

ELLEN

SALON IN BUSINESS

Business health checklist



Hoe toe te passen en gebruiken?

Deze vragenlijst zal helpen jouw bedrijfssituatie vanuit een helikopterview te bekijken.

Door deze lijst in te vullen krijg je een helder beeld over hetgeen je tot op heden hebt ontwikkeld en heeft bijgedragen tot je succes en welke punten je dient te ontwikkelen om meer succes en rendement te behalen uit je huidige bedrijfsvoering.

Werk de vragenlijst stap voor stap door om een fundamentele basis te bouwen en in de toekomst gestructureerd te ondernemen. Beantwoord iedere vraag met ja of nee.

Streef naar het omzetten van X in V.

Hoofdstuk 1

De basis

De filosofie is de basis voor de bedrijfsvoering van de onderneming, vanuit deze filosofie bepaal je iedere beslissing die in de huidige en toekomstige tijd dient gemaakt te worden. Hoe sterker je gecommiteerd bent aan deze filosofie, des te duidelijker je bedrijfsvoering zal verlopen voor jezelf, je medewerkers en je klanten.

1. **Ik heb een geschreven filosofie voor mijn bedrijf?** Ja Nee

De filosofie is het fundament voor iedere stap die je neemt. Het gaat over de basisprincipes van het bedrijf: de normen & waarden. Zorg ervoor dat deze op papier staan omdat dit duidelijkheid schept en de overdracht naar anderen versterkt. (medewerkers, klanten, leveranciers).

Deel de filosofie met iedereen die relevant is bij de bedrijfsvoering inclusief de klanten.

2. **Alle medewerkers handelen vanuit onze filosofie?** Ja Nee

De filosofie moet tot leven komen om dit als sterke en effectieve tool in te zetten. Het heeft geen zin een filosofie te hebben vanuit jezelf of op een stukje papier tenzij alle medewerkers deze filosofie uitdragen. Wanneer een filosofie is besproken met anderen (medewerkers/klanten) dien je om succesvol te zijn de beloften die je hebt gemaakt altijd na te komen.

3. **De uitstraling van ons bedrijf (website, pui, interieur) reflecteert ons bedrijfsconcept?** Ja Nee

Het concept dient op basis van de filosofie in ieder detail te zijn doorgevoerd om duidelijkheid te scheppen en het vertrouwen van de klant te laten groeien.

4. **Ik heb een winnende strategie voor betere en minder goede tijden?** Ja Nee

Bewust bezig zijn met het voorbereiden van de onderneming op zowel goede als minder goede tijden dwingt jezelf als ondernemer constant na te denken over een passende strategie.

5. **Ik heb een bedrijfsplan voor de periode van 12 maanden vooruit?** Ja Nee

Succesvolle mensen laten zaken niet aan toeval over, zij plannen. Het is een must om een bedrijfsplan te hebben dat minimaal 1 jaar vooruit loopt.

6. **Ik zorg ervoor op de hoogte te zijn van de nieuwste ontwikkelingen in het bedrijfsleven, trends, de branche en consumenten behoefte?** Ja Nee

Succesvolle ondernemers reageren niet alleen op verandering in de markt, zij ondernemen direct actie wanneer er marktverschuivingen optreden of mogelijkheden zich aandienen.

Mogelijkheden en doelen

Op de hoogte zijn wat er op dit moment en in de toekomstige tijd speelt zorgt voor duidelijkheid en de mogelijkheid tot het stellen van realistische doelen waardoor succes op ieder moment van de dag wordt nagestreefd.

- | | | | |
|-----------|---|-----------|------------|
| 7. | Ik heb duidelijke doelstellingen voor alle grote managementgebieden? (Marketing/Personeel/Kwaliteit/Financieel etc.) | Ja | Nee |
|-----------|---|-----------|------------|

Het stellen van duidelijke doelen voor het gehele bedrijf is de basis voor succes en je toekomstige focus. Wanneer je zonder doel handelt laat je alles onderhevig zijn aan veranderingen.

