

Spa & Beauty

BUYERS SUPPLIERS GUIDE

Klimahotels

Klima ist Trend

TRAINING

Tipps von Spa-Professionals

Institute & Spas:

Best Practice

Relaxzonen

Design und Ideen

Beauty Brands & Profi-Marken

Alle Produkte, alle Sortimente: Body, Men, Nature, Vegan, Anti Aging, Detox, Luxus



Beim Thema Digitalisierung von Instituten scheiden sich die Geister. Viele Betreiber betrachten die Verwendung komplett digitaler Systeme als Gängelung durch die Finanzämter. Dabei sehen sie nicht die Chancen, die die Digitalisierung für das eigene Geschäft bedeuten. Wir gehen dieser Sache auf den Grund und räumen mit Vorurteilen auf.



Sie ähneln im Prinzip der berühmten Eierlegendewollmilchsau: Von Termin- über Kassenverwaltung, bis hin zu Marketing- und Steuerberater-Tätigkeiten können digitale Studiomanagementsysteme perfekt unter die Arme greifen. Kern dieser Systeme sind drei wesentliche Dinge: Termine, Kunden und Kasse. Sie sind Voraussetzung, um vernünftige Aussagen und Analysen ziehen zu können.

Das digitale Institut – so kann es sein

Ihre Kunden buchen ihre Termine selber – und finden das großartig. Sie müssen weder selber den Termin eintragen, noch Ihre Kunden nach Namen oder Handynummer fragen, denn diese sind bereits gespeichert. Ihre Kunden werden per SMS an die Termine erinnert und es gibt kaum noch Ausfälle. Die Termine können Sie immer und überall einsehen – auch zu Hause. Steht ein Termin an, können Sie genau die letzte Behandlung des Kunden abrufen und sich entsprechend vorbereiten. Mit einem Klick sind nach Behandlungsende die Kunden abkassiert. Sie sehen sofort, welcher Kunde wie oft kommt, welcher Mitarbeiter welchen Umsatz erwirtschaftet, wie viel Zeit er dafür benötigt und ob er sich »lohnt« oder nicht. Das System hilft Ihnen dabei, Ihre Preisliste zu optimieren und Ihren Mitarbeitern aufzuzeigen, wo noch Verbesserungspotenzial ist. Ihr Monatsabschluss ist in 30 Sekunden erledigt und Ihr Steuerberater kostet viel weniger als vorher. Die Folge: Ihre Umsätze steigen und Betriebsprüfungen sind nur noch eine nette Plauderei. Abends sitzen Sie gemütlich zu Hause und schicken Ihren

Die »geheimen Unternehmensberater«



umsatzstärksten Kunden, die seit 30 Tagen nicht mehr bei Ihnen waren, eine E-Mail mit der Frage »Kommst du mal wieder vorbei?« Das Ganze dauert drei Minuten. Zukunftsmusik? Nein, die Gegenwart. Und man muss keine Angst haben – es ist wirklich einfach und Sie, Ihre Kunden, Ihre Mitarbeiter und Ihr Steuerberater profitieren davon. Für viele ist der erste Schritt oft die digitale Terminplanung und die evtl. damit verbundene Online-Buchung. Deshalb werden wir diesen Punkt im Folgenden etwas genauer betrachten.

Online-Terminbuchung: Die Zweifler

Ende der 90er-Jahre dachten alle, dass man im Internet nur Bücher und CDs kaufen können würde und für alles andere lokale Geschäfte benötigt. Außerdem, so die damalige Auffassung, würde eine Internetseite nie den persönlichen Kontakt ersetzen. Alle waren der Meinung, dass die Menschen aber genau diesen würden haben wollen. Heute wissen wir, wie falsch diese Aussage war und welche Bereicherung der Online-Handel ist – vor allem als Verbraucher. Wir buchen Hotels online, kaufen Waschmaschinen oder gar Brennholz und Autoreifen online. Wir freuen uns zu recherchieren, auszuwählen und am Ende den Knopf Bestellen/Reservieren zu klicken. Warum sollte das mit einem Termin im Institut heute anders sein? Vielleicht weil wir Menschen leider immer einfacher Gründe dafür finden, etwas nicht zu tun, als es zu tun? Die Kunden würden online buchen – wenn man sie denn ließe. Zumindest zeigen das Statistiken, nach denen bereits im Durchschnitt über 25 % der Termine online gebucht werden.

Zweifler: Ich brauche das nicht, weil ich ohnehin nur allein arbeite.

► **Antwort:** Vor allem, wenn man alleine arbeitet, bringt die Online-Terminbuchung Entlastung. Oft fehlt eine Hand, wenn man alleine im Geschäft ist oder alle Mitarbeiter in der Behandlung.

Zweifler: Das ist doch viel zu kompliziert – ich bin schneller mit Stift und Papier.

► **Antwort:** Das ist Gewohnheitssache. Das Kassieren wird schneller, Kunden können einfacher informiert werden, Steuerberater erhalten den Monatsabschluss mit einem Klick.

Zweifler: Meine Kunden wollen den persönlichen Kontakt. Der ist viel wertvoller

► **Antwort:** Im Gegenteil. Kunden lieben Online-Buchungen. Qualitativ ist diese genauso gut wie eine Rezeptionistin oder Rezeptionist. Alles passiert ohne Zeitdruck und die Kunden buchen eher mehr als weniger. Bei einigen Instituten werden bereits über 60 Prozent der Termine online gebucht.

