

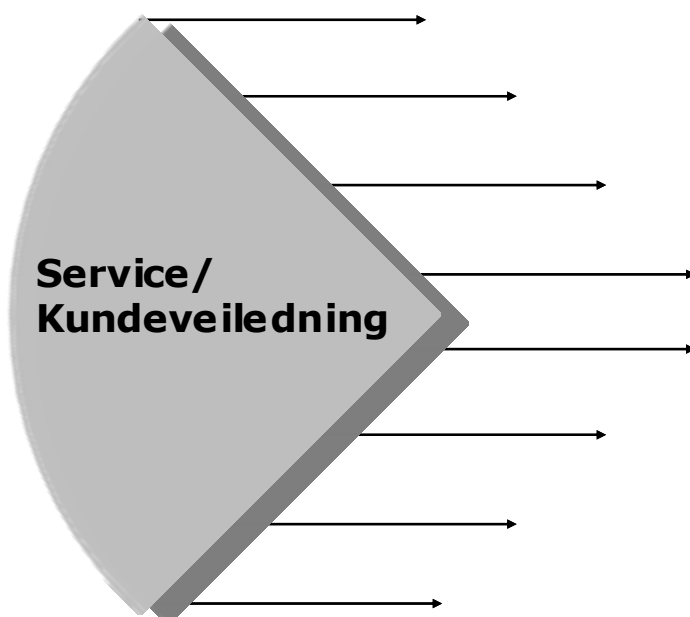
Service

"Service" er et velbrukt ord som sitter løst på folks lepper. Faren er at det sitter "for løst". Det uttales og påstås i en mengde yrker hvor viktig det er å gi kunden "god service". Og akkurat det er det vel få som er i tvil om. Dagens materialistiske samfunn flommer over av merkevarer med høy kvalitet, det være seg i servicebransjen eller rene produkter. Forbruker blir stadig mer kvalitetsbevisst og er gjerne villig til å betale for høy kvalitet. Men konkurransen innen dette sjiktet er stor, og kanskje er ikke kvalitet i seg selv nok til å få forbruker til å velge nettopp DINE varer og dine tjenester?

Når du som forbruker har stor valgmulighet innen kategorier av varer og tjenester som alle holder høy kvalitet, hva er det da som gjør at du velger det ene og ikke det andre? Hvorfor kjøper noen Diesel og ikke Henry Choice? Hvorfor velger man Coca Cola fremfor Pepsi, eller motsatt? Hvorfor velger du den ene restauranten fremfor den andre, når 3 rettersmenyen koster det samme? Og hvorfor velger noen frisørsalongen på hjørnet fremfor deg, når dere har samme prisnivå og like godt vareutvalg...? Dette er et komplekst tema og det er en rekke faktorer som spiller inn og påvirker folks kjøpsatferd. Vi vil berøre noen av de viktigste. Og kvalitet er en vesentlig faktor som spiller inn når du som forbruker tar et valg. Men vel så viktig er "feelingen" du får ved å besøke en restaurant, kjøpe et spesielt parfymemerke, eller klippe deg hos en bestemt frisør? Det handler om image, identitet, følelser og en totalopplevelse. Og det er her service kommer inn, spesielt knyttet til kjøp av tjenester. Det er ikke nok å gi kunden god service, du må gi den beste! Så hva er egentlig god service?

ØVELSE:

For å sette i gang en bevisstgjøring rundt tema "service" foreslår vi en liten øvelse. Snakk sammen om hva hver av de ansatte mener er den beste service. Det er bare positivt om det er mange ulike oppfatninger, slik at dere får i gang en diskusjon. Se om dere klarer å komme frem til en felles oppfatning av hva dere sammen mener er god service og fyll ut skjemaet. Gjenta øvelsen etter at hele kapittelet er gått gjennom og se om dere har endret oppfatning.



Kunden sitter igjen med en totalfølelse etter å ha besøkt salongen din. Og det er denne følelsen vi ønsker skal være positiv og som spiller en stor rolle i forhold til om kunden velger å komme tilbake. Kunden er gjennom flere faser i løpet av den tiden han er i salongen; kunden blir møtt på telefonen av en stemme, han blir møtt i resepsjonen når kunden kommer til salongen, kunden er gjennom en konsultasjon (i større og mindre grad...), kunden sitter ved vasken, er gjennom en faglig teknisk behandling av klipp/farge/styling og sist, men ikke minst skal kundebesøket avsluttes. Og fra kunden kommer inn døren til han forlater salongen skal kunden ha hatt gode opplevelser. Topp service handler derfor om å gi kunden det han betaler for gjennom alle disse fasene. Service er mer enn å smile blidt, ta hånd om kundens yttertøy og servere kaffe.

