



De 10% formule

De kleine-stappen formule

e-boek

Wolfgang Peppmeier

Door Wolfgang Peppmeier

De 10% Formule

10% verhoging van het kwaliteitsniveau

(Salonhandboek met werkprocessen en checklists, logboek, werkbesprekingen, gestructureerde educatie, duidelijke doelgroep, 7 sleutels van kwaliteit, etc.)

10% meer tijd besparen

(effectiever werken, minder stand-by-tijden beter benutten, logische routing, oproepkrachten, gastvrouw, niet-kappers achter de wasbak, etc.)

10% meer kosten besparen

(energie, water, materiaal, inkoop, samenwerken, etc.)

10% meer behandelingen

(professioneel advies, marketingacties, sociale netwerken gebruiken, uitstraling en imago verhogen, duidelijke tarieven, etc.)

10% meer productverkoop

(professioneel advies, producten die passen bij de doelgroep, productkennis, etc.)

10% meer aandacht voor bestaande klanten

(enquête, professioneel advies, beloningen door voordelen, etc.)

10% meer nieuwe klanten

(marketing, sociale media, vriendinnenacties, etc.)

10% verhoging van het kwaliteitsniveau

- Wij gebruiken de 7 sleutels voor kwaliteit.
- Professioneel adviseren.
- De klant scannen bij binnenkomst.
- Wij kunnen uitleggen en hebben dat ook beschreven wat precies kwaliteit is in onze zaak, voor onze doelgroep en volgens ons concept.
- Wij houden ons salonhandboek actueel en werken ermee.
- Wij communiceren dagelijks o.a. via het logboek.
- Het thema kwaliteitsverbetering komt regelmatig tijdens de actuele uurtjes (werkbijeenkomsten) aan de orde.
- Wij hebben een gestructureerde educatieplanning.
- Wij hebben een duidelijke doelgroep en weten daarom precies wat deze mensen van ons verwachten.
- Enquête houden onder de klanten.
- Productkennis.
- Goed, schoon en onderhouden gereedschap.
- Met assistenten, gastvrouwen of receptioniste werken.
- Prijsdifferentiatie toepassen.
-

10% meer tijd besparen

- Werken met assistenten.
- Hulp erbij op drukke dagen.
- Gastvrouw of receptioniste erbij op drukke dagen.
- Receptie beter laten communiceren met klanten en medewerkers.
- Volgens het salonhandboek werken.
- Eens per (half) jaar een week lang een tijd-logboek bijhouden om werkprocessen te controleren en de routing duidelijk te maken.
- Werken met een salonhandboek (werkprocessen en checklists).
- Communiceren via o.a. het logboek.
- Werk verdelen door klanten op geschiktere dagen te delegeren.
- Praten en breien tegelijk, dus niet stoppen met werken tijdens gesprekken.
- Goede voorbereiding. Bijvoorbeeld bij het begin van de dag spullen klaar hebben liggen zoals gereedschappen, mandje, recept, handdoek, kapmantel, loopbon, ect.
- Stand-by tijden beter benutten, bijvoorbeeld door werk voorbereiden en spullen neerleggen.
- Medewerkers die in stand-by zijn, helpen hun collega's. Dat is tijdwinst voor hun collega's.
- Medewerkers die in stand-by lopen maken klanten bekend met minder bekende diensten en producten. Het doel: extra behandelingen en producten verkopen.
- Medewerkers die op dat moment stand-by zijn zetten de informatie van hun adviesgesprekken over in de computer.
- Extra behandelingen zoals handmassage, wenkbrauwen/wimpers verven aanbieden tijdens stand-by.
- Schoonmaken en opruimen met behulp van een checklist (salonhandboek).
- Meteen opruimen.
- Voor elkaar opruimen.
- Verfhoek opgeruimd houden.
- Duidelijke communicatie met de klant over wat/hoe en hoeveel.
- Planning op alle gebieden.
- Routing in de zaak verbeteren. Bijvoorbeeld belangrijke tools in de buurt van de behandelaars.
- Leerlingen beter trainen in het afwerken van haar (föhnen, styling & finishing).
- Met de klant op een vriendelijke manier duidelijker communiceren.

