



Salonhandboek

Hoe schrijf ik een eigen salonhandboek

Een salonhandboek zorgt ervoor dat u niet dagelijks het wiel opnieuw hoeft uit te vinden en dat iedereen in de zaak exact weet wat er te doen is. Ook als u zonder personeel werkt is een salonhandboek handig.

e-boek

Wolfgang Peppmeier

Inhoud

Kan het echt niet zonder handboek?	3
Hoe reageren mijn medewerkers als ik plotseling met een handboek kom?	3
Hoe krijg ik het voor elkaar dat het handboek blijft leven?	3
Gaat de creativiteit er niet onder lijden?	3
Wat komt er in te staan?	4
Beginnen	4
De inhoud van het handboek	5
Het salonreglement	5
Salonfilosofie	5
Profielen	5
Bedrijfsvoering	5
Werkprocessen en checklists	5
Medewerkers motiveren	5
Het actuele uurtje	6
Tijd voor creativiteit	6
Meer invloed	6
De voordelen	7
Herhaal in het kort nog eens de voordelen van het handboek:	7
Wat is er tot nu toe gebeurd	7
Werken volgens standaards en normen	8
Wat is een standaard/werkproces of een norm?	8
Wat is een methode?	8
Wat is een checklist?	8
Wat is een strategie?	8
Duidelijkheid	9
U kunt werkprocessen schrijven voor onder andere:	9

Checklists en werkprocessen.....	10
Beginnen met schrijven.....	10
Voorbeeld werkproces ontvangen van een klant	10
Voorbeeld werkproces telefoneren	11
Voorbeeld werkproces adviesgesprek	12
Voorbeeld werkproces service	13
Voorbeeld werkproces klachtenbehandeling	14
Voorbeeld checklist salon opstarten in de ochtend.....	15
Voorbeeld checklist beëindigen werkdag	16
Resultaat:.....	16
Let op:.....	16
Tot slot:.....	18
Support.....	18

door: Wolfgang Peppmeier

Hoe schrijf ik een salonhandboek

Professionele en succesvolle kapsalons werken met een salonhandboek. Is dat echt zo? Ja! Het laten ontwikkelen en schrijven van een individueel handboek is arbeidsintensief en duur. Maar het kan ook anders, namelijk samen met het team zelf schrijven.

Kan het echt niet zonder handboek?

Nee – in elk geval niet wanneer u alle neuzen in één richting wilt hebben en ook niet wanneer u veel tijd wilt overhouden voor de artistieke aspecten van het vak. Een salonhandboek zorgt ervoor dat u niet dagelijks het wiel opnieuw hoeft uit te vinden en dat iedereen in de zaak exact weet wat er te doen is. Ook als u zonder personeel werkt is een salonhandboek handig.

Hoe reageren mijn medewerkers als ik plotseling met een handboek kom?

U hoeft als eigenaar het salonhandboek niet zelf te schrijven. Bij voorkeur laat u uw medewerkers het handboek schrijven. Ik heb al jaren tijdens salontrainingen zeer goede ervaringen opgedaan, wanneer medewerkers zo veel mogelijk bij het schrijven en implementeren van een salonhandboek betrokken worden. Natuurlijk hebt u als eigenaar het laatste woord maar u zult verstedd staan hoe goed medewerkers hun best doen en de werkprocessen, checklists en procedures kunnen beschrijven.

Hoe krijg ik het voor elkaar dat het handboek blijft leven?

Door regelmatig de afzonderlijke werkprocessen en checklists een ‘APK-keuring’ te geven en daardoor het kwaliteitsniveau geleidelijk op een hoger niveau te brengen. Gebruik het handboek ook tijdens sollicitatie- en functioneringsgesprekken en bij werkbesprekingen. Het handboek hoort op de werkvloer en niet in de kast.

Gaat de creativiteit er niet onder lijden?

Integendeel. Als duidelijk is wat wij in deze zaak onder service verstaan, wat de minimale kwaliteitseisen zijn, hoe wij onze klanten willen benaderen en op welke manier wij willen knippen, kleuren en stylen, dan blijft er veel tijd over voor het adviesgesprek met de klant en het persoonlijke creatieve werk.