VEILEDNING

Dyktig veiledning er dessverre ofte et forsømt område hos frisører. Mange konsentrerer seg om selve behandlingen og glemmer eller lar bevisst være å informere kunden. Dersom du ikke veileder kunden din, utfører du heller ikke en fullstendig jobb. Kunden betaler ikke kun for selve hårklippet når han går til frisøren. Det er en del av din jobb som profesjonell frisør å gi informasjon om alt som blir brukt av produkter under behandlingen - og hvorfor. Som profesjonell frisør skal du tilby kunden en totalpakke. Kunden betaler for din kompetanse, som foruten den konkrete klippen/fargen/stylingen også innebærer din kunnskap om hår og hodebunn, produkter, fargeteori, bruk av verktøy, stylingtips og trender.

Dette er verdifull kunnskap, men det hjelper ikke at bare *du* vet – du må dele din kunnskap med kunden. Denne kompetansen må du bruke til å skreddersy hva som er riktig nettopp for den ene kunden du har i stolen. God og riktig informasjon hjelper også kunden i et evt. produktkjøp. Du har også ansvar for at kunden kjenner til de riktige verktøyene for å holde frisyren ved like og holde håret friskt inntil neste besøk hos salongen, dvs. produkter og elektriske artikler. Uten informasjon er det vanskeligere for kunden å velge, mange kvier seg for å spørre og man risikerer å gå hjem tomhendt. Dermed kan misnøye oppstå i etterkant, som selvsagt påvirker kundens totalinntrykk av salongen. Det er ikke snakk om å "pushe" på kunden produkter, men det handler om å stille fakta åpne slik at kunden selv har grunnlag for å velge i forhold til kjøp.

ØVELSE: Still disse spørsmålene til medarbeiderne på et personalmøte eller annen felles samling:

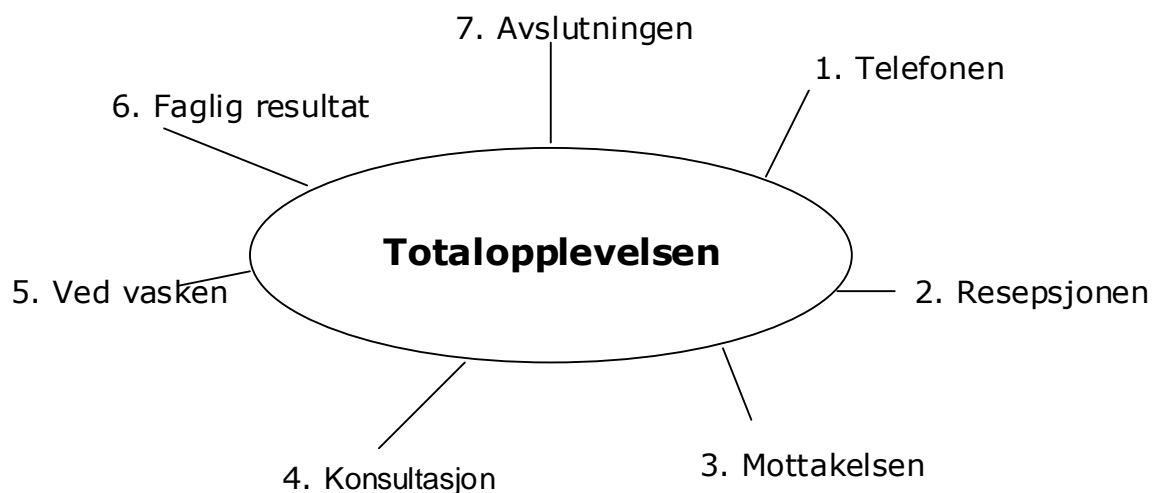
- Er det god eller dårlig service å ikke veilede kunden og informere om hvilke produkter/verktøy de bør bruke hjemme?
- Har noen av deres kunder fått dårlig service tidligere...?
- Skal noen av deres kunder få dårlig service heretter...?
- Hvordan skal vi sikre at ingen av våre kunder får dårlig service på veiledning fra i dag av?

