

Gestione Efficace del Team in Salone

*Consigli ed errori da evitare se vuoi avere un team
motivato e capace di produrre reddito*



a cura del
dott. Angelo Baldinelli

Tributarista - Coach - Formatore specializzato in saloni di bellezza

www.alteregoconsulting.it

indice

03 la
motivazione

09 i 3 errori da
evitare

13 conosci il tuo
collaboratore

18 le basi della
leadership

21 auto analisi



Che cosa significa motivazione?

Motivazione significa: avere un motivo per agire.

Se ti facessi una domanda: Quale può essere il motivo per il quale il tuo collaboratore in salone dovrebbe impegnarsi al 100% per soddisfare la tua clientela ???

Ti sei mai posto questa domanda quando magari vedi che manca quell'energia e quell'atteggiamento positivo nei tuoi dipendenti ?

Quasi sempre non ci poniamo domande, ma affrettiamo conclusioni che spesso non corrispondono con la realtà.

Ogni collaboratore, indipendente dal ruolo che svolge, è mossa da due tipi di motivazioni: una economica ed una psicologica.

La prima motivazione, di tipo economico è motivante solo per un breve periodo.

Quando il tuo collaboratore non aveva un lavoro e lo ha trovato con te, nei primi 3/4 mesi aveva sicuramente un atteggiamento positivo mosso solo da questo aspetto: avere uno stipendio a fine mese. Poi succede che, passato questo primo periodo, anche il tuo collaboratore percepisce come scontato quello stipendio e così perde quel fattore motivante che lo ha caratterizzato nei primi mesi di lavoro.

Per rilanciare la motivazione economica, ogni salone deve mettere in piedi una "gara" a premi, extra stipendio, in base ai risultati che il singolo collaboratore e tutto il team raggiungono in un periodo che può essere mensile o meglio, trimestrale.

Domanda: nel tuo salone hai strutturato un piano strategico economico legato alla produttività dei tuoi dipendenti?

Se lo hai fatto devi rispettare due regole:

- 1 - devi premiare partendo dai dati di ogni singolo collaboratore;
- 2 - devi premiare anche il team come lavoro complessivo.

Primo consiglio che voglio darti è questo. Partendo dal primo punto, devi conoscere ad oggi quanto ti produce ogni singolo collaboratore. Quanti tagli, quanti colori, quante pieghe, quanti trattamenti, quanta vendita realizza mediamente ogni giorno e poi devi prospettare un piano di crescita che preveda un aumento di 1 unità per ciascuno dei servizi che il tuo collaboratore deve realizzare.

Per esempio. Se il tuo collaboratore esegue 3 colori al giorno, devi pianificare nel trimestre il raggiungimento di 4 colori di media giornalieri e magari se esegue 5 pieghe al giorno, prospettare una crescita fino a 6.

Certo molto dipende anche da quante presenze ci sono in salone. Se ti accorgi che mancano le presenze per cui non è possibile che il tuo collaboratore cresca di una unità a servizio, allora dimezza questo obiettivo. Ricordati sempre che ogni collaboratore deve poter lavorare su 7 / 8 clienti al giorno. Se la fiche per addetto invece è molto più bassa, perchè mancano le presenze o perchè gran parte del lavoro lo svolgi tu, allora devi considerare una crescita pianificata un po' più bassa di una unità a servizio.

Ti chiederai, se non mi hai seguito su altri ebook o se non hai mai visitato il blog www.gestionesalone.it, come puoi calcolare la tua fiche media per addetto. Devi fare questa operazione. Prendi le presenze del tuo salone annuali, dividile per i giorni di apertura che solito sono 250, e poi dividi questo dato con il numero dei tuoi dipendenti sommato a te, o se hai un socio, nella somma ci andranno anche il numero dei soci.

Ti faccio un esempio. Se in un anno hai 4000 presenze, dividi 4000 per 250 e ottieni 16 che sono le tue presenze medie giornaliere. Se in salone oltre a te hai 2 dipendenti full time operai, dividi 16 per 3 (1 titolare + 2 operai). Ottieni così nell'esempio che la fiche per addetto media è 5.33. Questo vuol dire che mancano le presenze. Per avere un valore almeno pari a 7, dovresti avere avuto una media di presenze giornaliere di 21 clienti ($21 / 3 = 7$).

