



HEALTHY

jouw gezondheid telt!

HAIRDRESSER

BUSINESSCONCEPT





BUSINESSCONCEPT

Een businessconcept is een korte omschrijving van je eigen gedachten over het kappersvak en over de klant. Een goed businessconcept geeft helderheid naar de klant en voor het team en voorkomt daardoor onrealistische verwachtingen zowel bij de medewerker als bij de klant.

Het geeft rust en zekerheid bij de medewerkers, het vergroot de stressbestendigheid en het (werk-) plezier. Het welzijn van het personeel is erbij gebaat en ook dat is arbo.

Een voorwaarde voor succes is dat je het businessconcept strikt doorvoert in je eigen salon: in de benadering van de klant, bij het aannemen en trainen van personeel, bij de inrichting en bij afspraken over werktijden.

Eén van de kapsalons waarmee gesproken is om goede praktijken in beeld te brengen, heeft als businessconcept: **Een eenheid: reinheid, rust, ruimte en privacy**. Andere voorbeelden van businessconcepten bij kappers zijn: Je knipt de ziel van de klant; Verwenconcept; Onze tijd is een tijd van aandacht; Mannensalon. De manier waarop deze kapsalon dit businessconcept in praktijk heeft gebracht, is hierna te lezen bij de uitwerking van de goede praktijk. Dit businessconcept werkt omdat het past bij deze ondernemer: het is een zakelijke uitwerking van zijn eigen ik. Het slaat ook aan: de kapsalon groeit nog steeds.

Deze goede praktijk is voorgelegd aan andere kappers: goed voorbeeld doet goed volgen. Op basis van deze gesprekken is een aantal praktijktips opgesteld die je hieronder vindt.

PRAKTIJKTIPS VOOR HET ONTWIKKELEN VAN EN WERKEN VOLGENS EEN BUSINESSCONCEPT

1. Omschrijf in het kort wat je gedachten zijn over je eigen kapsalon en bespreek dit met het team.
2. Voer het businessconcept consequent door in alles wat je zelf en samen met je medewerkers onderneemt.
3. Train de medewerkers.
4. Zorg voor vertrouwen tussen de medewerkers onderling en tussen de medewerkers en de werkgever.

DE VOORDELEN VOOR WERKGEVERS EN MEDEWERKERS

De voordelen voor werkgevers

- Heldere en duidelijke richtlijnen bij de aanpak van personele aangelegenheden.
- Arbeidsomstandigheden passen in een bredere aanpak van een goed personeelsbeleid.
- Duidelijke taken en verantwoordelijkheden voor het team en de individuele medewerkers.

De voordelen voor medewerkers

- Het werk is een stuk plezieriger omdat er een duidelijke structuur is ten aanzien van taken en verantwoordelijkheden. Daardoor weet je als medewerker veel beter waar je aan toe bent.
- Jezelf verder ontwikkelen in het kappersvak is altijd mogelijk als het past in het businessconcept.





DE GOEDE PRAKTIJK

Een eenheid: reinheid, rust, ruimte en privacy

ARBO IN ONZE KAPSALON

Zoals bij vele kapsalons zijn ook bij ons de fysieke arbeidsomstandigheden goed geregeld: er zijn pompstoelen en kappersfietsen, lichte föhns, vinyl handschoenen en geen producten met sterk allergene stoffen. Waar bij ons extra aandacht aan wordt besteed, is de werkomgeving en het welzijn van de medewerkers. Een medewerker die zich goed voelt in een plezierige werkomgeving levert goed werk.

DE GOEDE PRAKTIJK

“In onze salon geldt als motto: rust, ruimte, reinheid en privacy”. Op allerlei manieren wordt rust gecreëerd voor de medewerkers in de kapsalon: bij het vaststellen van de werktijden, de samenstelling van het team, het verdelen van de werkzaamheden en ook door aandacht te geven aan het privé-leven van de medewerker.

De kapsalon is zo ingedeeld dat er voldoende ruimte is voor de kapster. Dit komt tevens de privacy van de klant ten goede. “Bij reinheid gaat het zowel om lichaam als geest. Als een medewerkster goed in haar vel zit, letterlijk en figuurlijk, dan komt dat ook haar werk ten goede”.