For å sette en standard på salongens veiledningsnivå, diskuterer vi de ulike punktene i skjemaet på neste side og fyller deretter ut skjemaet. Når skjemaet er ferdig, vil det fremgå hvilke konkrete punkter som bør forbedres, når forbedringene skal måles og hvem som er ansvarlig. Det er viktig å fordele ansvar slik at alle føler seg forpliktet til å følge opp salongens veiledningsnivå

KUNDEVEILEDNING	MEGET BRA	BRA	BØR ENDRES	ANSVARLIG FOR OPPGAVEN	UTFØRT INNEN
Anbefale ny frisyre					
Anbefale kur tilpasset kunden					
Anbefale hårrens tilpasset kunden					
Anbefale hodebunnskur tilpasset kunden					
Lære kunden å holde frisyren selv hjemme					
Anbefale verktøy tilpasset kunden					
Egne forslag					

"7 punkter`n"

Det kan være fort gjort å glemme alt man skal ta hensyn til for å gi kunden den gode totalopplevelsen etter et besøk i salongen deres. Det kan derfor være lurt å ha noen kontrollpunkter for hver av fasene, vi har kalt disse fasene "7 punkter`n"



Fremover i kapitlet tar vi for oss hver fase med tips om hva man bør huske på for å gi kunden den beste opplevelsen ved resepsjonen, i ventegruppen, ved vasken osv.

ØVELSE:

Telefonen

- Diskuter hvordan dere opptrer i dag på telefonen, salongens "ansikt utad".
- Diskuter først i fellesskap hvilke følelser dere ønsker kunden skal sitte igjen med etter en samtale med en av salongens medarbeidere på telefonen. Daglig leder noterer de viktigste punktene ned slik at det er tydelig for alle. Listen kan gjerne henges opp et passende sted nær telefonen, men ikke synlig for kunden.

EKS på "Telefoninstrukser"

- Telefonen skal tas raskt og kunden skal oppleve en SÆRDELES hyggelig og hjelpsom medarbeider.
- Telefonen skal ringe maks 3 ganger
- Start alltid med "Hei ...salongens navn...presenter deg selv", eks
 - "Hei, du har kommet til salong ... og du snakker med Lise"
- Gi kunden to alternativer til time
- Ha en vennlig og behagelig stemme. Smil til røret!
- Gjenta alle "data" i bestillingen før du avslutter samtalen.
- Avslutt alltid med "Takk for at du ringte", "Takk i likemåte" ol

Resepsjonen

Diskuter hvordan salongens resepsjonsområde ser ut i dag og om dere evt. trenger å gjøre forbedringer. Fyll ut skjemaet

Resepsjonsområde	MEGET BRA	BRA	BØR ENDRES	ANSVARLIG FOR OPPGAVEN	UTFØRT INNEN
Resepsjonsdisk					
Timelister; oversiktlig, nøyaktig, tydelig navn på kunden					
Venteplassen; ryddig, rent					
Magasiner; oppdaterte, varierte					
Oppbevaring av ytterklær					
Evt. annet					

Mottakelsen

Mottakelsen er utrolig viktig for hvilket førsteinntrykk kunden skaper seg av salongen. Du skal motta kunden med et smil! ☺

- Diskuter dere frem til hvordan dere i salongen ønsker at kunden skal mottas. Skriv ned salongen standard på kundemottakelse.

Eks

- Se kunden med en gang og hils
- Dersom du er opptatt, få øyekontakt og smil og nikk
- Informer om evt. ventetid og hold ventetiden.
- Spør alltid om kunden ønsker kaffe, te, vann og lignende

Konsultasjon

Diskuter hvor mye dere vektlegger konsultasjon før dere starter på behandlingen pr i dag. Hvor viktig er det å gjøre konsultasjon før vi setter kunden til vasken? Er dere like flinke til å lytte til kundens ønsker som dere er til å gi egne anbefalinger?

- Alle blir i fellesskap enig om hvilken standard salongen skal ha på veiledning. Daglig leder skriver punktene ned så det blir tydelig for alle.
- EKS på instruksjoner på konsultasjon.
 - Still diagnose, hvordan er tilstanden til kundens hår og hodebunn? (tørt, fett, svett, flass, sensibelt, normal osv)
 - Spør kunden om det du trenger å vite, husk nøytrale spørsmål. (Hva, Hvem, Hvorfor, Hvordan...)
 - Nøytrale spørsmål brukes for å få et informativt svar og en bekreftelse på det du selv mener. Samtidig vil kunden føle det engasjerende at de blir involvert i prosessen, det er jo nettopp det det dreier seg om!
 - Kom så med forslag til kunden som tilfredsstiller kundens ønsker/behov. Foreslå klipp, evt. kur etter behov, evt. farge etter ønske og forklar hvilke produkter du velger å bruke (og hvorfor!)
- Lag gjerne et *konsultasjonskort*. Noen merker har egne (eks, KMS, Joico). Kortet er en fordel både for kunden, som får det skriftlig hva hun evt. bør kjøpe og bruke hjemme, og for frisøren som vet ved neste besøk hva kunden fikk anbefalt sist.
Eks på punkter i et konsultasjonskort:
 - Hår/hodebunnstilstand / hårtype
 - Frisyre
 - Bruk av shampo/conditioner, evt. kur i salong
 - Evt. farge
 - Stylingprodukter brukt i salong
 - Anbefaling av shampo, conditioner, kur, stylingprodukter og verktøy