- Vaste plekken voor tools/gereedschappen en die ook aanhouden (salonhandboek).
- Medewerkers eigen verantwoording geven.
- Regelmatig overleg met het team over maatregelen om effectiever te werken (het actuele uurtje).
- Goed en voldoende gereedschap.
- Duidelijke vragen stellen tijdens het adviseren en tijdens de behandeling (vraagtechniek professioneel adviseren).
- Flexibel werken.
- Online afspraken.
- Flexibelere werktijden. Evt. oproepkrachten.
- Goede en schone gereedschappen gebruiken.
- Prijsdifferentiatie toepassen.
-

10% meer kosten besparen

- Werken met behulp van een salonhandboek (werkprocessen en checklists)
- Bewustzijn aanscherpen voor onnodige kosten.
- Verwarming/airco al voor sluitingstijd iets lager.
- Bij gebruik van producten op dosering letten. Shampoo en conditioner met pomp doseren, haarverf wegen, tubeknijper voor verftubes, etc.
- Abonnementen controleren.
- Verzekeringen controleren.
- Betere tarieven bij telefoon (flatrate) en stroom (andere provider). Denk ook aan de goedkope internettelefonie via VOIP met veel extra voordelen zoals onderling gratis doorverbinden en gesprekken omleiden naar elk ander apparaat waar ook ter wereld.
- Verlichting: spaarlampen of LED gebruiken. Meer beleid en bewustzijn voor energiebesparing.
- Beleid bij gebruik van elektrische apparaten, zoals wasmachine en droger. Evt. dunner of kleinere handdoeken aanschaffen of handdoeken van microvezel, om meer handdoeken in één machine te wassen en drogen. Alternatieven voor droger vinden: buiten of in de kelder of op zolder drogen.
- Zonnepanelen laten plaatsen.
- Minder voorraad door bewuster inkopen.
- Meer inkoopkorting op producten door gebruik van minder merken.
- Waterbesparende kranen of perlatoeren laten aanbrengen die het water met lucht mengen. Water met lucht heeft ook een grotere reinigingswerking en spoelt shampoo sneller uit.
- Waterkraan niet onnodig laten stromen.
- Föhn niet onnodig laten aanstaan.
- Voor het föhnen het haar goed handdoek-droog maken.
- Bewuster gebruik van tissues, mesjes en ander materiaal.
- Haarverf wegen op weegschaal.
- Bij haarverf tuben-uitknijper gebruiken.
- Goed letten bij gebruik van (te grote) porties shampoo, gel, conditioner, etc.
- Dakramen of ventilatoren i.p.v. de luchtreiniger met servicekosten.
- 1 kop koffie/thee per klant. Let ook op suiker en melk: evt. geen verpakte suiker en melk gebruiken maar 'losse'. Geen plastic bekertjes gebruiken.
- Schoonmaakkosten door externen verminderen door intern met hygiëne-checklist werken (salonhandboek).

- Controle gereedschappen.
- Realistische personeelskortingen.
- Alle behandelingen afrekenen en niets vergeten.
- Poetsmiddelen en toiletpapier goedkoop inkopen.
- Korter inboeken bij lagere tarieven en lowbudget.
- **! Attentie !** 10% minder kosten kunnen hetzelfde effect hebben als 100% meer omzet.

De 7 redenen waarom klanten producten en diensten kopen

1. Probleemoplossingen
2. Voordelen
3. Status
4. Gemak
5. Emotie
6. Geluk
7. Uitstraling en zelfvertrouwen

10 % meer behandelingen

- Elke klant ‘scannen’ bij binnenkomt. Wat valt je op? Waarmee zou je de klant kunnen helpen en nog betere uitstraling te krijgen? D.m.v. een andere haarkleur, extensions, wenkbrauwen, nagelstyling, omvorming, betere haarconditie, etc.
- Professioneel adviseren.
- Gebruik maken van een adviestafel.



Company in Leusden

Gezien bij Hair & Beauty

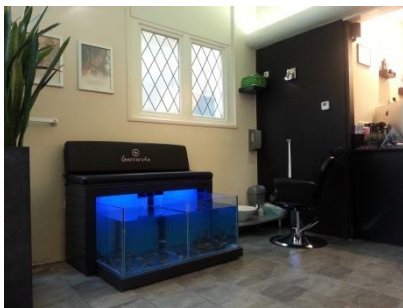
- Adviseren face to face, ook al is er geen adviestafel



Liever niet met de handen in het haar van de klant in het eerste gedeelte van het professionele adviesgesprek.