RESULTAAT

Door ervoor te zorgen dat deze vier facetten een eenheid vormen, ontstaat er ook een eenheid rond de klant en de medewerker. Daarbinnen ontstaat een zodanige relatie dat iedere klant met iets nieuws de deur uitgaat: een nieuw kapsel, een andere kleur, een nieuw product of een idee voor iets nieuws voor de volgende keer. Dit wordt zo door de klanten gewaardeerd dat ze steeds weer terug komen en middels mond-tot-mond reclame ook voor nieuwe klanten zorgen. Medewerkers ervaren dit als zeer positief: zij werken met plezier, zijn razend enthousiast en fungeren als ambassadeurs voor de kapsalon. Dat deze aanpak effect heeft blijkt ook uit de cijfers: er is nauwelijks verloop, het ziekteverzuim is maar 2% en kapperseczeem en RSI komen hier niet voor.

FEITELIJKE GEGEVENS

De kapsalon is gelegen in een winkelstraat en bestaat nu 16 jaar. De laatste zes jaar is de zaak gegroeid van 10 naar 28 medewerkers. De gemiddelde leeftijd is 33 jaar, met een goede mix van oudere en jongere medewerkers. Naast de kapsters zijn er nu vier ondersteunende functies: drie receptionistes, één schoonmaker en één administrateur.

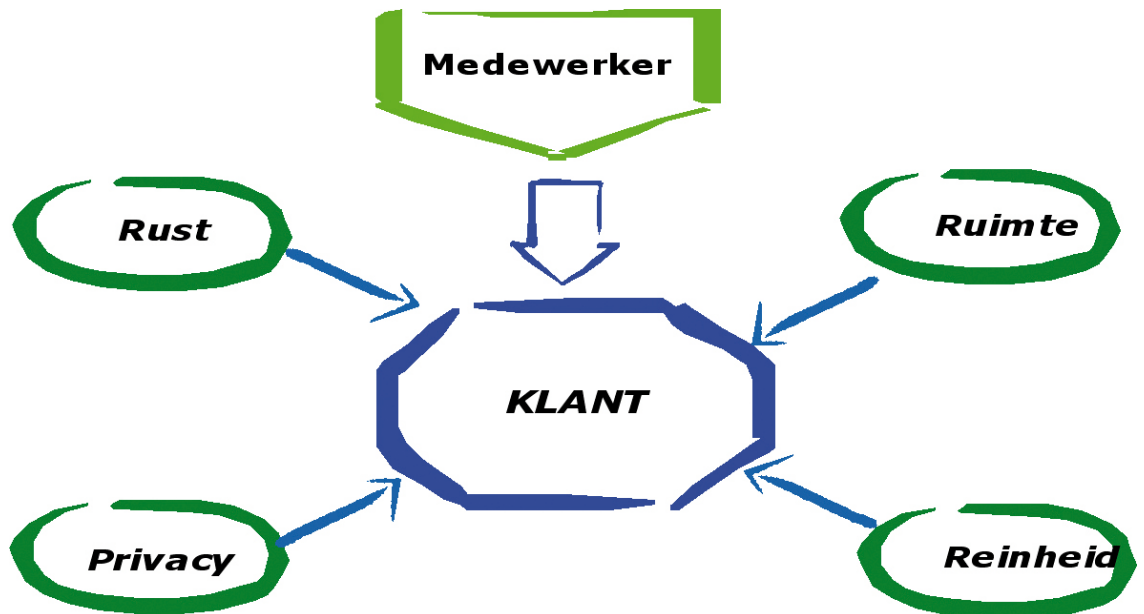
HOE WERKT HET IN DE PRAKTIJK

De kern is een goede relatie tussen de klant en de medewerker. Om dit te creëren wordt voor rust, ruimte, privacy en reinheid gezorgd.





Schema relatie klant - medewerker



Rust

Het belangrijkste is dat de medewerker rust uitstraalt en aandacht heeft voor de klant, niet afgeleid wordt door andere werkzaamheden en geen problemen heeft in de eigen privé-situatie waardoor ze gespannen kan zijn.

Een belangrijke manier waarop rust wordt gecreëerd in deze salon, is door zoveel mogelijk rekening te houden met de wensen van de medewerkers ten aanzien van de werktijden. Binnen de openingstijden (maandag tot vrijdag van 08.00 tot 20.00 uur en 's zaterdags tot 13.00 uur) kiest een kapster haar eigen werktijden. Randvoorwaarde is wel dat de eenmaal gekozen werktijden elke week hetzelfde zijn.

