



LIVRE BLANC

REGLES DU JEU EN SALON DE COIFFURE

Ce livre vous est offert par

COIFFEUR | EXPERT BUSINESS





A LIRE – TRÈS IMPORTANT

Le simple fait de lire le présent livre vous donne le droit de **l'offrir en cadeau** à qui vous le souhaitez.

Vous êtes autorisé à l'utiliser selon les mêmes conditions commercialement, c'est-à-dire à l'offrir sur votre blog, sur votre site web, à l'intégrer dans des packages et à l'offrir en bonus avec des produits, mais **PAS** à le vendre directement, ni à l'intégrer à des offres punies par la loi dans votre pays.



Ce livre est sous licence Creative Common 4.0 « Paternité – pas de modification », ce qui signifie que vous êtes libre de le distribuer à qui vous voulez, à condition de ne pas le modifier, et de toujours citer l'auteur Benjamin Salles comme l'auteur de ce livre, et d'inclure un lien vers <http://www.coiffeurexpertbusiness.com>

« Règles du jeu en salon de coiffure » par Benjamin Salles est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Paternité - Pas de Modification 4.0 Unported. Les autorisations au-delà du champ de cette licence peuvent être obtenues à <http://coiffeurexpertbusiness.com>



REGLES DU JEU EN SALON DE COIFFURE

TABLE DES MATIÈRES

Préface	Page 4
10 domaines d'application	
Accueil téléphonique	Page 5
Accueil physique	Page 7
Communication verbale	Page 9
Propreté et image du salon	Page 11
Comportements de l'équipe	Page 13
Responsabilités et délégation	Page 15
Formations et trainings	Page 17
Organisation du travail	Page 19
Baromètre de l'ambiance	Page 23
Pratiques managériales	Page 25
Quizz	Page 28



PREFACE



Benjamin Salles
Fondateur de
Business & Développement

LES RÈGLES DU JEU : ÉLÉMENT FONDATEUR DE LA COHÉSION

L'entreprise coiffure, est avant tout une question d'hommes et de femmes. Vous êtes dépositaires de nombreux savoir-faire qui se transmettent essentiellement par le biais de l'apprentissage.

Dans les métiers de la coiffure comme de nombreux métiers de l'artisanat, l'apprenti démarre jeune et acquiert les compétences avec le temps.

Lorsque vous décidez d'ouvrir ou reprendre un salon de coiffure, vient le temps de l'apprentissage de nouvelles compétences et de nouveaux métiers : ceux de commerçant ou de gestionnaire, mais surtout de manager.

L'animation d'équipe dans un espace souvent réduit avec comme élément central, le client, nécessite la mise en place de règles ou d'une charte destinées à formaliser le fonctionnement du salon.

Ces règles sont d'autant plus importantes qu'elles définissent le cadre dans lequel vont évoluer vos collaborateurs avec constance tout au long de la vie de l'entreprise.

Je vous propose dans ce livre blanc de regarder ensemble les incontournables qui définissent la qualité de bonnes règles du jeu en salon.

Bonne lecture





ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE

« Le meilleur moyen de ne pas être dérangé au téléphone, c'est d'être en dérangement »

Fernand Raynaud





ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE

Il est primordial de se donner des règles du jeu en matière d'accueil téléphonique. Pour laisser au client la meilleure impression possible, il faut respecter une certaine conduite qui donnera une première impression positive avant la venue du client.

- décrochez le plus rapidement possible ! Pourquoi laisser sonner ? La réactivité est un critère de satisfaction essentiel.
- Présentez votre enseigne et présentez-vous ensuite. L'idéal est d'avoir le même protocole pour chaque collaborateur. Cette approche renforce le professionnalisme et rassure le client.
- Souriez au téléphone, cela s'entend vraiment !
- Écoutez en validant régulièrement ce que dit votre interlocuteur pour l'assurer que vous êtes complètement centré sur lui.

