmtes Verhalten den Zufriedenheitsgrad des Kunden/der Kundin mit der Dienstleistung und dem Unternehmen erhöht. Service ist ein Mehrwert und ist nicht mit der Dienstleistung gleichzusetzen, dessen Preis den Umsatz bestimmt, sollte diese aber ergänzen.



Die Service-Formel

Auf eine einfache Formel gebracht, bedeutet guter Service die Summe aus Erreichbarkeit + Freundlichkeit + Kompetenz + schnelle Reaktion + Zuverlässigkeit

A) Erreichbarkeit sicherstellen

Mit den heutigen technischen Möglichkeiten stehen Ihnen viele Wege offen, Ihre Erreichbarkeit sicherzustellen. Wenn jemand bei Ihnen einen Shiatsu-Kurs oder eine Shiatsu-Behandlung buchen möchte, sollte eine einfache sowie schnelle Kontaktaufnahme möglich sein. Richten Sie z.B. ein Kontaktformular auf Ihrer Homepage ein, bieten Sie Anmeldeöglichkeiten oder Ihre Terminvergabe über ein speziell eingerichtetes Portal an. Ansonsten teilen Sie auf Ihrem Anrufbeantworter genau mit, wann und wie Sie erreichbar sind.

Nutzen Sie Social-Media-Kanäle, dann achten Sie auch dort regelmäßig auf Nachrichten, die beantwortet werden wollen. Je klarer Ihre Kundschaft weiß, wie Sie zu erreichen sind, desto eher bleibt sie auch bei Ihnen. Möchte sich eine KundIn beschweren, Ihnen etwas mitteilen oder Fragen stellen, dann führt eine zeitaufwendige Kontaktrecherche zur Enttäuschung bzw. potenziert Ärger, den Sie dann verschärft abbekommen.

Tipp: Für Kontaktformulare oder andere schriftliche Kontaktaufnahme über das Internet, gestalten Sie sich einen Textbaustein als Eingangsbestätigung. Damit zeigen Sie deutlich, Sie haben die Nachricht erhalten. So ist Ihre KundIn sicher, dass die Anfrage bei Ihnen eingetroffen ist.

B) Freundlichkeit ausstrahlen

Freundlichkeit im persönlichen Kontakt auszustrahlen, fällt Ihnen wahrscheinlich leicht. Achten Sie auch auf

freundliche und höfliche Formulierungen auf Ihrer Homepage ebenso wie bei jedem anderen Text. Ein Lächeln im Gesicht, wenn Sie telefonieren oder Ihren Anrufbeantworter besprechen, hört Ihre KundIn durch die Leitung!

Gerade weil sich Fragen und Themen für Sie wahrscheinlich häufig wiederholen, bleiben Sie souverän. Geben Sie Ihrer Kundschaft das Gefühl, dass keine Frage für Sie überflüssig oder falsch ist. Im Gespräch ist Humor oft eine schöne Brücke, die Sie menschlich und sympathisch macht. Und gemeinsames Lachen erfreut alle Menschen, auch während einer Shiatsu-Behandlung.

C) Kompetenz vermitteln

Zeigen Sie was Sie können! Shiatsu ist sehr individuell, da die Berührung durch Ihre Hände und Ihren Körper fließt. Ihre KlientInnen und SchülerInnen probieren wahrscheinlich verschiedene Angebote Ihrer KollegInnen aus. Die letzte Entscheidung fällt allerdings mit der Shiatsu-PraktikerIn: für die Art und Weise des Behandeln oder Unterrichtens, für eine sympathische Erscheinung und angenehme Stimme, für das Einfühlungsvermögen in den Menschen, der zu Ihnen kommt.

D) Schnelle Reaktion zeigen

Als Reaktionszeit sollten Sie bei schriftlichen Anfragen und im Email-Schriftverkehr nicht mehr als 24 Stunden verstreichen lassen. Das gilt auch für die Möglichkeit einer ersten Kennenlernstunde. Je schneller Sie einen Termin anbieten können, desto höher wird die KundInnenzufriedenheit ausfallen. Und wenn Sie nicht sofort einen freien Platz anbieten können, informieren Sie Ihre KundIn, wann sie damit rechnen kann.

E) Zuverlässigkeit zeigen

In unserer deutschen Kultur zählt Pünktlichkeit zu einer der wesentlichen Werte. Sie haben sich sicherlich auch schon mal geärgert, wenn Sie sich beeilen, um pünktlich zu sein und warten dann auf die Person, mit der Sie verabredet waren. Stellen Sie sicher, dass Ihre KlientIn bzw. Ihre KursteilnehmerInnen „versorgt“ sind: dass der Zugang zu den Räumen möglich ist, gerade wenn Sie noch eine vorherige Behandlung in Ruhe beenden möchten. Organisieren Sie eine Stellvertretung für den Fall, dass Sie persönlich sich verspäten oder nicht selbst behandeln/unterrichten können.