Een andere manier waarop voor rust wordt gezorgd is in het werk. Een kapster kan zich helemaal wijden aan de klant zonder versturende activiteiten zoals nieuwe klanten ontvangen of de telefoon opnemen. Daar zijn receptionistes voor aangesteld.

Het team is verder zo samengesteld dat er een mix is van oudere en jongere medewerkers. Daar is bewust voor gekozen omdat oudere kapsters meer rust uitstralen. De privé-situatie van de wat oudere kapsters is meestal anders dan die van de jongere.

Zo gauw bekend is dat een medewerkster zwanger is, worden er persoonlijke afspraken gemaakt. Er wordt niet gewacht tot het werk te zwaar wordt. Ook dit geeft vertrouwen en rust.

Er is ook aandacht voor de partners van de medewerkers. "Een enthousiaste partner is net zo belangrijk als een enthousiaste medewerker". Partners worden daarom ook bij de zaak betrokken. Waar mogelijk worden ze uitgenodigd voor bijvoorbeeld een borrel na een training, of voor een show. Hierdoor zijn trainingen op afwijkende tijden nauwelijks een probleem.





Ruimte

De hele inrichting is gericht op het creëren van ruimte. Rond de klant en de medewerker is er fysiek veel ruimte en zijn er geen obstakels. Hierdoor hebben medewerkers voldoende ruimte om hun karretje te verplaatsen en zijn wasunits en kleurunits goed bereikbaar.

Ook rondlopende klanten hebben voldoende bewegingsvrijheid. Zo wordt voorkomen dat een klant zich ongemakkelijk voelt doordat ze een ander zou storen.

Privacy

Om meer privacy te scheppen voor de klant is op een slimme manier bij de inrichting gebruik gemaakt van hangende, doorzichtige kunststofstroken. Hierdoor worden werkplekken van elkaar gescheiden en wordt geluid en muziek gedempt.

Reinheid

Er is niet alleen aandacht voor de lichamelijke reinheid maar ook voor de ‘geestelijke reinheid’.

De medewerkers kunnen hiervoor speciaal ontwikkelde trainingen volgen.

- Een yoga training. Doel van deze training is “je kunnen concentreren en je kunnen ontspannen”.
- Een training “Werkhouding”. Doel is te achterhalen wat de oorzaken van pijn in de nek zijn.
- Een training “Afstand nemen van je werk”. Doel van deze training is om te leren je werk los te laten (lastige klanten) en je problemen thuis te laten.
- Een training “Opvangen van kwaaltjes”. Doel van deze training is vooral preventief: zorgen dat medewerkers leren luisteren naar hun lichaam.

In eerste instantie keken de medewerkers vreemd naar deze onderwerpen. Maar eenmaal terug van een cursus zijn de meeste enthousiast en passen het geleerde zoveel mogelijk in de praktijk toe. Medewerkers worden ook aangespoord om te sporten. Om dit te promoten kan een medewerker op kosten van de zaak fitness volgen. Hiervoor heeft de werkgever een zakelijk contract afgesloten met een sportschool.

REACTIES VAN WERKGEVERS EN WERKNEMERS

WERKGEVERS

Positieve reacties

- Een hele mooie opzet. Ik zou graag voor het concept willen kiezen. Ik ben zelf ook gek op mijn werk. Lijkt me goed voor de arbeidsomstandigheden van het personeel. Zeker als één medewerker met één klant bezig is. Dan is er genoeg tijd voor een praatje en voor advisering.
- De privacy is heel mooi. Als kapper kun je dan geconcentreerd werken. Je kunt dan ook beter aandacht besteden aan je eigen lijf. Het lijkt me dat je je beter kunt ontspannen door de informele sfeer die ontstaat tussen klant en medewerker.

Bedenkingen

- Eén medewerker op één klant bij alle klanten is erg duur.
- Deze werkwijze stelt hoge eisen aan de vaardigheden van het personeel.





WERKNEMERS

Positieve reacties

- Ik vind de aanpak heel bijzonder. Als je zo als werkgever naar je medewerkers optreedt krijg je het dubbel en dwars terug. Het lijkt me dat daar een geweldig goede sfeer is. Dat straalt af op de klant. Klanten zien en voelen alles. Als er iets is, als je zelf gespannen bent of de sfeer is niet goed dan slaat dat over op de klant. Maar met zo'n mooie aanpak creëer je een goede sfeer.

