

TO NIE JEST TRUDNE?

Czy chciałabyś, aby Twoi pracownicy wyrabiali duże obroty dla Twego Salonu?

Dobra wiadomość dla CIEBIE to taka, że można to zrobić.....

Każdego tygodnia otrzymuję dziesiątki pytań typu: *“Lucyna - Gdzie znaleźć dobrego pracownika?”*, *“Nie daję rady, oni mnie wogóle nie słuchają”*, albo *“Co zrobić, 2 kosmetyczki mnie opuściły i zabrały ze sobą klientów?”*

Jest zawsze powód dla którego Pracownicy odchodzą lub nie wykonują swojej pracy odpowiednio.

Jeśli jesteś właścicielem salonu to dokładnie wiesz o czym mówię. Zapewne zgodzisz się, że powody dla których mamy konflikty to:

- Za krótkie przerwy na lunch, na papierosa – karygodne!
- Nie lubią pracować wieczorami,
- Nie lubią za dużo pracować i robić utargów, ale wypłaty wciąż chcą mieć większe...

lista taka bez dna nieprawdaż?

TERAZ MUSISZ ZAPAMIĘTAĆ TO, ŻE JEST POWÓD DLA JAKIEGO PRACOWNICY ODCHODZĄ Z SALONU LUB MAJĄ PROBLEMY. JEŚLI TYM PROBLEMOM ZARADZISZ ZANIM LUDZIE ODEJDĄ TO....

Zatrudnianie, to największy problem właścicieli salonów beauty. Szczególnie w ostatnim czasie, gdzie rynek bardzo się wysycił, a absolwenci mają dyplomy, ale małą wiedzę.

Przedsiębiorco jesteś sam! Sama!

Jesteś sam/a ze swoimi problemami kierowania, zarządzania firmą. Jesteś sam/a w marketingu, finansach, zaopatrzeniu i co najważniejsze w zatrudnianiu.

Tak, właśnie tak.

Możesz zebrać zespół ludzi, nawet najwspanialszych, ale to niczego nie zmienia w kwestii odpowiedzialności. Ty odpowiadasz za stan twojej firmy.

Większość ludzi, których zatrudniasz to mentalność pracownika. Nawet osoby zarządzające, będą patrzeć przychylniej na interesy pracowników (nawet tych, którzy naruszają prawo) niż właściciela firmy.

Dlatego takie ważne, aby dobrze wybrać do zespołu. Zatem ta część, którą mam nadzieje masz już za sobą, pomoże ci zatrudniać najlepszych.

W biznesie jesteś w osamotnieniu przed urzędami, urzędnikami, ZUS-ami, podatkami. Nie masz nikogo po twojej stronie, chyba, że będzie coś od Ciebie chciał.

No cóż takie mamy korzenie.

Zatem, jak mawia moja koleżanka, musisz być *alfa i gametą*. 😊

Z drugiej strony to wspianiała sprawa!

Bo nikt nie będzie sobie przypisywał zasług Twojej wielkiej firmy, a ty jesteś osoba niezależną.

Ale nie łudź się, że problemy zupełnie znikną. Dopiero się zaczną 😊 Uczysz się cały czas. Idziesz w górę z firma i nie każdemu będzie po drodze. Jednak, kiedy popatrzyś na ludzi trochę inaczej niż do tej pory, jak na ZESPÓŁ WSPÓŁPRACOWNIKÓW, to masz szansę zbudować długotrwałe relacje.

Jak zatem nie tylko kontrolować, ale dać im to czego chcą i mieć szczęśliwych pracowników wykonujących z radością swoją pracę?

Przedsiębiorczość to jak przecieranie szlaków. Bo jeśli idziesz utartym, przedeptanym, stosowanym przez wielu to wcześniej czy później firma osłabnie.

Czy zgodzisz się ze mną, że:

- Większość właścicieli salonów nie ma odpowiedniej kontroli nad Salonem jak i pracownikami?
- Nie umie wyegzekwować odpowiedniego wysiłku jak i lojalności od swoich pracowników?
- Nie nagradza swoich pracowników?
Nic nie dzieje się bez przyczyny. Jeśli nie masz kontroli nad Salonem – to musi być tego jakiś powód. Jaki?