Ne jamais perdre de vue que vous êtes au service du client : proscrire toutes les objections : « *oui mais...* », « *ce n'est pas possible* », « *pas maintenant* » ou « *non* »... Vous devez toujours proposer une alternative positive et apporter une solution.



La prise de RDV téléphonique s'apprend. Votre objectif : remplir intelligemment votre agenda. Voici quelques points pour gagner en efficacité :

- Préférence du coiffeur
- Temps estimé de la prestation
- Les jours prioritaires (proposer une alternative)
- Les heures prioritaires

Ne jamais demander au client quand il veut venir car cela ouvre souvent la porte à une objection.

- Reformuler le RDV avec le client
- Remercier le client pour son appel, en utilisant la formule de politesse « Merci madame/monsieur pour votre appel et bonne fin de journée »
- Laisser le client raccrocher le premier.



ACCUEIL PHYSIQUE

« L'accueil, c'est la création d'une atmosphère dans laquelle le visiteur se sent attendu et désiré »





ACCUEIL PHYSIQUE

Il est important de convenir des attitudes et comportements en matière d'accueil physique. On n'oublie trop souvent que les **5 premières secondes conditionnent 80% de la satisfaction finale du client.**

L'accueil doit être agréable, valorisant et souriant. Vous devez créer un climat de confiance.

- Accueillir physiquement le client en allant à sa rencontre. Sourire avec sincérité vous permettra de démarrer le diagnostic dans de bonnes conditions : n'oubliez pas les clients viennent vivre une expérience de bien être...



Demander la permission à la cliente que l'on abandonne un instant, le temps pour accueillir celle qui entre. En période de forte affluence, cette démarche peut se faire à tour de rôle.

Si vous ne connaissez pas le client, évitez : « *Vous avez rendez-vous ?* », et privilégiez : « *Que puis-je pour vous ?* »

- Prendre son vestiaire si c'est un RDV et lui demander si elle va bien
- Prendre le temps de consulter sa fiche dans l'ordinateur : il ne doit pas y avoir de client de passage...
- Prévenir le premier collaborateur qui va s'occuper d'elle
- Installer confortablement le client s'il y a de l'attente et lui proposer : presse mode , book de tendances à jour et une boisson (petit rappel : le monde ne boit pas de café...)



Pour la gestion de l'attente, demander au client quand il souhaite être sorti pour lui indiquer un temps raisonnable.

Lorsque l'on dépasse 10 minutes, l'attente devient pesante. Il est important de venir régulièrement le rassurer sur sa prise en charge, pour rendre ce moment plus agréable.



COMMUNICATION VERBALE

Traduire ses pensées avec finesse et formuler un message clair est souvent difficile. Pour rendre votre communication efficace et réduire l'écart entre ce que vous voulez dire et ce que votre interlocuteur comprend nécessite de l'entraînement





COMMUNICATION VERBALE

Clé de voûte d'une communication réussie, le dialogue doit être fluide. Le collaborateur doit affirmer son professionnalisme par la compréhension des attentes du client et par la qualité des conseils proposés.

Après la phase d'accueil, le diagnostic est un moment stratégique : **90% du montant du service est conditionné par la réussite de cette étape.** Il est important de ne pas utiliser des termes trop techniques souvent source d'inquiétude pour le client.



Faire des mises en situation à l'occasion de réunions pour que chaque collaborateur puisse mémoriser un certain nombre de phrases types et se constituer un argumentaire qui sera à terme porteur de résultats.

Le collaborateur devra alterner entre questions ouvertes, fermées et alternatives.