- Advies geven in rollenspellen trainen (cursus professioneel adviseren volgen)
- Meer extra behandelingen adviseren door professioneel adviseren.
- Toch up geven of 5 minuten make-up aanbieden
- Masker adviseren
- Conditiebehandeling adviseren

- Wenkbrauwen verven of epileren adviseren.
- Handmassage adviseren.
- Nailstyling.
- Kleurentest met sjaals toepassen.
- Bij mannen: 5-minuten mannenkleur, snelle highlights, wenkbrauwen verven adviseren.
- Arrangementen aanbieden zoals verven in combinatie met een handmassage, wenkbrauwen/wimpers verven, epileren, etc.
- Blijven adviseren en tips geven tijdens het gehele werkproces.
- Ondersteuning door assistenten en/of leerlingen. Daardoor krijgt een medewerker meer mogelijkheden om extra behandelingen te adviseren. Iemand anders laten föhnen (werken met assistenten).
- Over de beautyafdeling of nailstyling praten (cross selling)
- Tijdens de behandeling over alle behandelingen spreken die wij hebben.
- Spa Fish behandelingen introduceren met b.v. Gara Rufa Fish



Gezien bij kapsalon Anissa in Leeuwarden

10 % meer productverkoop

- Uitleg bij wat voor product je gebruikt en waarom.
- Professioneel adviseren.
- Producten die je gebruikt, laten zien, ruiken en voelen.
- Advies geven in rollenspellen oefenen (cursus professioneel adviseren volgen.)
- Productkennis trainen met het gehele team.
- Ingaan op het probleem van de klant. (Roos, haaruitval, jeuk, etc.)
- Bij de receptie/balie terugkoppelen: heeft u voldoende informatie gekregen over de producten en heeft u hierover nog vragen?
- Proefmonster meegeven, flacon, bakje.
- Noteren in computer: welke producten zijn geadviseerd en welke producten zijn gekocht. Heeft de klant een proefmonster ontvangen.
- Regelmatige acties met steeds andere producten.
- Aandacht voor product van de week of maand. Elke maand of week het product van de maand/week in de spotlight zetten en dat via affiches, op facebook/twitter, website en in de menukaart promoten. Evt. actie met het product van de maand/week. Dit product ook met de medewerkers bespreken: Wat zitten er voor ingrediënten in dit product en waarom? Wat kunnen we met dit product bereiken? Waarom zou de klant dit product moeten kopen? Bij finishproducten ook foto's erbij om het resultaat te laten zien.
- Personeel stimuleren om zelf ook onze eigen producten te gebruiken.
- Acties of kortingen voor personeel voor meer motivatie over eigen gebruik van verkoopproducten.
- Voorraad op orde.
- Productinfo op orde.
- Advies geven over make up en nagellak.
- Als wij 10% meer moed hadden zouden we 100% meer kunnen verkopen. Bijvoorbeeld door de McDonalds vragen bij het afrekenen aan de balie toe te passen, zoals: wilt u een frietsaus/drankje erbij of is uw bestelling zo compleet? Als je 10 klanten deze vraag stelt zullen er 3 extra kopen.
- Producten die wij gebruikt hebben voor het oog van de klant voor de spiegel op het toiletje plaatsen of in de hand geven om te voelen en te ruiken.
- Voor het wassen haar en hoofdhuid beoordelen en uitleggen welke producten wij gebruiken en waarom. Vragen naar een extra serum of masker. Bij gebruik serum/masker uitleggen dat de klant ook deze

producten voor thuis kan kopen. Evt. verkochte producten de eerste keer in de salon gebruiken, dus geen extra kosten voor de klant op die dag.

- Upselling: als de klant een shampoo heeft gekocht die vraag stellen: 'Wilt u ook de erbij behoren conditioner?'
- Maak gebruik van cross selling
- Monsters van aanbevolen maar nog niet gekochte producten meegeven, b.v. in een sambal-bakje van de Chinees.
- Bij gebruik van producten in de zaak altijd de producten bij hun volle naam noemen. Dus niet, ik gebruik nu een gel maar welk gel precies en waarom doe ik dat.
- Producten als kerst/relatiegeschenk.
- Opruim-actie met uitlopende producten
- Gereedschappen die je in de salon gebruikt, zoals borstels, stijl- en krultangen, ook verkopen.
- Bij het aanbieden van handmassages ook de handcrème voor thuis verkopen.
- De Back Touch verkopen.
- Adviseren face to face d.m.v. een afviestafel