Najczęściej właściciele mają pretensje do odchodzących pracowników. Wykarmiłam, wyszkoliłam, zdradzałam arkana działania, a teraz za tzw. złotówkę więcej idzie do konkurencji.

Albo ostatni przypadek: klientka! otwiera franczyzowy salon tuż obok i... zabiera z salonu, w którym korzystała z usług 2 pracownice.

Wiem, to przykre.

Ale teraz zastanówmy się chwile... Dlaczego ludzie odchodzą?

- Prawdopodobnie nie jest im tak dobrze jak oczekiwali.
- Prawdopodobnie coś nie gra w relacjach.
- Prawdopodobnie zabrakło szczerych rozmów.
- A może docenienia?

Większość z nich odchodząc ma silne poczucie winy, ale dyskomfort pozostawiania dalej w układach, z których prawdopodobnie nie zdajesz sobie jako właściciel sprawy (czasem poczuujemy się tak dobrze, że przestajemy dostrzegać pewne symptomy, albo udajemy, że nie widzimy...)

I kiedy się najmniej tego spodziewasz... trach... odchodzi...

Z drugiej strony, jeśli prowadzisz i rozwijasz formę to najlepszy dowód, że Twoje nastawienie zmieniło się z ja na ty.

Dlatego czasem nie jest Wam razem po drodze. Dlatego ludzie zmieniają miejsce pracy. Mają do tego prawo, to ich rozwój i możliwość.

Zatrzymywanie pracownika, który nie znajduje się na danym stanowisku, to ograniczanie jego możliwości rozwoju.

Pojawia się tutaj jeszcze jeden aspekt.

Ludzie nie są niewolnikami. Mają prawo do zmian, do rozwoju. Dla nich zmiana pracy to także wyjście z pewnej strefy komfortu.

Teraz zadaj sobie pytanie:

Czy chcesz posadę dla siebie w swoim Salonie i bycie jego niewolnikiem?

Czy może chcesz Salon odnoszący sukces i władzę nad nim?

Ludzie potrzebują zmian, żeby móc się rozwijać. Jeśli podejdziesz do tego bardziej świadomie i zaakceptujesz ten stan, że pozwalając odejść w zgodzie, pomagasz mu się rozwijać to prawdopodobnie będzie Ci łatwiej.

Pamiętaj, że jeśli jesteś na drodze przedsiębiorczości, to nie masz wyjścia 😊 Tworzysz coś dla innych. To ta siła wprowadziła Cię na tę drogę. Dlatego nie każdy ci dorówna mentalnością i świadomością. Musisz rozumieć różnice interesów Ty właściciel firmy, która ma zarabiać, żeby przedstawiała wartość dla rynku i pracownik, który (tak został nauczony, wychowany) myśli też o interesie własnym.

Nie każdy też będzie wyznawał te wartości, które wyznajesz Ty.

Jeśli spojrzysz na sytuacje w ten sposób, to przyznasz, że odejście pracownika to najlepsza rzecz, która mogła ci się przytrafić. Prawdopodobnie były sytuacje, które Ci doskwierały. Dały się zauważyć. Dały się wyczuć. Drobiazgi, które „zatrwały” życie, psuły klimat, atmosferę. Nie nadawaliście na tych samych „falach”.

I ta zmiana z jednej strony wymusza na tobie popracowanie nad systemem (udoskonalenie go), bo otwiera oczy, a z drugiej strony wprowadza świeżość w firmie. Każda nowa osoba to właśnie powiew świeżości w takich małych firmach jak salony, to wytrącenie z rutyny, z uśpienia, z pozorów zadowolenia.

Jeśli tym razem naprawdę solidnie przysiędziesz do systemu zatrudniania, to następna taka sytuacja nie wzbudzi w Tobie tyle emocji.

Często podaje za przykład system McDonald.

Zatrudniają najczęściej uczniów i studentów, ale tak są do tego przygotowani, że nawet bardzo rotująca załoga nie wpływa zupełnie na poziom obsługi.

Jednak i w McDonalds idzie nowe. Inteligentna technologia powoli zastępuje ludzi przy przygotowywaniu produktów, bo zakupy bez kasjera już możesz robić 😊 Firma już pracuje nad tym, aby punkty pracowały całkiem automatycznie. Bez ludzi.