A titre d'exemple, voici quelques illustrations :

- « Avez-vous une idée précise de la coiffure que vous souhaitez ? »
- « Désirez-vous des suggestions de ma part ? »
- « Comment trouvez-vous vos cheveux en ce moment ? »
- « Êtes-vous toujours satisfaite du style de votre coiffure ou désirez-vous en changer ? »
- « Avez-vous remarqué un modèle qui vous plaise beaucoup ? Lequel ? »
- « Qui vous fait des compliments habituellement sur vos cheveux ? »
- « Quels types de produits utilisez-vous pour vous recoiffer ? Êtes-vous satisfaite ? »

Par ailleurs, il faut savoir utiliser :

La reformulation, preuve d'écoute active, consiste tout simplement à répéter avec d'autres termes ce qu'exprime votre interlocuteur ainsi que la relance qui consiste à demander des précisions au client si la réponse n'est pas suffisamment claire.



PROPRETÉ & IMAGE DU SALON

La propreté est essentielle pour l'image du salon de coiffure. Elle rassure les clients et contribue à la réussite commerciale.





PROPRETÉ & IMAGE DU SALON

Un salon en état d'accueil nécessite une hygiène impeccable quelque soit l'heure de la journée et le volume de travail. Il faut donc une attention permanente de tout les collaborateurs. Il suffit de se mettre à la place du client. Quel serait notre première impression sur la qualité ?

Je vous propose la liste suivante :

- Le sol est balayé après la coupe de chaque cliente et avant le brushing,
- Les miroirs et les tablettes sont impeccables,
- Le bac est rincé et essuyé après chaque utilisation,
- Les peignoirs sont débarrassés des cheveux après chaque utilisation,
- L'espace attente est rangé : magazines récents, press book...
- Les toilettes sont impeccables (inspection régulière impérative),
- Les outils sont rangés et propres,
- Les produits alignés et rebouchés,
- La vitrine est l'image de marque du salon. Les posters sont réactualisés le plus souvent possible ou en fonction des lignes saisonnières.



La propreté pose souvent problème. Il faut résoudre l'organisation et le suivi des tâches en équipe. On peut imaginer que chaque collaborateur est responsable d'un domaine précis et par roulement... et en cas d'inoccupation, le collaborateur en profite pour remettre de l'ordre dans le salon ou la place d'un(e) collègue occupé(e) !

Travailler dans la saleté et le désordre est générateur de mauvaise ambiance et coûte très cher dans la fidélisation des clients qui ne vous le diront pas...



COMPORTEMENTS DE L'ÉQUIPE

Notre attitude influence l'état d'esprit et la cohésion du groupe. Il ne suffit d'être excellent dans son métier pour fidéliser des clients et créer l'unanimité dans l'équipe. Le collaborateur devra donc adopter un comportement irréprochable....





COMPORTEMENTS DE L'ÉQUIPE

L'équipe gagne à adopter des comportements déterminés ensemble vis-à-vis des clients et également entre eux.

Les clients ne sont pas là pour ressentir, ni même soupçonner :

- Les problèmes d'organisation du salon. Ils se traitent en réunion
- Les querelles ou les tensions entre deux membres de l'équipe

Evitez de :

- Parler fort ou d'utiliser un vocabulaire trop familier
- Aborder des sujets trop personnels ou de rapporter les propos d'un client
- Faire preuve de mouvements d'humeur
- Faire des remarques sur un client après son départ si d'autres clients sont présents
- Vous tenir trop décontracté(e) ou avachi(e)

La coiffure est un métier de mode. L'apparence et l'attitude du collaborateur doivent être irréprochables et refléter l'image du salon.

Entre autre :

- Hygiène corporelle : vigilance sur la transpiration ou l'haleine. Les ongles doivent être entretenus et le maquillage ne doit pas être excessif,
- Coiffure : elle doit être travaillée et dans la mesure du possible permettre aux clients de voir des techniques et des couleurs proposées au salon,
- Sourire et bonne humeur : notre attitude a un effet immédiat sur notre entourage,
- Aisance et assurance dans les gestes du coiffeur confortent le client.