Se hai un apprendista da 1 a 3 anni, il valore da conteggiare non sarà 1 ma 0.5. Se per esempio hai due dipendenti, uno è operaio full time, uno è apprendista da 2 anni, allora il valore non sarà 3 (1 titolare + 2 operai), ma 2.5 (1 titolare + 1 operaio + 0.5 apprendista).

Con 16 presenze a questo punto avrai una fiche media per addetto di 6.4 ($16 / 2.5 = 6.4$). Un po meglio rispetto ovviamente all'esempio fatto con due operai. Stessa cosa se non hai addetti full time. Se sono part time, esempio un operaio a 20 ore settimanali, dovrai conteggiare 0.5 invece di 1.

Per gli apprendisti nel quarto e quinto anno, si conteggiano come un operaio.

Ora fai i tuoi calcoli e se vedi che hai tendenzialmente una fiche media per addetto che si avvicina a 7 ma per esempio, il tuo collaboratore esegue solo 2 pieghe e magari solo 1 colore di media al giorno, allora capisci che c'è un margine di miglioramento.

Fai le tue prove. Ci sono altri dati da considerare per essere precisi. Nel nostro programma di consulenza per saloni ovviamente noi consideriamo altre variabili quando pianifichiamo il programma di crescita economica del salone, come ad esempio, la frequenza delle clienti. Se abbiamo una clientela soprattutto mensile allora, il margine di miglioramento è ancora più alto rispetto a quei saloni dove abbiamo delle clienti soprattutto settimanali.

Oltre a questo dato ce ne sono altri. Non possiamo ovviamente trattarli in modo esaudente con un solo ebook.

L'altra leva motivazionale, oltre a quella economica, è di carattere psicologico.

Una delle leve più importanti è la stima e considerazione che il titolare dimostra al suo collaboratore.

Nessuno può migliorarsi se non si sente supportato dal proprio titolare. Spesso succede che siamo bravi a notare le cose che non vanno, ma facciamo molta fatica invece ad evidenziare i progressi anche piccoli che i nostri collaboratori fanno durante la loro giornata lavorativa.

Per motivare usando questa leva, il consiglio che ti faccio, tra i tanti che potrei farti, è quello di osservare con attenzione durante la giornata lavorativa l'impegno e il progresso tecnico e comunicativo dei tuoi dipendenti e, appena hai modo di scambiarci una battuta, farglielo notare.

Il collaboratore si sentirà quindi apprezzato e sicuramente il giorno seguente verrà in salone con un atteggiamento ancora più positivo rispetto a quando invece, questa attenzione verso il collaboratore è assente.



**I TRE
ERRORI DA
EVITARE**

1 - Essere convinto che quello che pensi tu è la verità...



Con i collaboratori si fa questo grande errore... quello di trarre conclusioni affrettate.

QUANDO QUALCOSA NON VA COME CI ASPETTIAMO, PER ESEMPIO, QUANDO UN COLLABORATORE NON FA QUELLO GLI ABBIAMO DETTO... ALLORA TRAIAMO UNA CONCLUSIONE QUALUNQUE E SIAMO CONVINTI CHE E' QUELLA VERA.

Non è così. Quello che noi pensiamo può non essere la cosa vera, o meglio, può non essere quello che davvero è successo.

SOLUZIONE. Quando qualcosa non va come dovrebbe, anziché pensare "il motivo è questo...." FAI UNA DOMANDA... CHIEDI AL TUO COLLABORATORE..IL PERCHE' UNA COSA E' ANDATA IN QUEL MODO...

2 - *Comunicare nello stesso modo con ogni collaboratore.*



Altro errore che ci impedisce di tirare fuori il meglio dalle nostre risorse umane, ovvero dai nostri collaboratori.

NON SIAMO UGUALI. SIAMO UNICI.
Ogni persona è un mondo a se, e per questo devi comunicare conoscendo ogni singolo dettaglio del tuo collaboratore.

C'è chi è più permaloso, chi magari è più introverso, chi magari è più orgoglioso, chi magari è più esuberante, chi magari è più ambizioso. Potrei continuare all'infinito. Ogni persona è unica.

Per questo nelle nostre consulenze, quando affianchiamo i nostri clienti parrucchieri nella gestione del team, somministriamo test per individuare le caratteristiche di ogni dipendente e strutturare così una comunicazione ad hoc.