TWOJĄ NAJWAŻNIEJSZĄ RZECZĄ JAKĄ WYKONUJESZ W SALONIE TO NIE ŚCINANIE WŁOSÓW CZY WYKONYWANY ZABIEGÓW, A PROJEKTOWANIE ROZWOJU SALONU.

W poprzednich modułach mieliśmy popracować nad atrakcyjnością pracodawcy, ale też nad ścieżką rozwoju pracownika.

W dużych firmach tworzy się specjalne ścieżki karier dla pracowników, w małych salonach, a nawet w tych większych brakuje rozwiązań, które by motywowały pracownika, które by naświetlały mu jakąś przyszłość, zachęcały do rozwoju.

Dlaczego nie ma takich ścieżek w małym salonie? Prawdopodobnie dla tego samego powodu, dla którego salon nie rośnie, nie rozwija się i wciąż jest tylko maleńką firmą.

Nie ma wizji.

Nie wiesz, dokąd zmierzasz, Nie masz PLANU rozwoju na kolejne lata.

Gdy nie masz wizji, planu, strategii koncentrujesz uwagę na przetrwaniu, na tym, żeby nie przegrać, a nie żeby wygrać.

I pojawiają się wtedy obawy, żeby nie ryzykować, a na wszelki wypadek nie będę zatrudniać, albo n czarno, żeby ...co?

Żeby nie ponieść konsekwencji swoich decyzji.

To jak masz się nauczyć, kiedy nie próbujesz?

W konsekwencji, kiedy przychodzi wreszcie do zatrudnienia, na wszelki wypadek szukasz „tanich” pracowników za najniższą krajową albo praktykantów, których ktoś opłaca.

To też jest rozwiązanie. Można i tak też. Nie ma w tym nic złego. Ale to wciąż osoby, którym musisz poświęcić dużo czasu, żeby ich nauczyć.

Żeby je wdrożyć. I najczęściej okazuje się w pewnym momencie, że gracie na przetrwanie, asekuracyjnie i w konsekwencji pracownik nie widząc wielkich możliwości rozwoju, widząc Twoje niezadowolenie, brak klientów – bo to w konsekwencji tak wygląda – odchodzi.

I wtedy Ty zaczynasz trząść portkami, czy nie zabrał ci klientów i zaczynasz dochodzenie o co poszło, zamiast pilnować biznesu i rozwijać jeszcze, mocniej.

Moje sposoby na zatrzymanie pracownika to:

→ Dobre wynagrodzenie. Kiedy zaczynam z kimś, kto nie ma doświadczenia to załatwiamy staż. Po stażu widzisz, czy rokuje czy nie. Czy zbiera klientów czy nie. Ale to Twoja rola, żeby go nauczyć i zmotywować. Mój workbook „Proces klienta” bardzo dobrze pokazuje, jak wypełnić grafik młodej osobie. Oczywiście inwestuje również w stażystę. Szkolenia płatne i wewnętrzne pokazują jak szybko przyswaja wiedzę. Jeśli w ciągu roku stażysta zaczyna robić obroty 4 x brutto wynagrodzenie to już wiesz, że warto było inwestować. Jeśli nie szukasz kolejnej i może jednak bardziej doświadczony osoby. Taki przykład. Na staż przyszła osoba po podstawowym kursie manicure. Dość bystra, zaradna, chociaż wymagała kilku przypomnień o checklistach, żeby dokładnie przygotowywać stanowiska. Wysłaliśmy ją na doszkolenie z manicure oraz szkolenie z pedicure, a potem doszkolenie z pedicure. Koszt szkoleń niewysoki – w sumie ok 2000 zł zwrócił się już w kolejnym miesiącu jej pracy. Była na stażu, więc nas nie kosztowała, a wykonując zabiegi manicure i pedicure szybko odpracowała swoje szkolenia.

→ Wyzwania. Każdy człowiek wie, że jeśli od niego wymagasz to cenisz. Bo kogo się chroni, nie daje zadań, wyzwań? Kogoś, o kim myślimy, że sobie nie poradzi. Jeśli robisz to z chytryści to źle o Tobie świadczy, jeśli nie to znaczy, że nie wierzysz w możliwości pracownika.