Assink Pure Identity, Hengelo en Enschede

10% meer aandacht voor bestaande klanten

- Professioneel adviseren. Kijk ook bij de 7 soorten adviesgesprekken. Train de verschillende adviesgesprekken in rollenspellen (cursus professioneel adviseren volgen).
- Klanten scannen bij binnenkomst.
- Kijk ook bij de 7 sleutels van kwaliteit onder marketingconcepten (cursus 'klanten binden door kwaliteit' volgen).
- Doe een schriftelijke enquête of vraag de klanten persoonlijk waarom ze bij ons komen en wat zij van ons vinden. Wat doen we al goed en wat zouden we nog beter kunnen doen? Wat mist u nog?
- Klantencard, loyaliteitssystemen, puntensysteem, familie-strippenkaart voor knippen, etc.
- Acties en attenties voor bestaande klanten.
- Bos bloemen of saunabezoek bij speciale gebeurtenissen.
- Felicitatiekaartjes, zoals bij verjaardag, geboorte, jubileum, feestdagen, etc.
- Aandacht voor details.
- Nieuwsbrief versturen.
- Publiceer mooie coupes of kleuringen van trouwe klanten op facebook.
- Handmassage aanbieden, wenkbrauwen verven, etc. bij onverwachte wachttijden.

10 % meer nieuwe klanten

- Kijk ook bij de 7 sleutels van kwaliteit onder marketing (cursus ‘klanten binden door kwaliteit’ volgen).
- Acties en promoties. Werving-acties via bestaande klanten die nieuwe klanten aanbevelen en/of meenemen. Bijvoorbeeld door gratis föhnen of gratis product geven of wasmassage aanbieden.
- Flyers neerleggen bij sportscholen, hoge scholen, kledingwinkels, evt. met tijdelijke voordeel of studentenkorting.
- Folders ‘ruilen’ met andere plaatselijke winkels.
- Inspelen op acties van andere plaatselijke winkels.
- Visitekaartjes op prikbord supermarkt.
- Medewerkers delen als ambassadeur van het bedrijf hun persoonlijke visitekaartjes uit.
- Grote bedrijven benaderen die de uiterlijke verzorging van hun medewerkers belangrijk vinden. Evt. voordelen bieden aan de medewerkers van deze bedrijven door uitgeven van een vip-klantenpas.
- Vriendinnen-acties.
- Familie-korting/voordeel.
- Thema workshop, b.v. föhnen, adviseren, single-dag, haar in de winter/zomer/ haar met vakantie, gebruik van de styletang, ect.
- Samenwerken met andere bedrijven.
- Bestaande klanten vragen waarom ze hier komen en die informatie gebruiken voor het werven van nieuwe klanten.
- Flyeren op school als de schoolfotograaf komt.
- Actie ‘neem je partner mee’.
- Informatie toevoegen bij ‘Felicitas’ of kraamzorg.
- Spreekbuurten/lezingen houden over haar en huid bij verenigingen en clubs zoals sportclubs, etc.
- Gebruik maken van website en sociale media.
- Prijsdifferentiatie toepassen.
-

Wolfgang Peppmeier geeft trainingen over het toepassen van de 10% formule.

Tip: print dit e-boek uit

Tot slot:

Het moge duidelijk zijn dat u de voorbeelden soms niet een-op-een over kunt nemen maar aan de individuele situatie in uw salon moet aanpassen. Zie de tips als leidraad, gericht op uw gewenste doelgroep en het salonconcept en werk dit verder uit, samen met het team.

Support

Wenst u hulp bij het verhogen van het kwaliteitsniveau van uw zaak, neem dan contact op met mij of met JUMP! Management voor kappers. Ik geef ook teamtrainingen op locatie in kapsalons in communicatie en professioneel adviseren. Ook telefonisch advies is mogelijk.



Wolfgang Peppmeier

Postbus 76

1250 AB Laren

www.pepptalk.nl

info@pepptalk.nl

Facebook, Youtube en LinkedIn: Wolfgang Peppmeier

tel. 06-546 746 73

Wolfgang Peppmeier is hoofdredacteur van het kappersvakblad TOP HAIR en trainer bij JUMP! Management voor kappers. Bovendien geeft hij begeleiding aan mensen met burn out. Hij was interim manager bij Great Lengths en heeft tot nu toe drie boeken geschreven. Zijn laatste boek **‘Uitstraling – laat van buiten zien hoe je van binnen bent’** is al zeven keer herdrukt. Onder de naam ‘Pepptalk’ geeft W. Peppmeier individuele coachings op locatie in kapsalons maar ook in bedrijven buiten de kappersbranche. Hij geeft seminars en lezingen over communicatie en persoonlijke ontwikkeling in Nederland, Vlaanderen en Duitsland. Je kunt hem volgen via Facebook, Twitter, LinkedIn. Je kunt zijn vlogs volgen via zijn drie youtube kanalen: ‘Wolfgang Peppmeier’ en ‘Peppmobil on tour’ en ‘Pepptalk’