3 - Considerare il dipendente come un costo e non come una risorsa...

Il successo economico del tuo salone, il tuo tempo libero che potrai guadagnarti in futuro, il tuo benessere totale come imprenditore **DIPENDE DA QUANTO SEI BRAVO A VALORIZZARE LA RISORSA PIU' IMPORTANTE PER UN SALONE: IL COLLABORATORE.**

Il capitale economico, la crescita e il futuro del tuo salone dipendono da come sei bravo a far sentire il tuo dipendente una risorsa importante e non un costo, uno stipendio da pagare.

Per questo è necessario che tu cresca come leader in salone. Per questo noi abbiamo strutturato giornate di formazione proprio per far crescere i titolari di salone su questo importante aspetto. Se non diventi bravo in questo, ti troverai sempre a lavorare con persone demotivate, a perdere i dipendenti, sui quali hai lavorato per anni e a ritrovarti di nuovo da capo.

**CONOSCI
IL TUO
COLLABORATORE**

WWW.ALTEREGOCOCONSULTING.IT

FAI QUESTO TEST INTANTO AD OGNI TUO COLLABORATORE...



Uno dei nostri test per trovare le chiavi con le quali comunicare con ciascun tuo collaboratore, che ti ricordo essere unico è il job motivational test.

Ti esemplifico il test in questo contesto dell'ebook portandoti come esempio soltanto 5 leve motivazionali dalle quali intanto conosci una cosa importante del tuo team.

CHIEDI A CIASCUN TUO COLLABORATORE DI METTERTI PER ORDINE DI IMPORTANZA CRESCENTE (1 MASSIMA IMPORTANZA - 5 MINOR IMPORTANZA) QUESTE 5 LEVE MOTIVAZIONALI ovvero FAI ELENCARE SECONDO LORO COSA E' PIU' IMPORTANTE PER LORO NEL LAVORO PER SENTIRSI SODDISFATTI.

1 - SENTIRSI COINVOLTI NELLA DECISIONI DEL SALONE. Chiedi a ciascun dipendente di dare un punteggio 1 2 3 4 5 a questo aspetto. Se lo reputano il più importante dei 5, allora lo devono mettere al posto 1, dandogli appunto il punteggio 1 (che è il più alto). Se questo punteggio è 1 o 2, allora vuol dire che questo tuo dipendente vuole essere coinvolto perchè ama esprimere il proprio parere. Quindi è un dipendente che cerca responsabilità e quindi probabilmente vuole essere un punto di riferimento nel tuo salone. Magari potrebbe essere uno dei leader futuri del salone.

2 - CRESCITA ECONOMICA COMMISURATA ALL'AUMENTO DELLA PRODUTTIVITA'. Questo è l'aspetto economico. Se il dipendente da massimo punteggio a questo aspetto, vuol dire che è ambizioso e vuole guadagnare di più. Allora devi prospettargli un piano carriera e dargli il piano di azione per motivarsi: guadagnare di più. Se mette all'ultimo posto e quindi da un punteggio 5, vuol dire invece che non è ambizioso, si stressa se gli prosetti una crescita economica basata su obiettivi da raggiungere. Quindi non farlo.

3 - PIENO APPREZZAMENTO PER IL LAVORO SVOLTO. Se il tuo dipendente da un punteggio alto, ovvero mette al primo o secondo posto questo aspetto, vuol dire che ha fortemente bisogno di considerazione, importanza e apprezzamento per quello che sta facendo. Vuole che tu ogni tanto gli dia metaforicamente quella "pacca sulla spalla" per fargli capire che sta facendo bene e che tu hai fiducia in lui. Cerca quindi di valorizzare molto questo tipo di collaboratore.

4 - SENBILITA' VERSO I PROBLEMI PERSONALI. Chi mette al primo posto o al secondo posto questo aspetto ti sta dicendo che come titolare devi accorgerti se c'è qualcosa che non va e magari chiedergli "che cosa hai fatto", "che cosa ti crea un problema". Questo collaboratore vuole un dialogo con il proprio titolare, affinché sia compreso se qualche suo problema può creargli un fastidio. Quindi se hai un collaboratore così, parlaci, chiedi, informati, accorgiti come entra in salone la mattina, che faccia ha e durante il giorno osserva se per caso cambia umore. Non far finta di niente, ma non diventare con questo collaboratore però un titolare eccessivamente paternalista: c'è il rischio che si crea un disequilibrio poi nel rapporto professionale.