I w ten sposób obserwujemy zachowania na rynku. Właściciele prześcigają się w kolejnych kompetencjach, a pracownicy – „zapchaj dziura”. Nie dziw się, że odchodzi. Mało targuje? Usiądź z nią, nim i zapytaj – Jak mogę ci pomóc, albo co możemy zrobić, żebyś w tym miesiącu zrobiła obrót 500 zł większy? Małymi krokami do celu.

→ Docenianie, wyróżnianie pracowników, którzy robią więcej niż inni. Nie tylko cichą „wypłatą” do kieszeni. Może bilet do teatru, może premia oficjalnie ogłoszona, może awans – podwyżka poborów. Warto doceniać ludzi, którzy się angażują więcej niż pozostali.

→ Spotkania cotygodniowe – podczas których rozmawiamy o codziennych sprawach salonu. Podsumowujemy wyniki sprzedaży, efekty osiągnięte przez pracowników. Wdrażamy pracowników w zasady i kulturę firmy. Pracownicy zaangażowani w rozwiązywanie codziennych problemów

utożsamiają się z firmą chętniej. Wiele osób, które zaczęły tę metodę spotkań stosować potwierdzają ich skuteczność.

W ten sposób postępując pomagasz ludziom wzrastać, a kiedy nie jest im zupełnie po drodze z Toba to się z nimi rozstajesz i ich nie ograniczasz.

To jest kultura firmy. Te kulturę tworzysz Ty. Inwestując tylko w siebie mając zatrudnionych ludzi pokazujesz jakim jesteś człowiekiem. Być czy mieć.

Największe firmy na świecie postawiły przede wszystkim na pracowników. Rzadko ich tak nazywają. Najczęściej mówią o nich współpracownicy. Walmart, Disney, Starbucks, Google uważają ludzi za coś więcej niż parę rąk do wykonania zadania, traktują ich jak źródło nowych pomysłów.

Działając uczciwie, z szacunkiem i uznaniem wobec pracowników przekazują im najlepsze wartości.

Kultura firmy zaczyna się od Ciebie.

To jak inwestujesz w pracowników pokazuje, jak dbasz o klientów. Jeśli dla klientów stawiasz niekompetentnego człowieka to znaczy, że ta dbałość jest pod znakiem zapytania.

Dlatego warto pokazać ludziom możliwości awansu finansowego, stworzyć warunki tego awansu, ale też takie, które będą motywowały do zabiegania o klienta poprzez rozwój własnych umiejętności, troskę, współpracę. Klient też wyczuwa, jaka atmosfera panuje w salonie i albo chce w niej pozostać, albo szuka przyjemniejszego miejsca.

UMOWA O PRACĘ

Zanim dojdzie do jej podpisania warto potencjalnego kandydata poinformować o swoich oczekiwaniach, wymaganiach. Zatrudnienie to jest kontrakt i wyrok!

Umowa o pracę to swoisty kontrakt.

Ty dajesz to i to, a w zamian za to oczekujesz tego i tego.

Nie wywiązuje się z zobowiązań rozstajemy się. Tyle w temacie. Płace kalkulujesz odpowiednio do możliwości firmy, ale umożliwiasz wzrost zarobków w miarę osiągnięcia coraz lepszych wyników. Ja zawsze pytam

kandydata o oczekiwania płacowe, bo to dużo mówi o kandydacie. Czy ma ambicje zarabiać, czy kasa za wszelką cenę itp.

Ważne, żeby uczciwie domówić szczegóły przed i zapisać je w umowie, w zakresie obowiązków itp. Wtedy nie ma roszczeń i nieporozumień. Zakres obowiązków musi zawierać także informacje o konsekwencjach niewywiązywania się z obowiązków.



Wartości i przekonania Jacka

- „Trzymając słabych pracowników, wyrządzasz im krzywdę.
- Przedłużasz ich agonię w firmie.
- Jesteś tchórzem, a nie przyjacielem”
- „Zwalnianie ludzi jest dawaniem im możliwości na znalezienie swojego miejsca w życiu”
- „Trzeba mierzyć wyniki, aby oceniać jakość pracy.
- Trzeba oceniać jakość pracy pracownika, aby on sam wiedział, czy pracuje dobrze, czy źle.
- Dopiero wiedząc to, pracownik może się poprawić.
- Jeśli ktoś nie chce poprawić tego, co robi, rozminął się z powołaniem.
- Należy dać mu szansę na znalezienie nowego miejsca w życiu”

Oto wybrane przez P. Michałaka (Akademia Biznesu) ważne uwagi - spisane przez Jacka Welcha, byłego szefa General Electric. Uznaje się go za najwybitniejszego menadżera ubiegłego stulecia. Za jego kadencji wartość firmy wzrosła z 12mld \$ do 500mld \$.