- | | | | |
|-----------|---|-----------|------------|
| 8. | Ik calculeer de target omzet, per salon en per medewerker? | Ja | Nee |
|-----------|---|-----------|------------|

Een absolute boost voor succes is het duidelijk en realistisch doelen stellen voor iedere salon en iedere medewerker. Het is aan te raden doelen te stellen per jaar, per maand en per week. Als je geen doelen stelt is het niet mogelijk je succes of de uitwerking ervan te meten.

- | | | | |
|-----------|---|-----------|------------|
| 9. | Ik bepaal service doelstellingen voor al mijn medewerkers? | Ja | Nee |
|-----------|---|-----------|------------|

Om mensen uit te dagen is het nodig duidelijke doelen te stellen. Voorbeeld: minimaal 90% van de klanten ontvangt een advies.

- | | | | |
|------------|--|-----------|------------|
| 10. | Ik heb alle kosten van de salon in beeld en houd precies bij waar alle uitgaven naartoe gaan? | Ja | Nee |
|------------|--|-----------|------------|

Succesvolle ondernemers weten hoe kosten te managen. De eerste stap is alle kosten te noteren en categoriseren waaraan dit wordt gependend.

- | | | | |
|------------|--|-----------|------------|
| 11. | Ik heb een functioneel controlesysteem welke mij in staat stelt direct beslissingen te nemen. | Ja | Nee |
|------------|--|-----------|------------|

Het is absoluut noodzakelijk om een uitstekend controlesysteem te hebben om risico's en potentieel zo vroeg mogelijk te kunnen zien.

- | | | | |
|------------|---|-----------|------------|
| 12. | Wij hebben gestandaardiseerde richtlijnen voor alle belangrijke processen binnen ons bedrijf welke worden weergegeven in een handboek? | Ja | Nee |
|------------|---|-----------|------------|

Uniformiteit en duidelijkheid binnen een onderneming kan alleen worden gerealiseerd als iedereen hiervan volledig op de hoogte is. Werkprocessen omschrijven in een handboek zodat er een standaard werkwijze is voor diverse processen en er uniformiteit ontstaat op de werkvloer is daarom een must. De beloften na kunnen streven op kwaliteit i.p.v. kwantiteit.

13. **Wij hebben data van de inkomsten van iedere werknemer?** Ja Nee

Of je dit nu doet met een PC of handmatig, dit is nodig om te weten wat de omzet en toegepaste behandelingen zijn per medewerker op gedetailleerde wijze. Deze info voorziet je iedere dag in het direct identificeren van sterkten en zwaktes.

14. **Ik pas mijn doelstellingen aan indien nodig?** Ja Nee

Ieder plan en iedere doelstelling dient regelmatig onder de loep genomen te worden om actie te ondernemen indien de omstandigheden dit voorschrijven.

15. **Ik heb regelmatig meetings met mijn zakenpartners (leveranciers/bank/investeerders/consultants/etc.).** Ja Nee

Contact houden met alle business partners is essentieel voor het delen van informatie en ideeën. Hierdoor zorg je voor duidelijkheid en regelmatige feedbackmomenten richting je partners.

Hoofdstuk 3

Marketing en strategie

De strategie die je implementeert voor jouw bedrijf dient bewust opgebouwd te zijn uit onderbouwde kennis en feiten waardoor een succesvolle uitkomst van diverse keuzes wordt gerealiseerd.

16. **Wij hebben een vast marketingbudget? (vastgesteld op jaarbasis)** Ja Nee

Het is raadzaam een vast percentage te berekenen. - vb. 2% van totale omzet voor marketingactiviteiten om een goede balans te behouden.

17. **Mijn marketingstrategie is gebaseerd op het begrip en behoeften van onze klanten en gewenste doelgroep?** Ja Nee

Alle marketingactiviteiten dienen te matchen met de denkwijze van jouw klanten en doelgroep en zich volledig te richten op hun behoeften.

18. **Alle marketingactiviteiten worden gecoördineerd en zijn gelinkt aan de filosofie van het bedrijf?** Ja Nee

Alle marketingmaterialen die je gebruikt dienen dezelfde opzet, kleurstelling en gevoel te bezitten gelinkt aan de filosofie. zijn gelinkt aan de filosofie van het bedrijf?