5 - SICUREZZA DEL POSTO DI LAVORO.
Se mette al primo o secondo posto questo elemento motivazionale, vuol dire che il tuo collaboratore cerca solo un posto di lavoro e la sua motivazione sta proprio tutta qui. Non dovrebbe essere quindi ambizioso, e può soltanto essere impiegato per ruoli settoriali (tecnico o stilistico) senza parlare con lui di progetti di largo respiro. Fargli solo capire che per mantenersi il suo posto di lavoro deve migliorarsi ogni giorno.

Ci sono tantissimi altri buoni motivi per il quale un collaboratore si senta motivato a dare il meglio di se. Ma intanto tu fai un piccolo test con questi 5 fattori motivazionali e in base alla classifica che faranno, potrai capire già come comportarti con ciascuno di loro.

Nella nostra ormai ultra decennale esperienza nel settore, più vai a conoscere il tuo collaboratore, più riesci a motivarlo e a tirare fuori il meglio.

Questo è uno degli elementi chiave della leadership, una abilità che ti permetterà, se vorrai potenziarla, di prosperare e creare un salone autonomo, di successo e molto redditizio. E tu avrai anche più tempo libero. Lo vuoi più tempo libero ?



**LE BASI DELLA
LEADERSHIP
PER UN TITOLARE
DI SALONE**

WWW.ALTEREGOCOCONSULTING.IT

**IL LEADER E' COLUI CHE
CONDUCE. IL LEADER E'
COLUI CHE ISPIRA.**



Se vuoi che IL TUO SALONE IN FUTURO
PRODUCA REDDITO MOLTO PIU' DI
QUANTO OGGI NON STA FACENDO E
VUOI CONTEMPORANEAMENTE LA
POSSIBILITA' DI AVERE PIU' TEMPO
LIBERO PER TE E LA TUA
FAMIGLIA...ALLORA DEVI DIVENTARE
UN LEADER. UN GRANDE LEADER.

Il titolare di salone per diventare un
grande leader deve prima di tutto:

a) CHIARIRE DOVE VUOLE ESSERE TRA
5 / 10 ANNI

b) DIVENTARE CAUSATIVO. Causativo
vuol dire... deve sempre, ogni giorno,
cercare su di se la soluzione ai
problemi, senza scaricare su
circostanze, collaboratori, clienti e
quant'altro eventuali insuccessi.

c) CREDERCI SEMPRE E COMUNQUE.

Sarai credibile se ogni giorno sarai
entusiasta e CONVINTO DEL TUO
PROGETTO, senza cambiare ne progetto
che hai stabilito al punto a) e senza
cambiare umore facilmente per quello
che succede in salone.

Queste che hai appena letto sono LE BASI DELLA LEADERSHIP.

1 - HAI CHIARO QUANTO STAI FACENDO OGGI IN SALONE E DOVE VUOI ESSERE NEI PROSSIMI 5 ANNI ?

2 - LO STAI CONDIVIDENDO CON IL TUO TEAM QUESTO VIAGGIO VERSO LA CRESCITA ? CHE VANTAGGIO AVRANNO LORO ?

3- IL TUO OBIETTIVO E' MOLTO AMBIZIOSO MA ANCHE RAGGIUNGIBILE E MOTIVANTE PER TE ?

4 - HAI SENSO DELLA RESPONSABILITA' O TENDI A GIUSTIFICARTI E AD ACCAMPARE SCUSE SE LE COSE NON VANNO COME DICI? SEI CAUSATIVO QUINDI ?

5 - QUANTO CREDI IN TE, NEL TUO PROGETTO E NELLA POSSIBILITA' DI REALIZZARLO ? CON CHI LO VUOI FARE ? QUALI SONO I COLLABORATORI CHE TI AIUTERANNO SE SAPRAI MOTIVARLI?

6 - SEI COSTANTE E FOCALIZZATO OPPURE OGNI GIORNO CAMBI UMORE, UN GIORNO DICI PERA E POI IL GIORNO DOPO MELA ? SEI INVECE FOCALIZZATO SUL TUO GRANDE OBIETTIVO ? .. Questi sono gli elementi base della leadership. Ora sai come sei messo.