Ved Vasken

- Diskuter tema med medarbeiderne. Er vi bevisst nok på kundens følelse/opplevelse gjennom vaskeprosessen?
- Diskuter først i fellesskap hvilken opplevelse kunden skal ha under og etter vaskeprosessen. Sett så ned de punktene dere er blitt enig om.

EKS på "Instrukser ved vasken"

- Spør alltid om det er passe temperatur på vannet
 - Alle kunder skal få 3 min hodebunnsmassasje
 - Alle medarbeidere skal lære seg de mest brukte massasjeregrepene
 - Ikke vær for hardhendt når du tørker kunden
 - Sørg for at kunden ser "ok" ut når han forlater vaskestolen
- Alle ansatte vurderer for seg selv hvilke av punktene under salongens standard de trenger å bli bedre på.

Faglig resultat

Faglig resultat vil si kvaliteten på selve frisyren. (klippen, fargingen, permanenten, stylingen)

- Diskuter hvordan dere forsikrer dere i dag om at kunden er fornøyd med resultatet?
- Har dere en type kvalitetssikring på dere selv? Tester dere hverandre innimellom for å sjekke at nivået på faglig kompetanse opprettholdes over tid? (produktkunnskap, fargekunnskap, klippeteknikk, fargeteknikk, styling, oppsetning, nye trender osv)
- Har dere en kvalitetsgaranti for kunden, evt. vurdert å bruke dette?
A la " Dersom du ikke er fornøyd med klipp, farge, styling" gjør vi jobben på nytt uten ekstra kostnad for kunden" Evt. dersom dere har en kvalitetsgaranti, blir denne godt nok markedsført overfor kunden? Dette er jo en service og fordel dere gir kunden.
- Det yrket du har valgt gir deg enorme muligheter til kontinuerlig å lære nye ting. Man blir aldri utlært! Hvor raskt du vil utvikle deg og hvor dyktig du vil bli, er i hovedsak opp til deg. Mulighetene er der; lær av andre, møt opp på kurs, besøk messer, tren på siste nye teknikker, øv på verktøybruk, ha gode teorikunnskaper, lær deg produktene i salongen – be om hjelp når du er usikker!

Avslutningen

Det første og det siste kunden opplever i salongen fester seg godt på minnet og har mye å si for kundens totalinntrykk av besøket. Det er ikke nok å forlate kunden ved stolen. Jobben med den enkelte kunde er ikke avsluttet før kunden er ute av døren. Det er derfor like viktig å ha gode rutiner for avslutningen som for mottakelsen.

- Diskuter hvordan dere avslutter et kundebesøk i dag?
- Er det behov for bedre og klarere rutiner for avslutningsfasen av kundebesøket?
- Alle kommer med forslag til hva som er gode vaner/rutiner for avslutningen og daglig leder skriver ned punktene dere er enige om. (evt. fyller ut de instruksene som dere har i dag dersom dere mener det er nødvendig)

EKS på ” Instrukser ved avslutningen”

- Hvis kunden ikke sier noe om å ville prøve noen av anbefalingene dine, spør!
 - Om du av en eller annen grunn ikke har fått gitt noen anbefalinger, så spør om det er noe kunden trenger
 - Dersom kunden ikke ønsker noe, repeter produktbehovet og tilby deg å skrive det ned. (gjerne på et konsultasjonskort dersom salongen har det)
 - Gi med visittkortet ditt, dersom du har det.
 - Forklar regningen
 - Spør alltid om de ønsker ny time!
 - Hjelp til med yttertøy
 - Takk alltid for besøket, si HA EN GOD DAG og velkommen tilbake.
- Alle ansatte vurderer for seg selv hvilke av punktene under salongens standard de trenger å bli bedre på.

Er du klar over at...?

- Det koster 5 ganger så mye å skaffe en ny kunde som det koster å beholde en eksisterende kunde..
- Din kunde må ha 12 positive opplevelser for å veie opp en negativ..
- For hver kunde som klager er det 26 misfornøyde kunder som ikke sier noen ting...
- En misfornøyd kunde vil fortelle mellom 8-16 mennesker om sin opplevelse, mens en positiv kunde vil fortelle til 1-2 stykker...