19. **Wij hebben specifieke informatie van onze grootste concurrenten?** Ja Nee

Om jezelf te onderscheiden van anderen dien je de volgende zaken van je grootste concurrenten te weten: Prijzen, services, onderscheidend vermogen.

20. Wij hebben een prijslijst die duidelijk en rechtvaardig is voor de klant? Ja Nee

Zoals een menukaart bij een restaurant is het uitnodigend voor klanten om een overzicht te hebben van services en mogelijkheden binnen de salon.

21. Ik calculeer mijn prijzen op basis van kosten en vraag vanuit de markt? Ja Nee

Het principe van business administratie is het hebben van individuele prijscalculatie in plaats van het volgen van de concurrentie.

22. Onze productplaatsing is doordacht en geoptimaliseerd? Ja Nee

Het is zeer raadzaam te checken of alle aandachtspunten worden benut en optimaal worden ingezet.

23. Alle producten bezitten een prijskaartje? Ja Nee

Mensen willen liever niet om een prijs hoeven vragen, daarom raden wij aan producten te voorzien van een prijskaartje.

24. Wij blijven zoeken naar partners die ondersteunen in het behouden en werven van nieuwe klanten? Ja Nee

Crossmarketing partners helpen bij het vergroten van omzet en aantrekken van nieuwe klanten.

25. Wij blijven geïnformeerd over wat anderen (andere haarstylisten maar ook andere beroepen) doen om onszelf te blijven inspireren? Ja Nee

Leren van anderen en delen van ervaring is een zeer sterke en succesvolle tool. Ieder bedrijf zou klaar moeten zijn om te innoveren en zich aan te passen aan markt behoeften.

26. Wij maken gebruik van diverse materialen om in contact te blijven met onze klanten Ja Nee

Zoals een: nieuwsbrief, brochure, info folder, mailing, advertenties, sociale media?
LET OP! Klassieke mediatools zijn ook nog effectief. De opkomst van social media is daarnaast een feit en niet te missen tool voor de toekomst.

27. Wij bezitten een website voor de salon? Ja Nee

Een goede website is essentieel om info te verschaffen voor zowel bestaande als nieuwe klanten. Des te jonger de doelgroep van de salon des te belangrijker om moderne media te gebruiken.

28. Wij maken gebruik regelmatig van in-salon events om specifieke doelgroepen aan te trekken? Ja Nee

Marketing komt tot leven wanneer je actie onderneemt in je salon, de beste plaats voor het uitdragen van marketingactiviteiten is ten alle tijden de salon zelf.

Hoofdstuk 4

Jouw staf

FEIT: Een tevreden medewerker zorgt voor tevreden klanten. Daarnaast dient de kwaliteit van de medewerkers gelinkt te zijn aan de filosofie van de salon waardoor uniformiteit en kwaliteit ten alle tijden wordt nagestreefd.

29. Wij houden een teammeeting minimaal 1x per maand? Ja Nee

Interne communicatie is een zeer sterke tool. Het coachen van mensen is altijd al must geweest maar word in deze tijd steeds belangrijker.

30. Wij houden persoonlijke gesprekken met iedere werknemer minimaal 1x per maand? Ja Nee

Om werknemers uit te dagen en te ontwikkelen is het een must om individueel te spreken op regelmatige basis.

31. Ik maak een verslag na iedere meeting of gesprek? Ja Nee

Maak aantekeningen en noteer de doelen na iedere meeting of gesprek. Door details op schrift te zetten wordt het veel eenvoudiger op bepaalde zaken terug te komen voor zowel jou als saloneigenaar als de medewerker.

Tip: laat iedere werknemer zelf een verslag schrijven en controleer op juistheid.

1. Tijdbesparend. 2. Controlerend of besproken zaken daadwerkelijk begrepen zijn.

32. Iedere medewerker heeft individuele doelstellingen vs omzet? Ja Nee

Iedere medewerker dient exact te weten wat te moeten doen: Hoeveel omzet? Hoeveel klanten? Hoeveel behandelingen? Etc.