Przysporzył w ten sposób wielu zysków akcjonariuszom i pracownikom korzystającym z owoców tego wzrostu w formie wynagrodzeń, premii pieniężnych i programów opcji.

Przypomnę - przede wszystkim zanim kogokolwiek zatrudnisz, stwórz profil stanowiska (co na tym stanowisku pracownik ma robić, a następnie profil charakterologiczny, czyli jak chcemy, żeby ta osoba postępowała, miała zasady itp.) dopiero wtedy zaczynamy poszukiwania, kiedy już wiemy kogo chcemy. 😊)

KSIEGA SALONU.

W moim salonie obowiązuje księga salonu. Każdy rekrutowany pracownik musi się z nią zapoznać. Zdarzało się, że osoba była już po testach, próbach i na chwilę przed podpisaniem umowy. Po przeczytaniu księgi rezygnowała z pracy 😊

Nie każdemu będą Twoje zasady odpowiadać i im wcześniej się to objawi tym lepiej.

Nasza Księga Salonu stawia na pierwszym miejscu klienta, a na drugim pracownika. Jednocześnie przypomina o obowiązkach pracownika wobec klientów, firmy i współpracowników. Wszyscy dbamy o siebie wzajemnie.

WYNAGRADZANIE

Jeśli będziesz wiedziała czego chcesz, to zapewne będziesz wiedziała CZEGO NIE CHCESZ!

Więc jak to się ma do moich pracowników?

Wszystko co zapisałaś powyżej (Twoje cele i gdzie chcesz być), jeśli tego nie będziesz wiedziała będziesz miała Salon pełen ludzi dążących do czegoś innego, do innego celu, a szczególnie pracowników - zagubionych. Pracowników którzy mają wiele wolnego czasu czy na papierosa, czy na Facebooka.... pracowników, którzy po prostu tylko przychodzą do pracy, wykonają ją jak umieją i idą do domu.

Często jest tak, że nie mając celów i motywacji w Salonie nudzą się „pracą”, nie stosują się do twych zaleceń i ignorują Ciebie. Ale oczywiście nie wszyscy są takimi pracownikami....

Więc sekretem do tego jak dotrzeć do celu jest:

Pokaż im drogę jak i narzędzia jak mają dotrzeć do celu:

Częścią nadzoru jest to, że pokażesz im na samym początku czego chcesz od nich i czego wymagasz już od pierwszego dnia pracy. (omówiliśmy wyżej jak się przygotować)

Powiedz im czego oczekujesz od nich od dnia pierwszego:



- ✓ **Czego chcesz od nich**to niezbędne do tego, aby pracownik wiedział dokładnie co jest wymagane od niego podczas pracy. Jeśli spiszesz to na umowie i będziesz miała to zapisane, w przyszłości gdy problem taki się pojawia możesz wrócić do umowy i przedstawić to pracownikowi. Taką umowę i wszystkie ustalenia dotyczące pracy przechowuj w folderze specjalnie dla tego pracownika przeznaczonym.

- ✓ **Czego wymagasz...**musisz być bardzo precyzyjna jeśli chodzi o to czego oczekujesz od pracownika. Jeśli powiesz, że oczekujesz schludnego i czystego ubrania pewnego dnia możesz się rozczarować widząc pracownika w nieodpowiednim ubraniu, ale schludnym i czystym. Aby tego unknąć opisz dokładnie jak chciałabyś, aby twoi pracownicy ubierali się. Np. Czarne spornie, nie dżinsy, biała bluzka – ale nie sportowa. Możesz zrobić zdjęcie przykładowego ubioru. Obuwie – czarne, na gumowej podeszwie, aby nie stukać. Makijaż, włosy upięte, itd....

