



Terminplanung

# Verspätet? Vergessen?

**Ärgern Sie sich manchmal auch über Kundinnen, die ständig zu spät zu den vereinbarten Terminen kommen? Oder einfach nicht erscheinen, ohne abzusagen? Folgende Tipps versprechen Abhilfe**

**D**iese Spielchen kennen sicher viele von Ihnen aus eigener Erfahrung: Gewisse Kundinnen kommen immer zu spät zum vereinbarten Termin und bringen damit Ihren Zeitplan völlig durcheinander. Dadurch wird der Rest des Tages zu einem Rennen gegen die Zeit, da die nächsten Kundinnen bereits warten. Manche erscheinen überhaupt nicht und machen sich auch nicht die Mühe, wenig-

stens kurz vorher abzusagen. So entsteht ein freier Terminblock, der oft mit frustrierendem Warten und unnötigem Leerlauf vergeudet wird, da die Kundin ja vielleicht in Kürze doch noch kommen könnte. Eine andere Unsitte sind SMS von Kundinnen, die am späten Abend oder sonntags eintreffen, um Termine zu vereinbaren, zu verschieben oder gar zu stornieren. Das ist zwar weniger schlimm, als überhaupt nicht informiert zu werden, zeugt aber von Respektlosigkeit gegenüber Ihren Geschäftszeiten und Ihrem Privatleben. Sie glauben, dass solche Verhaltensweisen ausschließlich vom Charakter der jeweiligen Kundin abhängen? Irrtum! Eine effektive Terminplanung sowie der Umgang mit Terminabsagen hängen zum großen Teil von Ihnen selbst und ihrer Organisation im Studio ab.

Vereinbarte Termine einzuhalten ist eine beidseitige Pflicht. Wenn Ihre Kundinnen die Erfahrung machen, dass sie in Ihrem Studio ohnehin erst mindestens eine Viertelstunde warten müssen, bis sie endlich drankommen, werden sie dadurch nicht zur Pünktlichkeit ermutigt. Versuchen Sie die Behandlungen stets termingenaue zu beginnen, um mit gutem Beispiel voranzugehen. Planen Sie Pufferzeiten zwischen den Terminen ein, um kleine Verspätungen auffangen zu können. Für ein effizientes Arbeiten, sollten diese Puffer jedoch so kurz wie möglich sein.

## Bewusst kommunizieren

Ein entsprechendes Verhalten ist Teil einer geschickten Kommunikationsstrategie, mit der Sie Ihre Kundinnen zur Pünktlichkeit erziehen können. Eine Kommunika-

Foto: Light Impression/Fotolia.de

tion mit der Kundin findet laufend statt, entweder verbal oder nonverbal. Wir reden miteinander oder wirken unbewusst durch unsere Körpersprache mittels entsprechender Gestik und Mimik sowie Haltung oder Gangart auf unser Gegenüber. Es ist wichtig, zu realisieren, dass Kommunikation immer auf mehreren Ebenen stattfindet. Daher ist sie auch störanfällig und kann zu Missverständnissen führen. Primär unterscheidet man zwei Ebenen der Kommunikation:

### 1. Die Sachebene

Das ist die Ebene der Zahlen, Daten und Fakten zur Übermittlung eines bestimmten Sachverhalts, sprich die reine Information einer Nachricht. Diese sollte so klar und verständlich wie möglich vermittelt werden.

### 2. Die Beziehungsebene

Wichtiger als das „Was“ auf der Sachebene ist das „Wie“ auf der Beziehungsebene, denn Tonfall und Körpersprache drücken die damit verbundenen Gefühle aus. Es offenbart sich, wie man zu seinem Gegenüber steht und was man von ihm hält, ob man ihm mit Respekt, Wohlwollen und Wertschätzung begegnet oder nicht.

Bei einer differenzierteren Betrachtung lässt sich das Kommunikationsmodell um zwei weitere Ebenen ergänzen:

### 3. Die Selbstoffenbarungsebene

Bewusst oder unbewusst vermittelt der Sprecher immer auch etwas über sich selbst, über seine Werte, Ansichten, Motive und sein Selbstverständnis.

### 4. Die Apellebene

Wer sich äußert, will meist auch etwas bewirken und sein Gegenüber dazu bringen, etwas zu tun oder zu unterlassen. Das kann ganz offen als Bitte oder verdeckt als Manipulation geschehen.

Die Herausforderung besteht darin, Ihr Anliegen – pünktlich zu sein – möglichst auf allen Ebenen zu kommunizieren.