Wat komt er in te staan?

Natuurlijk het salonreglement, pauzes en vakantieregels en alles wat de werkgever van het team verwacht. Maar dan. Na dit ‘droge’ gedeelte komt het kloppend hart van de zaak op papier. Hoe ziet de ideale medewerker en de ideale klant eruit? Op welk niveau willen wij met elkaar communiceren en wat verstaan wij onder uitstraling? Hoe precies doen wij de wasmassage en op welke manier telefoneren wij? Wat exact verstaan wij onder service en welke rol speelt de hygiëne in deze zaak? Wie is voor wat verantwoordelijk? Wat zijn de procedures om ‘s morgens de salon te starten en ‘s avonds veilig te landen? Welke technieken gebruiken wij voor highlights en met welke gereedschappen willen wij knippen?

Beginnen

Begin niet zomaar in het wilde weg maar met beleid en gestructureerd. Je hoeft als ondernemer een handboek niet zelf te schrijven. Laat het bij voorkeur door de medewerkers ontwikkelen maar begeleid hen hierin. Hoe je dat allemaal kunt doen ervaar je in de training salonhandboek schrijven. Een handboek hoort niet in de kast maar op de werkvloer. Het moet blijven leven, dus wordt het regelmatig geëvalueerd en aan de nieuwe eisen aangepast. Werken met een handboek geeft rust en meer tijd voor creatieve dingen.

Er zijn bekende kapsalons, vooral ketenbedrijven en franchiseorganisaties, die meerdere handboeken hebben met bij elkaar meer dan duizend pagina's. Kleinere bedrijven kunnen het best doen met minder pagina's. Doel is dat de belangrijkste dingen op papier staan om zo de zaak beter aan te kunnen sturen.

Het is niet voldoende dat alleen de ondernemer weet waar hij of zij met de zaak heen wil. Om alle neuzen in één richting te krijgen is duidelijkheid nodig. Het hele team moet weten wat de bedoeling is en waar het doel ligt. Medewerkers willen graag mee denken maar dan moeten ze wel precies weten waarover zij na moeten denken. Alleen maar erover praten is veel te vrijblijvend en echt niet voldoende.

Je kunt heel ver gaan in het beschrijven van alle ‘handelingen’ en ‘behandelingen’. Om snel resultaat te krijgen, kun je beter in het begin voor een kortere en beknopte versie kiezen die je later kunt uitbreiden.

De inhoud van het handboek

Het salonreglement

Dit vraag je op of bij de ANKO of bij info@pepptalk.nl. Dit is het meest droge en minst inspirerende deel en je kunt het later zo ver mogelijk naar achteren in het handboek opbergen. In dit gedeelte staan ook de pauze- en vakantieregelingen en alles wat je volgens de wet verplicht op schrift moet stellen.

Salonfilosofie

Doelgroep, concept of salonfilosofie, cultuur, communicatie, visie en missie. Dit gedeelte kan alleen maar door de ondernemer zelf worden bepaald.

Profielen

Het ‘smoelenboek’ met foto’s. Alle medewerkers schrijven een profiel over zichzelf. De tekst kunnen zij bijvoorbeeld uit de profielen van hun sociale netwerken overnemen, zoals Facebook.

Bedrijfsvoering

De belangrijkste onderwerpen uit management en marketing. Dit gedeelte kunnen ondernemer en medewerkers samen ontwikkelen.

Werkprocessen en checklists

Dit is het belangrijkste en grootste gedeelte van het salonhandboek met de kwaliteitseisen van alle handelingen en behandelingen op dit moment. Hier worden regelmatig aanpassingen doorgevoerd om het kwaliteitsniveau te verbeteren. Dit gedeelte wordt voornamelijk door de medewerkers geschreven. Anders dan wat kapperondernemers denken, kunnen medewerkers op een zeer zorgvuldige en verantwoorde manier de minimale kwaliteitseisen op schrift zetten. Dat kan uiteraard niet zonder de nodige begeleiding door de ondernemer of een adviseur/trainer. In een werkproces wordt bijvoorbeeld precies vastgelegd hoe in deze zaak een telefoongesprek gevoerd moet worden, een klant wordt ontvangen of een klacht wordt afgehandeld.