Wenn Kurse oder Termine häufig ausfallen, bleiben Ihre KundInnen weg. Vertretung ist wahrscheinlich in einer Shiatsuschule mit mehreren LehrerInnen leichter zu realisieren, doch auch die Shiatsu-PraktikerIn als EinzelunternehmerIn sollte Verbindlichkeit herstellen. Das gilt genauso für die rechtzeitige Absage von Terminen oder Angeboten. Teilen Sie Ihren InteressentInnen genau den Termin mit, bis wann noch Anmeldungen angenommen werden und informieren Sie umgehend, sollten nicht genügend TeilnehmerInnen zusammen gekommen sein. Wenn Sie Zusagen nicht einhalten, leidet Ihre Glaubwürdigkeit und der Ruf Ihres Shiatsu-Unternehmens. Kommunizieren Sie ehrlich und transparent, warum etwas nicht geklappt hat.

Denn eines ist sicher: Schlechter Service spricht sich schnell rum. Ihre KlientInnen und SchülerInnen sind Multiplikator sowohl im positiven wie im negativen Sinn. Ein gutes Beschwerdemanagement gehört zum Service dazu.

Ein guter Service zeichnet sich bereits dadurch aus, dass Sie die Erwartungen Ihrer KundInnen erfüllt haben. Sie können das noch steigern, wenn Sie Ihre Kundschaft positiv überraschen mit etwas, was Sie nicht erwartet oder vorausgesetzt haben.

- Führen sie von Zeit zu Zeit eine kurze Befragung zur KundInnenzufriedenheit durch. Das zeigt Ihnen, an welchen Stellschrauben Sie noch etwas optimieren können und führt zur Qualitätssicherung.
- Bieten Sie ein sogenanntes Schankerl und benennen das auch: „Ich schenke Ihnen heute eine kleine Übung für zu Hause ganz speziell abgestimmt auf Ihre Situation.“ Oder erfüllen Sie gelegentlich Extrawünsche Ihrer SchülerInnen, ob das eine Meditation ist, ein Mantra oder eine Stunde mit Übungen, die zu Lieblingsübungen geworden sind. Bedanken Sie sich mit einer Extra-Viertelstunde bei einer KlientIn, die viel Werbung für Sie gemacht hat und dadurch neue Kundschaft zu Ihnen gebracht hat. Bei den vielen Gelegenheiten sind Ihrer eigenen Kreativität

keine Grenzen gesetzt. Es zählt letzten Endes die Anerkennung.

- Merken Sie sich besondere Ereignisse und Anlässe wie Geburtstage oder Hochzeiten Ihrer KlientInnen und SchülerInnen und schicken einen handgeschriebenen Brief, die Shiatsu - Wortspielpostkarte Ihres Verbandes oder einen digitalen Gruß mit persönlich ausgewähltem Foto. Manchmal reicht es auch, wenn Sie beim nächsten Kontakt darauf zu sprechen kommen und Ihr Interesse zeigen.
- Erfreuen Sie mit kleinen Geschenken oder etwas, das Sie mitgeben möchten sogenannte Give-Aways – Energietee mit Ihrem Logo, Schlüsselanhänger mit einer lustigen Aufschrift wie: „Türöffner Shiatsu“ oder dem Holzkreisel des Verbandes „Shiatsu bewegt“.

Was Sie gewinnen:

Service kostet Ihre Zeit und manchmal auch Ihr Geld, kann allerdings einen entscheidenden positiven und nachhaltigen Einfluss auf Ihren Erfolg haben.

Denn eine hervorragende Servicequalität bewirkt:

Kundenzufriedenheit: Zufriedene KlientInnen und SchülerInnen sind Ihnen gegenüber loyal und werden zu Ihren MarkenbotschafterInnen.

Kundengewinnung: Zufriedene KlientInnen und SchülerInnen sprechen über Ihre Shiatsu-Angebote in Ihrem Freundes- und Bekanntenkreis und machen Werbung für Sie. Nach wie vor ist die Mund-zu-Mund-Empfehlung eine der wichtigsten Formen der Werbung.

Kundenbindung: Zufriedene KlientInnen und SchülerInnen sind treu. Sie erinnern sich gerne daran, wie Sie sie mit Shiatsu unterstützt haben, und werden zu WiederholungsnutzerInnen. Dadurch bleiben Sie häufig kontinuierlich über Jahre bei Ihnen in Behandlung oder in Ihren Kursen. So wächst Ihr KundInnenstamm und garantiert Ihnen regelmäßige Umsätze.

Sie wissen nun, wie Sie Ihre Servicequalität sicherstellen können. Denken Sie daran: KundInnen sind immer Menschen und Qualität spricht für sich!

Finden Sie ein gelungenes Maß für sich zwischen Geben und Nehmen.

Petra Welz – Geld & Rosen Düsseldorf
Unternehmensberatung – Coaching – Supervision – Moderation

Diplom Sozialpädagogin, Heilpraktikerin (Psychotherapie), Supervisorin und Coach. Als Referentin unterrichtet sie seit 1994 in der Erwachsenenbildung und ist als Unternehmensberaterin für Gesundheits- und Sozialberufe seit 2007 aktiv, Autorin zahlreicher Artikel in Fachzeitschriften.

www.geldundrosen.petrawelz.de

www.xing.com/profile/Petra_Welz4

www.facebook.com/PetraWelz.geldundrosen