



Servicewüste Wellnesshotels

Ernst Cramer

Wer ist Ernst Cramerer

- Aufgewachsen in St. Moritz
- Kaufmännische Lehre
- Arbeitsunfall – Massage/Kosmetik
- Hausbesuche
- Kleines Studio
- Schönheitshaus
- Schönheitsfarm
- Cramerer-Naturkosmetik-Produkte
- Schulungen und Ausbildungen
- Trendsetter (Doggy-Wellness, Baby-Wellness, u.v.m.)
- Seminare
- Buchautor (53 Bücher bis jetzt)
- Coaching/Beratung/Hoteltesting

1.) Erster Kontakt mit dem Geschäft

- Telefon
- E-Mail
- Vor Ort

2.) Die Terminierung

- Geht nicht, keine Termine frei
- Niemand da

3.) Die lieben Öffnungszeiten

- Morgens nicht zu früh
- Abends nicht zu lange
- 7 Tage Woche
- Servicegedanken höher schreiben

4.) Die Geschäftslage

- Es ist egal wo du bist
- Wenn du Top bist kommen die Leute

5.) Der Empfang

- Grundanstandsformen
- Wer bezahlt den Lohn
- Herzlichkeit
- Bewirtung
- Wartezeiten

6.) Die Einstellung des Chefs und Teams

- Polei oder Nelei
- Einstellung und Erfolg gehören zusammen
- Gesprächsführung

7.) Die Ausstattung

- Vor der Ausstattung sollte die Persönlichkeit und die Soft Skills stehen
- Oberstes Prinzip: Investition in sich selbst und das Team

8.) Die Chance der Wartebereich

- Rumpelkammer
- Aufklärung und Infos
- Bildschirm



9.) Die Beratung das A und O

- Nicht einfach nur loslegen
- Was will der Kunde genau und wieso
- Aufklärung
- Fehlbehandlungen erzeugen Frust
- Erfolgsformel $Z+P+T+K$

10.) Die Kunden-Bewirtung

- Vor und nach der Behandlung
- Was gesundes bitte

11.) Die lieben Zigaretten

- Vor, während und nach der Behandlung nicht rauchen
- Bonbons
- Finger bürsten

12.) Der Verkauf

- Ohne Verkaufstechniken arbeiten
- Aufklärung und gemeinsame Zielvereinbarung
- Ziel: Langfristige Kunden

13.) Welche Produkte sind sinnvoll

- Keine Produkte die es überall gibt
- Widerspruch (Nachtcreme)
- Produkte auch selbst verwenden
- Welches Preissegment
- White Labeling die Lösung

14.) Das Depot-Chaos - viel zu viele Produkte

- Keine 1.000end Depots
- Chaos für das Team
- Weniger ist mehr

15.) Die Musik

- Keine Radiomusik
- Entspannungsmusik
- Kundenwünsche

16.) Die Duftküche

- Raumdüfte
- Körperdüfte

17.) Die Behandlung

- Ganzheitliche Behandlung
- Kalte Füße, wo bleibt die Entspannung
- Verspannter Nacken, na und

18.) Zudecken

- Selbstverständlichkeit
- Kunstfaserdecken
- Flauschige Tücher
- Breit und lang genug

19.) Ruhe zur Erholung und Entspannung

- Türglocken
- Telefon
- Handy
- Kinder
- Laute Kunden und Behandler

20.) Zelebrieren heißt die große Devise

- Begeisterung
- 100% + 10% + Herzblut



21.) Die üblen Opferstorys

- Kunden
- Mitarbeiter



22.) Wo ist der Kunde König

- Ignoranz
- Überheblichkeit
- Problemhaufen
- Kunde das Zentrum

23.) Viel zu wenig Informationen

- Kunden Aufklärung
- Broschüren
- Hilfe für ein besseres und schöneres Leben



24.) Was machen die lieben Mitbewerber

- Marktanalyse
- USP
- Behandlung vor Ort
- Erfolgreiche modellieren

25.) Wo bleibt die Höflichkeit

- Kunde notwendiges Übel
- Danke, Bitte, Alles Liebe und Gute
- Null Toleranz

26.) Spezialisierung ist gefragter denn je

- Tun Sie Dinge die Andere nicht tun
- Gehen Sie permanent neue Wege
- Begeistern Sie Ihre Kunden immer wieder aufs Neue



27.) Servicewüste hoch zwei

- Behandlungen werden runter gerissen
- Alles ist zu viel

28.) Weiterbildung das A u.O

- Permanente Fort- und Weiterbildung
- Abheben von den Mitbewerbern
- Branchenfremde Weiterbildungen

29.) Vertrauensbasis

- Team und Kunden gegenüber
- Hohe Fachkompetenz und Menschlichkeit

30.) Welche Preispolitik wird gefahren

- In der Regel viel zu günstig
- Oft nicht kostendeckend
- Jeder Handwerker ist vernünftiger
- Alibi-Geschichten von wegen kein Geld da

31.) Wie sieht es mit den Mitarbeitern aus

- Ohne Team, 100% Risiko
- Aufgaben eines Chefs: 60% Arbeit rein holen, 20% Teamcoaching und 20% Visionierung und Positionierung

32.) Bleiben Sie bei Ihrer Natürlichkeit

- Menschlichkeit
- Herz sprechen lassen

33.) Eine großartige Zukunft wartet auf uns

- Nutzen wir sie Tag für Tag
- Egal was der Wettbewerb macht

34.) Schluss mit den vielen Missverständnissen

- Aufklärung tut Not an allen Fronten
- Werden Sie zum Partner und Vertrauensperson Ihrer Kunden

Werbeblock

- Buch „Wahrheit und Klarheit im Kosmetik- und Wellness-Institut
- Buch „Servicewüste Hotels“

www.cramershop.com Rubrik Bücher

- Newsletter www.crameri-newsletter.de
- Kostenloses Testing bei Ihnen vor Ort