Medewerkers motiveren

Nu gaat het erom, hoe je medewerkers kunt motiveren om aan dit project met enthousiasme mee te mogen werken. Om met behulp van het handboek de kwaliteit in de zaak te kunnen verhogen gaat dat niet zonder medewerking van het gehele team. Verras je medewerkers niet ermee door plotseling een kant-en-

klaar handboek uit de hoge hoed te toveren en vervolgens van hen te eisen dit te accepteren. Dat vraagt om problemen. Maar hoe moet het dan?

Het actuele uurtje

Organiseer een ‘actueel uurtje’ (een beter woord voor werkbijeenkomst). Vertel aan je medewerkers dat je graag met een salonhandboek zou willen werken en vraag wat zij ervan vinden. Zij zullen sceptisch op dit plan reageren. Geef iedereen voldoende gelegenheid om zijn mening te laten horen. Toon interesse in hun twijfels en schrijf alle aspecten op. Ga er niet meteen op in. Wacht totdat iedereen uitgepraat is. Mensen willen liever geen veranderingen, ook jouw medewerkers niet.

Tijd voor creativiteit

Zij zullen bijvoorbeeld opmerken dat een handboek ten koste gaat van de creativiteit. Het tegendeel is echter waar. Maak duidelijk dat, als werkprocedures, het concept en de saloncultuur schriftelijk vastgelegd zijn, het eigenlijke werk op de werkvloer veel relaxter is. Als het wiel eenmaal uitgevonden is en schriftelijk vastgelegd, hoeft het niet elke keer weer opnieuw worden uitgevonden. De gewonnen tijd kun je beter investeren in je creativiteit.

Als de minimale kwaliteitseisen benoemd zijn, komt er continuïteit in het werk en de kwaliteitsverschillen tussen de medewerkers worden kleiner. Iedereen weet immers wat van hem en haar verwacht wordt. De tijd voor zinloze discussies en steeds weer herhaalde fouten kun je voortaan investeren in meer aandacht voor je klanten. Fouten maken mag, maar dan graag elke keer een nieuwe en geen eindeloze herhalingen van ‘oude’ fouten.

Meer invloed

Let er nu op dat jullie het thema salonhandboek tijdens het ‘actuele uurtje’ niet in een lange discussie ‘kapot’ praten. Vertel dat het handboek er beslist gaat komen maar dat het team bij de ontwikkeling ervan betrokken zal zijn. Natuurlijk mag u als eigenaar de vervolgens door uw team geschreven procedures, werkprocessen en checklists beoordelen en desnoods aanpassen. U zult versteld staan hoe goed uw team de minimale kwaliteitseisen kan verwoorden. Door medewerkers meer invloed te geven groeit de betrokkenheid en de verantwoording enorm. Door meer bewustwording worden de dingen helder en de werkwijze effectiever.

De voordelen

Verwacht niet dat je meteen alle twijfels bij je team weg kunt nemen. Dat hoeft ook niet op dit moment. Blijf zakelijk, toon begrip voor hun argumenten en probeer het handboek niet te verdedigen. Uit ervaring weten wij dat wanneer jullie echt samen beginnen met schrijven, de felste tegenstanders vaak tot enthousiaste ambassadeurs van het handboek worden. Sluit het actuele uurtje af met een positieve kijk op de toekomst van de zaak en bedank hen voor hun komst.

Herhaal in het kort nog eens de voordelen van het handboek:

- Meer tijd voor het creatieve werk en meer aandacht voor de klant.
- Minder stress op de werkvloer door duidelijke en beproefde werkprocessen.
- Verhoging van de kwaliteit door het benoemen van de minimale kwaliteitseisen.
- Minder kwaliteitsverschillen tussen de afzonderlijke medewerkers.
- Meer betrokkenheid door meer invloed vanuit het team.

Geef elke medewerker een brief mee naar huis waarin je in het kort vertelt wat je plannen zijn en de punten waarom het zinvol is om met een handboek te gaan werken.