Uniformiser ou adopter une tenue identique pour les collaborateurs est gage de professionnalisme et de rigueur aux yeux des clients



RESPONSABILITÉS & DÉLÉGATION

La délégation est principalement de confier votre autorité à d'autres. Cela signifie qu'ils peuvent agir et initier indépendamment; et qu'ils assument la responsabilité avec vous de certaines tâches. Si quelque chose tourne mal, vous restez responsable puisque vous êtes le manager.





RESPONSABILITÉS & DÉLÉGATION

Pour qu'une équipe puisse fonctionner au quotidien de manière satisfaisante, le manager devra organiser et déléguer le travail. Il devra notamment veiller à une répartition équitable et judicieuse des activités de chacun.

Les rôles et les missions de chacun doivent être intégrés au contrat de travail et clairement compris par les collaborateurs sous peine de générer des tensions à terme.



A l'occasion d'une réunion, lister les tâches à assumer par heure, par jour et par semaine avec l'équipe et proposer des tandems pour assurer leur réalisation.

Reprenons quelques tâches incontournables :

- Gestion des stocks techniques,
- Animation de la vitrine,
- Propreté du salon,
- Renouvellement des magazines, des fleurs...
- Gestion du fichier,
- Accueil des clients,
- Prise de RDV,
- Formation aux nouvelles techniques,
- Réactualisation du book tendances,
- Gestion de l'espace vente,
- ...

L'essentiel est de formaliser l'ensemble des tâches et de les intégrer aux fiches postes du coiffeur et du manager. Ce dernier devra alors veiller à la bonne marche du salon. Il doit être exemplaire et savoir recadrer, voir sanctionner les écarts pour assurer de la cohésion et une bonne ambiance.

Pour rappel le manager ne délègue jamais une tâche sans contrôle...



FORMATIONS & TRAININGS

“J'entends, j'oublie; je vois, je retiens; je fais, je comprends.”

Proverbe japonais

S'il y a bien une chose à ne jamais oublier, c'est bien la montée en compétences de ses collaborateurs. Former son équipe constamment devrait être au coeur des préoccupations de chaque chef d'entreprise...





FORMATIONS & TRAININGS

Un plan de formation prendra en compte les éléments suivants :

- Les nouvelles techniques. Elles assurent la fidélisation des clients,
- Les nouveaux produits. Rien ne serait plus gênant que d'ignorer l'existence, les caractéristiques, le mode d'emploi des nouveaux produits.

1. Les stages extérieurs :

Ils concernent les stages métier, la gestion, la communication, la revente de produits...



Chaque collaborateur ayant suivi un stage doit en faire un compte rendu à l'équipe au cours d'une réunion.

2. La formation des nouveaux :

Il n'est jamais évident de s'adapter d'emblée à une équipe performante. On peut imaginer que chaque collaborateur passe régulièrement une heure avec un nouveau, pour lui expliquer les règles du jeu du salon.

3. Les formations internes :

Elles sont ponctuelles et improvisées pendant une période calme, organisées avec récupération (partielle ou totale ?) le soir, après la fermeture en général.

4. Le coût :

Le coût de ces formations est important. Il est nécessaire de prévoir un budget et de bien comprendre que la formation est un investissement. Il appartient à l'entreprise salon de le prendre en charge.



ORGANISATION DU TRAVAIL

Pour orchestrer avec brio les nombreuses tâches qui attendent le chef d'entreprise, celui-ci devra lever certains obstacles sous peine de mettre en péril son activité...





ORGANISATION DU TRAVAIL

L'organisation du travail doit être codifiée sur un certain nombre de points qui ne relèvent pas du choix du collaborateur mais bien du chef d'entreprise ou du manager. Je vous propose 6 points incontournables pour vous aider à clarifier la bonne marche de l'entreprise.

I. La tarification :

Une remarque revient souvent lors des études menées auprès des consommatrices : le flou dans la tarification qui génère le plus souvent une crainte au moment de payer la facture.