Zweifler: Das macht mich nur noch gläserner für das Finanzamt.

► **Antwort:** Transparenter wird man vor allem für sich selber und kann dadurch sein Geschäft optimieren. Wer heute nur überlebt, weil er Geld am Finanzamt vorbei macht, wird zukünftig nicht überleben. Also – lieber wettbewerbsfähiger werden und besseren Service anbieten, beispielsweise durch Online-Terminbuchung oder -erinnerung.

WO LIEGEN ALSO DIE PROBLEME?

Herausforderung 1: das eigene digitale Terminbuch

Um Online-Buchungen vernünftig nutzen zu können, dürfen natürlich nur die Termine online gebucht werden, die noch frei sind. Folglich muss man also zunächst sein eigenes

kann man sich langsam herantasten und nur die Dienstleistungen zur Online-Buchung freigeben, die zunächst einfacher sind. Die Terminbuchungssoftware kann aber noch mehr: Beispielsweise lassen sich Ressourcen hinterlegen, damit es nicht zu Überbuchungen kommt. Zusätzlich kann man festlegen, wel-

Studiomanagementsysteme auch »digitale Unternehmensberater« nennen. Und wer möchte nicht besser werden und muss dafür nur terminieren und kassieren?

Auf der anderen Seite steht für alle diejenigen, die mit Terminen arbeiten, immer die Frage nach der Online-Terminbuchung. Dazu



Terminbuch digital führen. Für viele Liebhaber von Stift und Papier eine wahre Hürde. Doch es ist nicht so komplex, einen PC oder ein Tablet zu bedienen. Termine einzutragen ist genauso einfach wie mit Stift und Papier. Es ist die Angst, die viele davon abhält, es zu probieren. Dabei liegen die Vorteile auf der Hand: Das digitale Terminbuch ist immer und überall verfügbar – zumindest, wenn man sich für eine Cloud-Lösung entscheidet. Kunden können Terminerinnerungen per SMS erhalten und beim Kassieren sind es nur noch wenige Klicks, da ja schon alle Dienstleistungen im Termin eingetragen wurden. Zudem bekommt man jede Menge Statistiken, über Dauer und Auslastung von Terminen, oder auch über die Anzahl der wiederkehrenden Kunden.

Herausforderung 2: Termine online buchen lassen

Ein häufig formulierter Einwand: Man gibt die Macht über das eigene Terminbuch aus der Hand. Und wie sollen die Kunden wissen, wie viel Zeit benötigt wird? All das ist mit der richtigen Software kein Problem. Das Institut kann selber die Zeiten hinter jeder Dienstleistung festlegen. Außerdem

che Dienstleistung von welchem Mitarbeiter gemacht werden kann. So wird sichergestellt, dass Kunden das Permanent-Make-up nicht bei der Nageldesignerin buchen und umgekehrt. Der größte Vorteil aus Institutssicht ist aber, dass für diesen online gebuchten Termin niemand ans Telefon musste und die Daten (Name, Telefon, E-Mail, etc.) automatisch in der Kundenverwaltung hinterlegt werden – ganz ohne Tippen. Die Intelligenz der Online Terminbuchung füllt Lücken und sorgt für eine bessere Auslastung. Und das Schöne ist, dass die Kunden es lieben werden und damit mehr Empfehlungen entstehen und damit langfristig mehr Umsatz.

Die Zeiten ändern sich

Ein Geschäft zu führen, heißt Unternehmertum! Der Erfolg hängt nur zu einem Drittel von der fachlichen Seite ab. Der größte Teil liegt in der sozialen Kompetenz und in der Betriebswirtschaft. Die letzten beiden Punkte werden durch digitale Systeme enorm unterstützt – sei es mit Mitarbeitern, Kunden oder Steuerberatern. Die eigenen Entscheidungen werden plötzlich zahlenbasiert und optimieren Ihr Geschäft. Eigentlich könnte man

”

Die Intelligenz der Online-Kalender entlastet!

ist abschließend Folgendes zu sagen: Wir als Verbraucher buchen alles Mögliche online. Die Kunden von Instituten machen das auch. Es stellt einen besonderen Service für die Kunden dar und erhöht die Wahrscheinlichkeit, empfohlen zu werden.

Vor allem aber entlastet die Intelligenz der Online-Kalender:

- ✓ Kein Eintippen des Termins notwendig
- ✓ Kein Erfragen des Vor- und Nachnamens
- ✓ Kein Anrufbeantworter und Rückruf
- ✓ Kunden können buchen, wenn Sie nicht im Geschäft sind
- ✓ Die Lücken im Kalender können optimal ausgelastet werden

Stellen Sie sich einfach vor, alle Ihre Konkurrenten um Sie herum nutzen ein solches System und werden jeden Tag ein bisschen besser und Sie nicht ... ■

Ralf Ahamer ist Gründer und Geschäftsführer des Termin- und Kassensystems *studiolution.com* sowie der online Buchungsplattform *studiobookr.com*. Er



ist 46 Jahre alt, verheiratet, hat 2 Kinder und ist begeisterter Sportler. Zuvor war er Vorstand der *hotel.de AG* und CMO der *XING AG*. Seine Leidenschaft liegt in der Digitalisierung von Unternehmen.