Begin meteen met een actie maar wel met iets wat een hoge fun-factor heeft, namelijk het ‘smoelenboek’. Iedereen mag over zichzelf een profiel schrijven voor in het handboek. Het profiel, inclusief foto, graag via e-mail inleveren, anders kunt je het niet reproduceren.

Wat is er tot nu toe gebeurd

Actie 1:

U hebt in een kantoorboekhandel een mooie ringband gekocht met een aantal tabbladen erin. Dit wordt dus het prototype.

Actie 2:

U hebt een ‘actueel uurtje’ (werkbijeenkomst) gehouden en uw medewerkers gemotiveerd om aan dit boek actief mee te schrijven.

Actie 3:

Achter het eerste tabblad bevindt zich het ‘smoelenboek’ met de foto’s en profielen van al uw medewerkers en uiteraard ook van uzelf. Iedereen mocht zijn eigen profiel schrijven. De teksten heeft u digitaal via e-mail ontvangen

omdat ze op die manier reproduceerbaar zijn en omdat u er veranderingen in aan kunt brengen. De teksten zijn op schrijffouten nagekeken.

Actie 4:

Achter het laatste tabblad bevindt zich het salonreglement. Dat heeft u opgevraagd of bij de ANKO of bij info@pepptalk.nl

Actie 5:

Wij beginnen nu met het vullen van de tabbladen tussen het ‘smoelenboek’ in het begin en het salonreglement aan het einde.

Werken volgens standaards en normen

Als we kijken naar succesvolle bedrijven dan zien wij dat zij hun kwaliteitsniveau bereiken en houden door middel van strategische planning en het opstellen van checklists, standaards/werkprocessen en normen. Pas als we over de basis en de minimale kwaliteitseisen niet meer elke keer na hoeven te denken, hebben we tijd en ruimte voor creativiteit.

Wat is een standaard/werkproces of een norm?

De minimumeis waaraan een product of dienstverlening op dit moment moet voldoen.

Wat is een methode?

De werkwijze waarop het werkproces op dat moment bereikt moet worden.

Wat is een checklist?

Dat is een lijst met controlepunten die wij bijvoorbeeld in de ochtend gebruiken bij het opstarten van een zaak en aan het einde van de dag om de zaak weer te sluiten. Net als piloten bij het starten en landen van vliegtuigen met behulp van checklists controleren of alles aan boord zo functioneert zoals het zou moeten functioneren.

Wat is een strategie?

Het plan waardoor werkprocessen, normen en checklists, door een speciale werkwijze, de gewenste kwaliteit tot stand brengen.

Duidelijkheid

Dit is het belangrijkste onderdeel van het salonhandboek. De werkprocessen en checklists worden geschreven tijdens meerdere 'actuele uurtjes' (werkbijeenkomsten). Als u veel medewerkers hebt gaat het sneller omdat u groepen kunt vormen van twee of drie personen die elk per keer één werkproces kunnen schrijven. Als de groepen klaar zijn met schrijven, presenteren zij de teksten aan elkaar. Elk werkproces wordt door alle medewerkers samen besproken en zo nodig aangepast. Als er tijd is kunt u in een volgende ronde nog eens andere werkprocessen laten schrijven. De handgeschreven teksten worden later door een geschikte persoon in de computer gezet en naar iedereen gemaild voor controle. Hoe duidelijker de visie en missie zijn, de salonfilosofie en de definitie van de doelgroep (taak van de ondernemer), hoe specifieker kunnen de werkprocessen worden geschreven (taak van de medewerkers).

U kunt werkprocessen schrijven voor onder andere:

- De ideale medewerker en de ideale klant
- het opstarten van de salon in de ochtend (checklist)
- het 'landen' van de salon na een werkdag (checklist)
- het werk bij de receptie
- telefonische afspraken maken
- de ontvangst van uw klanten
- het adviesgesprek
- de wasmassage
- iedere afzonderlijke behandeling
- klachtenbehandeling
- het hygiënebeleid
- het sluiten van de zaak aan het einde van een werkdag (checklist)
- het archiveren van klantenbestanden (automatisering)
- organiseren van de wekelijkse 'bureau-dag' van de ondernemer
- het actuele uurtje (werkbijeenkomst)
- trainingsavond
- de organisatie van de administratie
- enquêteformulieren, etc.
- * concepten voor de service
- * de 7 sleutels van kwaliteit
- * uitstraling en imago van deze zaak
- * pr- en marketingconcepten
- * normen en waarden van deze zaak
- * voor deze laatste vijf onderwerpen kunt u een aparte cursus volgen.