Pour rappel : la loi exige d'afficher, pour les salons mixtes, 20 prestations au minimum parmi les plus courantes en T.T.C. en vitrine, de manière lisible et visible de l'extérieur, à hauteur des yeux d'un adulte.

A l'intérieur du salon s'assurer que les tarifs sont visibles et lisibles par la clientèle depuis tous les postes de coiffage ainsi qu'en caisse. Rappelez-vous que l'absence de prix est perçue comme cher...

Enfin la tarification doit être construite en fonction du positionnement du salon et des services que l'on souhaite valoriser et non pas en fonction du salon d'en face !

2. Les horaires :

Vos horaires d'ouverture vont dépendre de plusieurs facteurs :

- L'environnement : bureaux, rue commerçante, centre commercial, lieu estival...
- Le volume d'activité journalier : il faut analyser l'activité sur le tableau de bord,
- Le choix entre avec ou sans RDV,
- Le nombre de collaborateurs,
- Le positionnement du salon : access, milieu de gamme, haut de gamme, luxe...
- Le cadre du salon et les services proposés.



ORGANISATION DU TRAVAIL

En règle générale, le salon ouvre entre 9h et 19h, mais les 35 heures, les règles administratives suivant le lieu et les temps partiels (1 collaborateur sur 4) vous obligent à réfléchir judicieusement à vos horaires d'ouverture.

Retenez que les ouvertures doivent être simples, claires et ne doivent pas bouger tout le temps...



Réfléchissez aux horaires décalés pour vos collaborateurs. Exemple : démarrer à l'ouverture avec un seul employé peut vous permettre d'avoir des équipes complètes aux heures d'affluence. N'oubliez pas que vous ne pouvez plus vous permettre de refuser un client...

3. Les salons avec prise de RDV :

Il est nécessaire de vérifier la veille ou le matin les RDV à venir, de regarder les fiches clients et d'anticiper les impondérables : annulation, absence, retard...

Astuce : sensibilisez les collaborateurs à proposer aux clients, des alternatives sur les créneaux qui vous arrangent. Remplissez en priorité les matinées pour vous laisser le loisir de laisser partir des collaborateurs plus tôt et optimiser votre planning l'après-midi...

4. Les pauses déjeuner :

Au delà du temps de pause minimum, égal à 20 minutes dès lors que le temps de travail atteint 6h, la variabilité et la souplesse des règles de fonctionnement dépendent du chef d'entreprise. Pour satisfaire le client, il est préférable de travailler en bonne intelligence et accorder plus de flexibilité à ses collaborateurs en période creuse pour avoir leur engagement quand l'activité le nécessite.



ORGANISATION DU TRAVAIL

5. Les congés :

La législation est très stricte sur ce sujet (voir convention collective) et doit être appliquée avec soin. Au delà de la prise de congés qui ne peut être inférieure à 12 jours ouvrables entre le 1er mai et le 31 octobre, le fractionnement doit respecter certaines règles. Dans tout les cas, l'équité et la transparence entre les collaborateurs doivent être privilégiées pour assurer une bonne cohésion dans le salon. Le chef d'entreprise devra également tenir compte du flux de clientèle sur les mois importants.



Prévoir une réunion en début d'année pour planifier les vacances annuelles en installant des règles de rotation en cas de litige. Ceci permettra de travailler sereinement le reste de l'année.

6. Les récupérations :

Les règles en matière de récupération concernent essentiellement les heures supplémentaires (voir convention collective).

Mettez en place un planning pour les collaborateurs en tenant compte de l'activité.

7. La tenue du fichier clients :

Le fichier clients est un outil indispensable qui permet de mieux connaître le consommateur et de mettre un nom sur les statistiques. Il doit être rempli rigoureusement car c'est la mémoire du salon. Tous les renseignements permettront de mettre en place des actions ciblées de recrutement ou de fidélisation.