33. Iedere medewerker ontvangt support voor het behalen van individuele doelstellingen? Ja Nee

Om doelstellingen te behalen is het nodig in de juiste support te voorzien; productinformatie, seminars/training, rollenspel, etc.

34. Iedere medewerker heeft toegang tot informatie over omzet, gedane services en behandelingen die zij hebben toegepast bij klanten? Ja Nee

Mensen hebben behoefte aan informatie en willen betrokken zijn. Dit is een sterk punt dat helpt bij betrokkenheid van medewerkers.

35. Alle medewerkers bezitten uitstekende technische vaardigheden? Ja Nee

Surveys en marktonderzoeken hebben aangetoond dat klanten van de kapper verwachten dat zij uitstekende kennis bezitten. Test daarom regelmatig kennisniveau van medewerkers om in de verwachting van de klant te voorzien.

36. Iedere medewerker bezit uitstekende productkennis? Ja Nee

Deze onderzoeken hebben tevens aangetoond dat klanten van de stylist verwachten de expert te zijn op gebied van haar/hoofdhuid en beauty in het algemeen.

37. Iedere medewerker bezit uitstekende communicatievaardigheden? Ja Nee

Een professional zijn betekent niet alleen kennis bezitten over services, technieken en producten maar ook een zeer goede gesprekspartner zijn voor de klant in de stoel.

38. Wij volgen training, seminars, cursussen en shows op regelmatige basis? Ja Nee

Het gehele team dient op de hoogte te zijn van de laatste info op het gebied van fashion, technieken, trends, en productinnovaties. Doordat zaken zeer snel veranderen is het belangrijk op de hoogte te blijven.

39. Wij hebben een vastgesteld budget voor educatie op jaarbasis? Ja Nee

Om continuïteit te behouden gedurende het hele jaar is het raadzaam vooruit te plannen op basis van een vast budget per jaar.

40. Wij plannen ons educatieprogramma voor de salon en voor iedere medewerker 1 jaar vooruit? Ja Nee

Voor medewerkers is het behulpzaam om een jaar planning te hebben zodat zij zichzelf kunnen organiseren. Wanneer mensen van te voren weten wat te verwachten en hoe dit in te plannen komen zij niet te staan voor onverwachte surprises.

41. Ik gebruik diverse tools om mijn medewerkers te motiveren Ja Nee

Om je team vol energie te behouden is het belangrijk mensen te motiveren met diverse motivatietools.

42. Wij hebben functie omschrijvingen voor iedere medewerker? (stylist, receptionist, leerling) Ja Nee

Een functieomschrijving toont medewerkers wat te doen en leert hen meer over verantwoordelijkheden en verwachtingen gelinkt aan alledaagse werkrouines.

43. Wij werken aan het versterken van de teamspirit binnen onze salon? Ja Nee

Het kan een positieve bijdrage hebben aan teamspirit om het belonen van het team boven individuele beloning te zetten.

Jouw klanten

De allerbelangrijkste personen binnen jouw bedrijf zijn je klanten. Kennis mbt. de gewenste doelgroep en hoe huidige klanten over jouw bedrijf denken resulteert in een perfecte basis om de kwaliteit nog verder te verhogen en in te spelen op de behoeften van morgen.

- | | | |
|--|-----------|------------|
| 44. Wij voeren klantonderzoeken uit op regelmatige basis en meten de tevredenheid van onze klanten? | Ja | Nee |
|--|-----------|------------|

Doordat verwachtingen en behoeften kunnen veranderen is het raadzaam te checken op regelmatige basis of de salon volledig up to date is en of de klanten zeer tevreden zijn.

- | | | |
|---|-----------|------------|
| 45. Wij hebben een gedetailleerd klantensysteem? | Ja | Nee |
|---|-----------|------------|

Een klantensysteem kan zowel op pc als handmatig worden weergegeven. Het dient alle relevante info van de klant te bevatten en is een kostbare tool voor het boosten van de business en de klanttevredenheid. Het ondersteunt tevens bij het bepalen van marketingkeuzes.