Checklists en werkprocessen

Het grootste gedeelte van het handboek bestaat uit procedurebeschrijvingen over onze behandelingen, de service en de dienstverlening. Dat doen wij door middel van checklists en werkprocessen, die de medewerkers zelf mogen schrijven. Met behulp van een checklist wordt een situatie gecontroleerd en afgevinkt als het in orde is. In een werkproces beschrijven wij de minimale kwaliteitseisen. Wij gaan in begin uit van onze eigen dagelijkse salonpraktijk. Wie van ons telefoneert het beste en wie voert de meest professionele adviesgesprekken? Wie kan goed verkopen en wie ontvangt onze klanten op de vriendelijkste manier. De beste individuele prestatie is telkens de toekomstige standaard voor iedereen. Op een later tijdstip, als iedereen de minimale kwaliteitseisen beheerst, kunnen wij dit niveau nog verhogen.

Beginnen met schrijven

Plan een 'actueel uurtje' (werkbijeenkomst) en vraag uw medewerkers de eerste werkprocessen te schrijven. Is het team groot genoeg, dan kunt u per groep van twee of drie personen elke groep een andere checklist of werkproces laten schrijven.

Voorbeeld werkproces ontvangen van een klant

Belangrijk is dat de klant binnen luttele seconden met zo veel mogelijk medewerkers oogcontact krijgt. Uit onderzoek weten wij dat de klant zich onbewust onprettig voelt als hij/zij niet meteen wordt opgemerkt. Of wij de klant formeel of informeel begroeten of dat wij de klant wel of niet uit de jas helpen, heeft vooral te maken met de doelgroep en de formules van de zaak. Belangrijk is dat de ontvangst elke keer en bij alle medewerkers gelijk is en dat iedereen dit in de zaak beheerst.

- Een binnenkomende klant krijgt binnen 3 sec. oogcontact van minimaal één medewerker.
- De klant wordt zo snel mogelijk door een medewerker persoonlijk begroet. (Uitwerken wie dat doet. Bijvoorbeeld middels een roulatiesysteem of via de dichtstbijzijnde medewerker).
- Wij geven de klant de hand, noemen daarbij de naam van de klant en helpen hem/haar uit de jas.
- Bij een nieuwe klant stellen wij ons eerst zelf voor met voor- en achternaam en onze functie.
- Wij zijn blij over elke klant en laten dat o.a. via onze lichaamstaal zien.
- Wij vragen de klant naar zijn/haar wensen. (uitwerken hoe wij dat willen doen).

- Procedures uitwerken voor: als de klant naar de wachthoek gaat, aanbieden van koffie, thee, wijntje, lectuur, I-pad, internet, modellenboeken. De service moet passen bij de doelgroep/formule/saloncultuur van de zaak. Eveneens de procedure uitwerken als de klant naar een advies- of behandelplaats gaat. Het adviesgesprek in een aparte standaard vastleggen.
- Uitwerken op welke manier wij kinderen bezig willen houden die met hun ouders of grootouders meekomen.
- Uitwerken hoe de procedures zijn bij klanten met afspraak, klanten die een afspraak willen maken en klanten die spontaan binnen komen en direct geholpen willen worden.

Voorbeeld werkproces telefoneren

Zoals bij iedere werkproces is het belangrijk dat niet de ondernemer maar bij voorkeur de medewerkers de procedures beschrijven en zelf de probleemoplossingen bedenken. Uit onderzoek weten wij, dat de klant zich onbewust onprettig voelt als de telefoon meer dan 3 keer overgaat. De opening en de afsluiting aan de telefoon is bij iedereen gelijk en wordt geoefend. Vriendelijkheid is hierbij een absolute vereiste.