Mettre en place une réunion pour bien expliquer l'utilité du fichier client à chaque collaborateur qui ne doit pas le remplir sous la contrainte, mais en étant partie prenante, sinon il sera inutilisable.



BAROMÈTRE DE L'AMBIANCE

« La mauvaise humeur est affaire de naturel, la bonne humeur est affaire de volonté »

Le sait-on ? L'ambiance est le premier critère de fidélisation d'un collaborateur dans le salon...





BAROMÈTRE DE L'AMBIANCE

La vie de l'équipe doit être le souci permanent du manager en créant un climat convivial.

Voici une liste non exhaustive à surveiller :

- Lieu, musique, parfum : soigner l'outil de travail pour créer un cadre agréable,
- Animation du salon : planifier les événements importants,
- Moments de fête : anniversaires ou événements à fêter une à deux fois par an alimentent la convivialité et la cohésion de l'équipe,
- Pauses, récupération,
- Intégration des nouveaux,
- Fêter les départs,
- Challenges : plaisir du jeu,
- Trainings, partage des savoirs faire,
- Retransmission de l'information aux absents,
- Communication dans le travail : entretiens, réunions,
- ...



Appuyez-vous sur les collaborateurs pour proposer des moments de détente et les laisser gérer l'organisation (prévoir un budget).

La réussite de ces événements passera par la délégation. Si ces rencontres informelles sont impossibles, créez des espaces de décontraction, lors d'une pause en réunion par exemple.



PRATIQUES MANAGÉRIALES

Pour entraîner et fédérer ses collaborateurs, le manager doit maîtriser deux actes de management : l'entretien et la réunion





PRATIQUES MANAGÉRIALES

La communication est un des éléments incontournables pour la réussite d'une équipe au travail. Elle passe par deux actes fondamentaux de management bien distincts qu'il faut savoir pratiquer :

I. L'entretien :

C'est un échange entre 2 personnes avec un objectif professionnel. L'un des 2 protagonistes au moins a un objectif ! Ces objectifs peuvent être convergents, identiques et parfois opposés.

Attention à ne pas confondre avec un entretien type « café du commerce » sans lien hiérarchique et donc d'égal à égal. L'entretien professionnel, lui, se déroule entre un manager (décideur) et son collaborateur avec une relation de pouvoir qu'il ne faudrait pas oublier.

On distingue plusieurs types d'entretiens, dont :

- Entretien de pilotage de l'activité (1 fois par semestre au moins ou plus régulier dans le cas de jeunes collaborateurs inexpérimentés) : faire le point avec chaque collaborateur sur son activité : points faibles, points forts, engagement, difficultés, formation souhaitable...
- Entretien de recadrage : il ne peut avoir lieu que s'il y a un cadre au préalable. Il doit se faire lorsqu'il y a un écart de comportement par rapport à la règle établie. Il faut le faire rapidement après l'incident en prenant le temps de l'analyse dans un lieu neutre.
- Entretien de recrutement : les étapes du recrutement d'un collaborateur demandent de la rigueur en suivant un protocole précis avec des questions à se poser en amont : Qui recherche-t-on ? Quelles informations recueillir ? Comment donner envie au candidat ?
- Entretien de développement annuel : C'est un moment privilégié pour le collaborateur et le manager. Il est normalement obligatoire tous les 2 ans. Il dure environ 1h avec un temps de parole pour le collaborateur de 80%.



PRATIQUES MANAGÉRIALES

Il permet de se projeter pour l'année suivante en abordant tout les sujets, dont les salaires...

Rappel : si le manager peut convoquer un collaborateur quand il le souhaite pour un entretien, ce dernier peut également en solliciter auprès de son responsable... Les entretiens se préparent et sont fixés sur rendez-vous en prévoyant la durée.

2. La réunion :

Elle est indispensable pour souder le groupe, pour motiver les différents collaborateurs et pour créer des synergies entre les différents membres de l'équipe.