- | | | |
|---|-----------|------------|
| 46. Wij bezitten gestandaardiseerde kwaliteitsnormen (op schrift) over het behandelen van de klant van welkom tot het verlaten van de salon? | Ja | Nee |
|---|-----------|------------|

Een geschreven kwaliteitshandleiding resulteert dat klanten de beste behandeling krijgen tijdens ieder salonbezoek. Gevolg: vertrouwen richting de salon.

- | | | |
|--|-----------|------------|
| 47. Wij werken constant aan het verbeteren van onze services? | Ja | Nee |
|--|-----------|------------|

Degene die stopt met verbetering gaat altijd achterwaarts. Een regelmatig innoverend bedrijf resulteert in garantie voor succes in de toekomst.

- | | | |
|---|-----------|------------|
| 48. Wij houden onszelf op de hoogte van de laatste trends en veranderingen in consumentengedrag? | Ja | Nee |
|---|-----------|------------|

Des te sneller een salon inspeelt op veranderingen des te succesvoller het bedrijf zal zijn.

- | | | |
|--|-----------|------------|
| 49. Wij hebben een klantloyaliteitsprogramma voor onze klanten? | Ja | Nee |
|--|-----------|------------|

Een klant blijvend behouden is veel eenvoudiger dan een nieuwe aantrekken.

- | | | |
|--|-----------|------------|
| 50. Wij hebben een programma om nieuwe klanten te werven? | Ja | Nee |
|--|-----------|------------|

Een gemiddelde salon verliest 10% klanten op jaarbasis. Om dit verlies te compenseren dient de salon nieuwe klanten aan te trekken.

- | | | | |
|---|--|----|-----|
| 51. | Wij trekken minimaal 10% nieuwe klanten aan op jaarbasis? | Ja | Nee |
| Om de balans in klantverloop optimaal te houden is het evident nieuwe klanten te werven. | | | |
| 52. | Het herboeken van bestaande klanten is 90% of hoger? | Ja | Nee |
| Het is eenvoudiger klanten te behouden dan nieuwe aan te trekken. | | | |
| 53. | Het herboeken van nieuwe klanten na hun eerste bezoek is 70% of hoger? | Ja | Nee |
| Het is belangrijk nieuwe klanten om te zetten naar vaste klanten die loyaal zijn aan het bedrijf. | | | |
| 54. | Wij hebben een afspraak ratio van meer dan 70% vooraf gemaakte afspraken? | Ja | Nee |
| Succesvolle salons verkopen hun volgende behandeling zo vroeg mogelijk om te verzekeren dat nieuwe klanten terugkomen naar de salon. | | | |
| 55. | Wij hebben een programma om het direct boeken voor de volgende afspraak te stimuleren? | Ja | Nee |
| Wanneer je direct doorboeken niet aanbiedt of beloont zal je deze behandelingen niet direct verkopen en loop je de kans dat de klant wordt verleid naar een andere salon te gaan. | | | |
| 56. | Wij managen om in contact te blijven met onze klanten tussen behandelingen in? | Ja | Nee |
| Door klanten constant in contact te laten komen met de salon wordt de binding versterkt
Wij hebben ideeën om uitgaven per klant per salonbezoek omhoog te brengen?
Om de totale omzet te verhogen is het aan te raden ideeën te implementeren om omzet per klant te verhogen. | | | |
| 57. | Wij hebben ideeën om de bezoekfrequentie per klant omhoog te brengen? Om totale omzet te verhogen is klanten sneller terug laten komen een oplossing. | Ja | Nee |

Wat nu?

Na het invullen van de checklist bepaal je je persoonlijke actieplan. Bewapend met deze kennis zal je je salon meer winstgevend maken en focussen op zaken zodat je bedrijf blijvend zal groeien.

NAW-gegevens

Organisatie

Contactpersoon

Bezoekadres

Postcode / Plaats

Algemeen telefoonnummer

Mobielnummer

E-mailadres