- De telefoon niet meer dan 3 keer over laten gaan. (Dit kunt u bijvoorbeeld realiseren d.m.v. een roulatiesysteem, waarbij het afsprakenboek en de snoerloze telefoon tijdelijk bij een bepaalde medewerker liggen.)
- Wij zeggen eerst goedendag, vervolgens noemen wij de naam van de zaak en dan onze eigen naam.
- Spreek duidelijk en niet gehaast.
- Spreek met een glimlach, want dat hoort de klant onbewust.
- Luister goed en laat de klant uitspreken.
- Spreek de klant met haar/zijn naam aan.
- Als u een afspraak heeft genoteerd, herhaal datum en tijd. Bedank voor het telefoontje en zeg tegen de klant dat u zich verheugt over zijn/haar komst.
- Zeg op een beschaafde manier tot ziens en gebruik geen woorden als 'doei'.

Voorbeeld werkproces adviesgesprek

- Er is verschil tussen een standaard advies (ca. 5 min.) en een professioneel adviesgesprek (ca. 15 minuten).
- Elke klant heeft bij elk bezoek het recht op een adviesgesprek. Uitgebreide adviesgesprekken, langer dan 5 minuten, moet de klant aan de telefoon of online melden/boeken.
- Het adviesgesprek duurt 5 – 15 minuten.
- De plaats waar de klant gaat zitten is opgeruimd en schoon.
- Attributen zoals klantenkaart, loopbon, kleurenwaaier en modellenboeken zijn binnen handbereik.
- Het haar van de klant is nog niet gewassen en hij/zij heeft nog geen kaptas om.
- In het begin van het uitgebreide adviesgesprek zit de adviseur op een stoel naast de klant en heeft direct oogcontact.
- Wij luisteren ‘actief’ naar de klant en stellen in het begin alleen vragen om daardoor de wens van de klant duidelijker te krijgen.
- Bij nieuwe klanten informeren wij ook naar hun eigen was- en stylinggewoonten thuis, welke producten en gereedschappen zij daarbij gebruiken en waarmee zij problemen hebben. Voor een goed advies is het o.a. ook belangrijk om te weten hoeveel tijd de klant ‘s morgens neemt voor haar/zijn haar en of de klant regelmatig sport.
- Als de klant uitgepraat is, begint het interactieve adviesgesprek en wij gaan daarbij achter de klant staan om de conditie en de valing van het haar te kunnen beoordelen. Vanaf dat moment communiceren wij met de klant via de spiegel.
- Op grond van onze ervaring en vakkennis bespreken wij ook met onze klanten wat kan en niet kan en welke consequenties een bepaald kapsel of kleur heeft wat betreft onderhoud en verzorging thuis.
- De klant kan van ons verwachten dat wij zelf met constructieve ideeën of interessante alternatieven komen om zijn/haar wens te vervullen.
- Tijdens het adviesgesprek wordt ook over de producten gesproken die wij zullen gebruiken.
- Aan het einde van het adviesgesprek herhalen wij kort de belangrijkste punten, geven een indicatie van de verwachte tijdsduur van de behandeling en noemen de prijs.
- Aan het einde van de behandeling controleren wij, samen met de klant, of het resultaat ook overeenstemt met wat wij in het adviesgesprek samen hebben besproken.

Voorbeeld werkproces service

De service moet precies passen bij het concept en de doelgroep: bijvoorbeeld budgetsalon of hoger segment, lifestyle, probleemoplossend, belevenis, trendsettend, trendvolgend, conservatief, etc. Daarom bevat dit voorbeeld mogelijke ideeën. Ook de hoeveelheid diensten moet u precies aan het concept aanpassen.