- ✓ **Czego potrzebujesz od nich...** powiedz im czego potrzebujesz od nich. Jeśli potrzebujesz, aby obsługiwali min 30 klientów w ciągu tygodnia – powiedz im. Jeśli potrzebujesz, aby wyrabiali 6000zł podczas jednego tygodnia – powiedz im.

- ✓ **Ustal ich utarg** ... utarg każdego pracownika powinien być ustalony od dnia pierwszego. Np. Nie wymagaj od nowego pracownika aby miał 30 klientów w ciągu tygodnia. Ustal realny utrag jaki może taki pracownik zrobić i przeanalizuj po miesiącu podnosząc poprzeczkę.

- ✓ **Co się stanie, kiedy pracownik osiągnie swój utarg?**... powiedz im co się stanie gdy osiągną swój utarg. Nikt nie wykonuje pracy bez nagrody, także twoi pracownicy. Jeśli osiągną określony utarg co takiego otrzymają od Ciebie? Jakie bonusy?....

- ✓ **Co się stanie gdy nie osiągną ustalonego utargu?** ... czy wiedzą o konsekwencjach? Czy będziesz zła, czy będziesz krzywić się 😊, czy będziesz miała plan co się stanie w takiej sytuacji?.. Cokolwiek postanowisz powiedz to im i zapisz tak aby wiedzieli, co się stanie, gdy nie osiągną swego utargu. Może to być dodatkowe szkolenie po godzinach czy cokolwiek...

✓ **Jak wynagradzać?** ... czy stałe wynagrodzenie, czy zmienne? Cały świat idzie w kierunku wynagradzania od efektów. Oczekiwanie większych efektów to dowód uznania dla osoby. Mój sposób to czterokrotność podstawowego wynagrodzenia. Jeśli podstawowe netto wynosi np. 2500 to musi utargować miesięcznie minimum 10000 netto. Prosta zasada. Jeśli przekracza obrót przysługuje jej 10% prowizji od kwoty netto. Oczywiście Ty możesz określić swój sposób, ale nie powinien naruszać finansów salonu. Pracownik musi na siebie zarobić, również ten tzw. nieproduktywny np. recepcjonistka. Zatrudniamy nieproduktywnego pracownika dopiero wtedy, gdy nas na niego stać. Ale kalkulowanie kosztów firmy to już inne szkolenie...

PODSUMOWANIE

Podsumowując; trzy najważniejsze elementy dobrego zarządzania pracownikami:

- Rekrutacja
- Szkolenia
- Komunikacja

Po pierwsze dobór odpowiedniego kandydata. Odpowiednie wdrożenie odpowiedniej osoby a po drugie ścieżka rozwoju jasna i oparta na mocnych stronach osoby. I po trzecie, stała komunikacja z personelem. Dzisiaj to proste, mamy Internet, ale cotygodniowe spotkania to jedno z najważniejszych zadań dla zarządzających firmą.

Chodzi o to by wszyscy czuli się włączeni w działania firmy, ale też, aby język i metody komunikacji wzmacniały pracowników. Firma informuje pracowników na bieżąco o sytuacji firmy, ale wykorzystuje też sugestie i pomysły pracownicze.

Wszystkie największe firmy stosuje także zasady:

- Dobierania odpowiednich pracowników pasujących do kultury firmy;
- Odpowiedni program szkoleń wdrożeniowych do pracy w firmie;
- Zatrzymywanie odpowiednich ludzi;
- Nagradzanie proaktywnych pracowników;
- Kultura firmy zorientowana na pracowników;
- Podnoszenie „poprzeczek” pracownikom, czyli „wierzę w ciebie, dasz radę”
- Wynagradzanie od efektów;

- I chyba jedna z najważniejszych zasad. Prawo do popełniania błędów, uczenia się na błędach.

Nie jest możliwe stworzenie takiego systemu, jeśli nie ma się wizji rozwoju firmy i określonych standardów zarówno pracy w firmie jak i obsługi klienta.

Stwórz je najpierw dla siebie, jeśli prowadzisz firmę jednoosobową, a potem dobieraj do tego ludzi.

Nie ma rozwoju firmy, nie ma skalowania obrotów firmy bez odpowiednich ludzi, bez odpowiedniego zespołu.