**AUTO ANALISI
ESERCIZIO
DI CONSAPEVOLEZZA**

WWW.ALTEREGOCOCONSULTING.IT

ORA E' IL MOMENTO DI RIFLETTERE SU DI TE..



Dopo tante informazioni, è arrivato il momento della consapevolezza.

Bisogna che tu faccia un punto sulla tua situazione attuale in salone.

Da buon leader dovresti chiederti innanzitutto:

a) quanto sei soddisfatto del tuo guadagno attuale ? Per lo sforzo che metti, hai una congrua redditività?

b) quanto sei soddisfatto del tuo modo di gestire i collaboratori ? Sono motivati ? Hanno una buona produttività ? Sono formati per gestire il salone anche quando non ci sei ? Fai le riunioni ? Come le fai ? Non mi dire che le fai per elencare soltanto punti negativi del tuo salone spero...

c) hai chiaro in testa dove vuoi essere tra 5 anni ? sei in grado di delegare l'aspetto tecnico ai tuoi collaboratori per poter poi tu dedicarti a marketing, formazione e gestione? lo sai che se non ti stacchi un po' dalla tua operatività giornaliera in salone, non puoi creare un salone migliore di quello di oggi nei prossimi 5 anni ? Siamo ormai in un mercato molto competitivo quindi, oggi vince chi gestisce in maniera eccellente il proprio salone. Non basta saper tagliare i capelli. Cosa stai facendo oggi per aumentare i tuoi clienti ? Cosa stai facendo oggi per aumentare i tuoi servizi e incassare uno scontrino medio più alto ? Cosa stai facendo oggi per studiare una strategia vincente che ti faccia crescere del 40% nei prossimi tre anni ?

Queste sono solo ALCUNE domande che ti possono aiutare a trovare soluzioni. CHI DOMANDA COMANDA !! CHI DOMANDA CONDUCE !!! E devi anche tu prendere la buona abitudine di FARTI DOMANDE.

RISPONDI ORA A QUESTA DOMANDA. COSA DEVE SUCCEDERE NEL TUO SALONE AFFINCHE' TU POSSA GUADAGNARE ENTRO TRE ANNI IL DOPPIO DI QUELLO CHE OGGI STAI GUADAGNANDO ????
rispondi a questa domanda... fallo !!!!

SE TI SEI FERMATO A RISPONDERE A QUELLA DOMANDA... SONO CERTO CHE SEI ARRIVATO AD UNA RISPOSTA.. CHE POTREBBE ESSERE ANCHE PER TE QUESTA...

"PER GUADAGNARE IL DOPPIO DI QUELLO CHE OGGI GUADAGNO FRA TRE ANNI, DEVO OCCUPARMI DI MARKETING, GESTIONE E FORMAZIONE E CREARE UN CODICE SALONE CON IL QUALE I MIEI COLLABORATORI POSSANO SOSTITUIRMI E I NUOVI CHE ARRIVANO APPRENDERE VELOCEMENTE IL METODO E RENDERSI SUBITO OPERATIVI".

Questo ti permetterà di diventare un grande imprenditore nel settore della moda capelli PERCHE' LIBERERAI TEMPO PER DEDICARTI ALLE QUESTIONE STRATEGICHE DEL SALONE. Questo è quello che noi facciamo con i nostri clienti parrucchieri, con cui personalmente lavoro dal 1999.

Ti invito a prendere visione di questa pagina web dove troverai proprio l'accademia formativa che ti farà apprendere questa mentalità vincente di grande imprenditore nel settore della moda capelli. CLICCA QUI E VISIONA QUESTA PAGINA. SONO 6 GIORNATE DI FORMAZIONE SU GESTIONE, COMUNICAZIONE, PUBLIC SPEAKING E LEADERSHIP.

2017

**QUESTE LE
DATE**

GESTIONE 6 MARZO

MARKETING 8 MAGGIO

LEADERSHIP

17 E 18 SETTEMBRE

PUBLIC SPEAKING

12 E 13 NOVEMBRE

INFO 075.927.63.57

ALTRE INFO SUI NOSTRI SERVIZI

WWW.ALTEREGOCONSULTING.IT