- De klant krijgt drankjes aangeboden. Afhankelijk van het salonconcept, wordt dat geserveerd of de klant moet het zelf uit een automaat halen.
- Afhaal- en brengservice (tegen betaling) van oude of zieke klanten. De auto heeft belettering, zoals naam, telefoonnummer en website van de zaak.
- Online-afsprakenservice met herinnering via mail of sms.
- Aftersale-service: enkele dagen na de behandeling bellen en naar het resultaat informeren.
- Felicitatiekaarten bij verjaardag, ziekte, huwelijk, geboortes, etc.
- Wifi en/of I-Pad ter beschikking stellen.
- Arbeidsvoorbereiding en sturende achtergrondorganisatie.
- Perfecte klachtenafhandeling.
- Microscopisch onderzoek van haar en huid.
- Haarkleurmengmachine, zuurstofbar.
- Champagnebar, zuurstofbar.
- Wasmassage.
- Collectie leesbrillen.
- Luxe van de wachthoek afhankelijk van het concept.
- Hygiëne en gegarandeerde desinfectie van alle gereedschappen.
- Lunchen in de kapsalon (samenwerking met een traiteur/restaurant)

Voorbeeld werkproces klachtenbehandeling

- Wij beschouwen een klacht bij voorkeur als iets positiefs en een leermoment voor de zaak.
- Wij bedanken elke klant omdat hij/zij de moeite nam om terug te komen i.p.v. direct naar een andere kapper te gaan.
- Wij bieden de klant een rustige plaats aan.
- Wij bieden de klant koffie/thee en water aan.
- Wij luisteren actief naar de klant en hebben direct oogcontact op hetzelfde niveau. Dat betekent, als de klant zit, zitten wij ook.
- Afhankelijk van de situatie, kunnen wij de leidinggevende bij het gesprek betrekken.
- Wij accepteren de redenen waarom de klant een klacht indient.
- De klant heeft altijd gelijk omdat hij/zij de klacht vanuit eigen beleving bekijkt (emotioneel en niet rationeel).
- Ook als de klant, volgens onze beleving, geen gelijk heeft, laten wij de klant uitpraten.
- Wij accepteren dat klachten niet altijd een rationele basis hebben maar door de klant ervaren worden vanuit een emotionele beleving.
- Wij zoeken tijdens dit gesprek niet naar ‘schuldigen’ en bestraffen niemand.
- Wij stellen de klant op zijn/haar gemak door te zeggen dat wij alles zullen doen om alsnog aan de wens van de klant te voldoen.
- Stel vooral vragen die de wensen en behoeften van de klant duidelijk maken. Herhaal belangrijke uitingen van de klant en vraag of je het zo goed begrepen hebt.
- Wij bespreken met de klant niet onze eigen, persoonlijke mening, maar houden ons bezig met de wensen en behoeften van de klant en proberen zijn/haar interpretatie te begrijpen.
- Een klacht moet niet altijd betekenen dat wij een vaktechnische fout hebben gemaakt. Soms kan slechte communicatie de oorzaak zijn. Of de klant vindt het vaktechnisch goed uitgevoerde werk gewoon niet mooi. Soms hebben levenspartners en/of vrienden en vriendinnen achteraf op de besluitvorming van de klant invloed gehad. Ook in dit geval heeft de klant altijd gelijk.
- Als de klacht duidelijk is, vragen wij de klant welke actie hij/zij van ons verwacht en wanneer.
- Wij bespreken de klacht later met het gehele team om samen eruit te leren.
- Wij creëren in de zaak een sfeer waardoor klanten met een klacht terug durven te komen i.p.v. naar een concurrent te gaan.

Voorbeeld checklist salon opstarten in de ochtend

- Wie werkt, is minimaal 10 minuten van tevoren op de zaak aanwezig.
- De verantwoordelijke medewerker of leidinggevende is minimaal 15 minuten van tevoren op de zaak aanwezig
- De verlichting aanzetten
- Verwarming/airco controleren
- Plantenbakken en reclameborden voor de deur plaatsen en rode loper uitrollen.
- Computer/kassa/online afsprakenboek opstarten
- Geluidsinstallatie aanzetten en geluid controleren
- Koffiemachine opstarten
- Toiletten op hygiëne controleren
- De salon op hygiëne controleren
- Zijn de kapjassen van gisteren gewassen en hangen ze kreukelvrij op hun plaats?
- Zijn de gereedschappen van gisteren gedesinfecteerd en op hun plek?
- Voorbereidend werkmateriaal voor de eerste klanten klaar zetten.
- Zijn er voldoende handdoeken aanwezig?
- Is het team geïnformeerd over de huidige actie? Weet iedereen, welk thema, dienstverlening, service of product vandaag in de belangstelling staat? Heeft de dag een motto?
- Controleer jezelf en je uitstraling in de spiegel: zit mijn kleding goed? Zijn mijn kapsel en make-up voorbeelden voor klanten? Representeer ik met mijn uitstraling de zaak op een perfecte manier? Heb ik een glimlach op mijn gezicht en ben ik een waardige ambassadeur?