## Respekt erlangen

Ein erster Schritt in diese Richtung ist, eine Beziehungsebene zu Ihren Kundinnen aufzubauen, die von gegenseitiger Wertschätzung und Respekt geprägt ist. Folgende Aspekte sind wichtig, damit Sie als Dienstleisterin von Ihrer Kundschaft respektiert werden:

### Kompetenz

Die Qualität Ihrer Dienstleistung muss stimmen. Sie müssen das für Ihren Beruf notwendige Fachwissen und technische Können so gut beherrschen, dass Ihre

Kunden in kein anderes Studio gehen wollen – auch wenn dort das Angebot vielleicht ein paar Euro günstiger ist.

### Zuverlässigkeit

Sie müssen stets aufs Neue beweisen, dass Sie die Fähigkeit haben, den versprochenen Service verlässlich und präzise auszuführen. Ihre Kundinnen werden Sie respektieren, weil sie sich auf Sie verlassen können.

### Entgegenkommen

Zu einer guten Geschäftsbeziehung gehört auch die Bereitschaft, den Kunden zu helfen und sie prompt und zuverlässig zu bedienen. Entgegenkommen schafft Vertrauen.

## Ziele setzen

Sie müssen sich selbst im Klaren darüber sein, was Sie tun und sich entsprechend verhalten. Führen Sie ein Unternehmen oder betreiben Sie ein Hobby? Als Geschäftsfrau sollten Sie Verkaufsziele festlegen. Dabei stehen quantitative Ziele wie Umsatz und Gewinn im Vordergrund. Weitere Verkaufsziele sind beispielsweise auch die Anzahl an Kundenkontakten pro Tag. Ziele sind da, um sie umzusetzen. Und das erreichen Sie mit der richtigen Organisation:

- im Hinblick auf die Realisierung des Umsatzzieles sollte die Agenda übersichtlich und organisiert geführt werden
- Spontankunden sollten nach Möglichkeit integriert werden, aber für angemeldete Kunden dürfen keine Wartezeiten entstehen
- für Neukunden muss mehr Zeit eingeplant werden, um diese intensiver zu beraten
- die Kundenkartei sollte stets aktuell sein und Telefonnummern, Handynummern und E-Mailadressen der Kunden beinhalten, um bei Terminänderungen oder Verspätungen mit ihnen kommunizieren zu können
- Kundinnen, die warten, müssen möglichst genau über die Länge der Wartezeit informiert werden

## Ziele durchsetzen

Kommt eine Kundin trotz all dieser Vorkehrungen dennoch zu spät – es gibt keine Regel ohne Ausnahme – sollten Sie entgegenkommend reagieren. Machen Sie ihr klar, dass nur die verbleibende Zeit bis zum vereinbarten Terminende zur Verfügung steht und Sie aus Rücksicht auf die folgenden Kundinnen nicht überziehen können. Erledigen Sie dann nur die dringlichste Arbeit, z.B. eine Reparatur. Die Kundin wird

es Ihnen danken. Vereinbaren Sie im Anschluss einen zeitnahen neuen Termin.

Bei (mehrmaligem) Nichterscheinen sollten Sie die Bezahlung des nicht wahrgenommenen Termins bei Ihrer Kundin einfordern. Entsprechende Regelungen müssen Sie zuvor in Ihren Geschäftsbedingungen darlegen und ihre Kundschaft darüber informieren. Allerdings ist es in solchen Fällen zwecklos, eine Rechnung auf dem Postweg zuzustellen, da diese meistens ignoriert und nicht bezahlt wird. Besser ist es, beim nächsten vereinbarten Stu-



**Kommunizieren Sie bei der Terminvergabe wie wichtig Pünktlichkeit ist**

dietermin den fälligen Betrag für den nichteingehaltenen Termin per Vorauskasse vor Behandlungsbeginn einzufordern oder diese Kundin auf die „rote“ Liste zu setzen und sie nicht mehr anzunehmen.

Es liegt größtenteils an Ihnen selbst, Pünktlichkeit zu kommunizieren und sich durch Ihr Verhalten und Auftreten den nötigen Respekt zu verschaffen – doch alles hat seine Grenzen. Es wird immer „schwer erziehbare“ Kundinnen geben, die sich nicht ändern lassen. Statt sich in solchen Fällen ständig zu ärgern, sollten Sie lieber Platz für eine neue Kundin machen, die Ihren Service zu schätzen weiß.



**Marlise Kölliker** ist Inhaberin von „Nail International by Marlise K“ und leitet den Schweizer Generalvertrieb der Firma Nail Selection. Als Mitbegründerin des Q-Label setzt Sie sich für die Einführung einer eidgenössisch anerkannten Berufsprüfung ein.