La réunion permet de regrouper une partie ou l'intégralité de l'équipe. Ce faisant, elle sert à diffuser l'information utile à tous les membres de l'équipe de façon simultanée ou à traiter collectivement d'une question intéressant les participants.

L'idéal est d'organiser des points réguliers :

- Chaque jour, un mot d'ordre peut être prévu,
- Chaque semaine, explication sur les résultats,
- Chaque mois, l'ensemble de l'équipe se réunit pendant 1 h 30 pour travailler sur un ordre du jour prévu à l'avance,
- Chaque semestre, l'équipe fait le point sur le plan d'actions du salon avec ses conséquences sur la formation et les actions commerciales.



Etant donné la difficulté aujourd'hui de réunir tous les collaborateurs en même temps, privilégiez des réunions plus courtes (10 à 15 minutes) sur un seul sujet pendant les heures de travail, idéalement le matin lorsque tout le monde est réceptif.



QUIZZ

Pour savoir où vous vous situez en matière de règles du jeu dans votre salon, je vous propose de répondre à ce petit quizz...





QUIZZ

	OUI	NON
■ L'équipe est-elle formée aux techniques d'un bon accueil téléphonique ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
■ Vos collaborateurs savent-ils remplir efficacement un carnet de RDV ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
■ Entraînez-vous vos collaborateurs à l'accueil client ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
■ L'équipe s'entraîne-t-elle à faire un bon diagnostic sous forme de training ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
■ La propreté du salon est-elle optimum ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
■ Y a t-il des règles de bonnes conduites écrites à respecter en salon ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
■ Avez-vous adopté un code vestimentaire pour l'ensemble de l'équipe ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
■ Avez-vous des fiches postes écrites ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
■ Envoyez-vous régulièrement vos collaborateurs en formation ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
■ Vos tarifs sont-ils clairs pour toute l'équipe ? et pour vos clients ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
■ Possédez-vous un fichier commercial à jour ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
■ Organisez-vous occasionnellement des évènements festifs ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
■ Faites-vous des entretiens de suivi avec vos collaborateurs ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
■ Fixez-vous des objectifs chiffrés ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
■ Mettez vous des réunions en place régulièrement ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
■ Avez-vous des règles de fonctionnement écrites ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Moins de 7 bonnes réponses : Les règles de fonctionnement sont inexistantes ou presque dans votre salon. Vous devez en faire une priorité et les mettre en place avec vos collaborateurs pour gagner en efficacité et développer votre leadership.

Entre 8 et 14 bonnes réponses : Les règles de fonctionnement ne sont pas clairement définies dans votre salon. Vous devez les compléter afin de les rendre plus opérationnelles. N'hésitez pas à solliciter votre équipe pour le faire...

Plus de 15 bonnes réponses : Les règles sont présentes dans votre salon. Prenez le soin d'affiner voir de compléter certains points. N'hésitez pas à revenir régulièrement sur vos règles de fonctionnement avec votre équipe lors de vos réunions.



BUSINESS & DÉVELOPPEMENT

Développement commercial
en entreprise à taille humaine

Benjamin Salles

06.73.43.92.32

bsalles@biz-developpement.com

« Une entreprise sans ordre est incapable de survivre ; mais une entreprise sans désordre est incapable d'évoluer. »

Bernard Nadoulek

PORT PARALLELE SCOP/ARL – RCS PARIS 492 196 209 Code naf 7022 Z

Siège social : 70 rue Amelot 75011 Paris

Contact : Tel : 01 53 19 96 15 Site internet : www.portparallele.com

PRESTATAIRE DE FORMATION SOUS LE N°11754210875

COIFFEUR | EXPERT BUSINESS



Pour garder une longueur d'avance, retrouvez toutes
informations business de l'activité coiffure sur :

www.coiffeurexpertbusiness.com