Voorbeeld checklist beëindigen werkdag

Resultaat:

De zaak in een perfecte staat achterlaten dat het startende team de andere ochtend op een snelle en stressvrije manier de klanten kan ontvangen.

Let op:

Wij beginnen met de voorbereidingen van de naderende ‘landing’ ruim op tijd maar op een manier dat klanten er geen last van hebben en niet het gevoel krijgen dat ze er uitgewerkt worden.

Voor het professionele beëindigen van een werkdag in een kapsalon gebruiken wij elke dag een nieuwe checklist met de actuele datum. De verantwoordelijke medewerker begint al voor sluitingstijd van de salon met de voorbereidingen. Voor het opruimen en schoonmaken is er een werkproces/standaard en een erbij behorende lijst met de namen van de ingedeelde medewerkers en hun taken. De verantwoordelijke ‘piloot’ voor de landingsprocedure is niet diegene die de zaak moet opruimen maar hij/zij heeft wel de verantwoording voor de uitvoering ervan. Als een medewerker van de hygiëneploeg op een bepaalde dag niet beschikbaar is omdat hij/zij nog klanten heeft, kan de piloot zelf invallen.

- Werkwagens opruimen en gereedschappen schoon maken en desinfecteren volgens werkproces/standaard
- Wasmachine vullen en aanzetten
- Wasdroger vullen en aanzetten
- Afwasmachine vullen en aanzetten
- Telefoons op oplader plaatsen
- Tondeuses op oplader plaatsen
- Digitale camera controleren/opbergen of opladen
- Kassa opmaken volgens werkproces
- € 200,00 wisselgeld in kluis
- Dagresultaten automatiseringsprogramma volgens werkproces veilig stellen en back up maken
- Laatste controle online afsprakenboek en evt. nog (telefonisch/mail/sms) erop reageren
- De loopbonnen voor de eerste klanten morgen ochtend voorbereiden
- Evt. aantekeningen in logboek plaatsen voor het startende team
- Etalage op ‘dode vliegen’ controleren

- Advieshoek controleren en de benodigde accessoires controleren, aanvullen, reinigen
- Monitoren of iPads uitschakelen.
- Wachthoek: stoelen recht zetten. Op leestafel tijdschriften naar soort op drie stapels leggen
- Behandelstoelen rechtzetten met een draai van 23° naar links of rechts
- Droogkappen en climazons rechtzetten
- Muziekinstallatie uitzetten
- Koffiemachine uitzetten
- Verwarming of airco uitzetten of controleren
- Verlichting overschakelen van werklicht naar nachtlicht
- Dit controleren op hygiëne:
 - Wachthoek
 - Garderobe
 - Kapsalon
 - Toilet
 - Kantine
 - Koffiemachine
 - Droogkappen, Climazons, föhns, styltangen

Tip: print dit e-boek uit

Tot slot:

Laat het salonhandboek bij voorkeur door de medewerkers ontwikkelen maar begeleid hen hierin. Een handboek hoort niet in de kast maar op de werkvloer. Het moet blijven leven, dus wordt het regelmatig geëvalueerd en aan de nieuwe kwaliteitseisen aangepast.

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 werkprocessen 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 ontwikkelen van uw eigen salonhandboek, 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 en youtube: 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 laatst 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, België en Duitsland. Je kunt hem volgen via facebook en linkedin. Je kunt zijn vlogs volgen via zijn twee youtube kanalen: ‘Wolfgang Peppmeier’ en ‘Peppmobil on tour’.