

COMMUNICEER IN JE SALON OVER



GEFELICITEERD!

Dankzij jouw creatieve handwerk maak je mensen mooi en geef je hen een goed gevoel. Als kapper heb je ook een sociale functie. Je salon is immers dé plek voor een babbeltje.

Waarom het dan niet eens over gezondheid hebben? Die van jezelf, je personeel, je klanten én de planeet. Want als jij slim en duurzaam omspringt met energie, water, afval en keuze van producten bespaar je niet alleen flink wat geld, je brengt ook een mooi verhaal waarvoor je klanten graag terugkomen.

COMMUNICEER OVER GEKNIPT VOOR DE TOEKOMST!

- Je wilt de eerste stappen zetten met milieu-acties, maar je kan extra hulp gebruiken?
 - Je neemt al milieumaatregelen en wilt die beter in de kijker zetten?
 - Je wilt ook je personeel en stagiaires mee krijgen?
 - Je wilt je klanten aanmoedigen om samen *Geknipt voor de toekomst* te worden?
- De **tools** bestaan uit 3 *delen*:
- stickers voor op de spiegels
 - stickers voor in de salon
 - memo's voor haarfijne tips

Geknipt voor de toekomst geeft je enkele eenvoudige tools om dat gesprek op gang te brengen. Geen moeilijke woorden of lange brochure. 4 iconen tonen de belangrijkste milieuaspecten voor het salon: **water, energie, afval** en **producten**.

Stuk voor stuk leuke conversatiestarters die de band met je klanten versterken. Je toont wat je doet, je personeel krijgt toffe geheugensteuntjes en je klanten zijn een inspiratiebron voor nieuwe acties. **Effectieve communicatie is klantenbinding.**

GEBRUIK VAN DE 3 TOOLS

01. Stickers op de spiegel

Waar?

Plak de slagzin en de 4 iconen samen op je verschillende spiegels. Ze zijn met opzet los ontworpen. Zo bepaal je zelf hoe je ze aanbrengt. Elke kapperszaak is tenslotte anders.

Waarom?

Tijdens de knipbeurt kijkt de klant in de spiegel. Tijd genoeg voor een spontaan babbeltje over milieuacties en *Geknipt voor de toekomst*. Niets is verplicht, alles mag.

De slagzin, *er gaat meer in je haar dan eraf*, roept vragen op bij de klant en opent een gesprek. Je krijgt de kans te vertellen wat je doet rond die thema's en je kunt de klant ook sensibiliseren. Of beter nog: de klant sensibiliseert jou ook.



02. Stickers in het salon

Waar?

Bij elk van de iconen horen een 4-tal stickers met daarop een korte inspirerende tip. Deze plak je in je salon op de plaatsen die voor het thema relevant zijn. Doe je nog niet alle acties? Geen probleem. Jij beslist over welke dingen jij het wilt hebben. Vuistregel: **Doe wat je zegt en zeg wat je doet!**

Waarom?

Je versterkt de zichtbaarheid van je acties én trekt de aandacht. De klant ziet meteen wat je concreet doet en daar kun je over praten. Verder is het een handig geheugensteuntje voor je personeel. Het stimuleert hen de juiste dingen te doen.



03. Memo's voor haarfijne tips

Waar?

Leg ze met een pen bij de spiegel. Zo kan de klant nog andere tips geven.

Waarom?

Mensen dragen graag iets bij. Sleutel tot succes is als je je personeel én klanten actief betreft. Het motiveert je medewerkers nog meer als ze ook eigen ideeën kunnen waarmaken en samen weet je gewoon meer. **Geknipt voor de toekomst wordt je immers samen!**

MIJN HAARFIJNE TIP VOOR :

⚡ 🧴 ♻️ 💧

.....

.....

HOE?

Hoofdzaak is dat je met deze communicatietools en haarfijne tips resultaten kunt boeken.

- Je medewerkers geven tips. Vraag welke thema's zij belangrijk vinden en geef aan wat jouw ambities zijn. Bespreek dit samen en kies de acties die jullie gaan doen. Praat er ook eens over tijdens de middagpauze of bij het opruimen.
- Hoe kies je? Laat iedereen de acties quoteren. De acties die op het meeste bijval kunnen rekenen, voer je uit. Bepaal vervolgens welke meteen toepasbaar zijn en welke voor later zijn (omdat ze meer tijd of investering vragen). Probeer niet alles in één keer te doen. Beter twee geslaagde acties dan een hoop goede voornemens.
- Veranderen lukt het best als je positief bent en je beloont wat goed gaat. Wil je water en energie besparen? Hou meterstanden bij. Maak behaalde resultaten zichtbaar en concreet. Geef, als het goed gaat, meteen een compliment. Gaat het nog niet zo goed? Bespreek dit op een rustig moment. Vraag je medewerkers welk soort ludieke 'straf' je dan samen kunt afspreken. Je zult zien dat ze met toffe ideeën komen én dat het beter werkt.
- Kies een klant die de beste actie voor je salon heeft bedacht. Zet deze in de kijker op je website of Facebookpagina. Maak er een wedstrijd van. Verzamel alle voorstellen van klanten (en personeel) op een prikbord of poster in je salon of op je website en laat je klanten de beste actie kiezen. Die klant krijgt dan een korting op
- Laat klanten hun verhalen over geslaagde milieuacties inzake haarverzorging enz. bij hen thuis, op jouw Facebookpagina delen.

Zo creëer je een gemeenschap en verbondenheid met je salon en **versterk je people, planet én profit!**

