

🔊 LUISTER DIT VERSLAG

-10%

1,0x

+10%

+25%

1,0x

↓ Download naar telefoon

Soort: vergadering · **Duur:** onbekend · **Deelnemers:** [Speaker 1] [Speaker 2] [Speaker 3] [Speaker 4]

Let op — sprekers niet bevestigd. Plaud nummert sprekers (Speaker 1, 2, ...) maar koppelt geen namen. Ga niet uit van wie wat zei; "ik/wij" hoeft niet dezelfde persoon te zijn.

Notulen

Strategie, Zichtbaarheid en Klantenwerving

[Speaker 2] uit frustratie over het feit dat dezelfde gesprekken al 20 jaar gevoerd worden zonder structurele verandering. Het doel is dat het team uit eigen initiatief handelt. De aanwezigheid op social media is onregelmatig. [Speaker 2] benadrukt dat content niet perfect hoeft te zijn; een simpele foto kan met AI worden verbeterd. Social media dient als herinnering voor klanten om een afspraak te maken. [Speaker 1] stelt voor om transformaties te documenteren. Jolien ([Speaker 3]) heeft een social media plan opgesteld, maar haar posts tonen voornamelijk haar eigen werk (kleuringen), wat geen representatief beeld van de salon geeft. Er is behoefte aan een consistente, professionele filmstijl (statische beelden) en een vaste plek met goed licht. Het doel is om een contentbuffer op te bouwen door een maand vooruit te filmen.

De bezetting in de salon is lager dan verwacht en wordt gekoppeld aan een gebrek aan online zichtbaarheid, mede doordat de website geen nieuwe blogs krijgt. [Speaker 1] merkt echter op dat haar agenda volgeboekt is via mond-tot-mondreclame. [Speaker 2] erkent de kracht hiervan, maar benadrukt dat een online aanwezigheid essentieel blijft. Het streven is om standaard een week vooruit volgeboekt te zijn.

Interne Processen en Werkcultuur

Er wordt geconstateerd dat taken op de agenda (zoals "extension checks") niet worden uitgevoerd, wat leidt tot problemen met klantafspraken. Het voorstel is om deze taken

prioriteit te geven. De status van extensions moet, net als in vestiging Wateringen, direct in het systeem genoteerd worden. Ook moeten oude notities bij gekopieerde afspraken worden verwijderd. Het gebruik van checklists wordt aangeraden.

De werkverdeling bij het ontvangen van klanten is een frictiepunt; [Speaker 2] loopt vaak als eerste naar klanten, wat deels een automatisme is. De suggestie is om 's ochtends de planning te bekijken om te bepalen wie het rustiger heeft. Medewerkers wordt gevraagd proactief focusplekken in te plannen en "nee" te zeggen tegen verzoeken als ze met een prioriteitstaak bezig zijn. Duidelijke communicatie over de eigen gesteldheid (bijv. rugklachten) is nodig om de planning hierop aan te passen.

Er heerst frustratie over het opruimgedrag, zoals het laten staan van kopjes en het niet correct deponeren van handdoeken. Het wassen en opvouwen van de was is een terugkerend probleem. Afspraken over het scheiden van was (handdoeken, kapmantels, turbans) en het gebruik van wasmiddel worden niet nageleefd.

De communicatie in het team is verbeterd en opener geworden. [Speaker 3] voelt zich veiliger in het team. [Speaker 2] erkent dat hij soms voorzichtiger moet zijn met feedback en dat hij aangesproken mag worden op zijn gedrag (bijv. luid roepen door de zaak). Jorah krijgt een compliment voor haar positieve verandering en collegialiteit.

Commerciële en Operationele Afwegingen

Het doel is niet per se meer omzet, maar een efficiënte bedrijfsvoering met een gezonde werk-privébalans. De focus ligt op het vullen van reguliere openingstijden, niet op extra koopavonden. Er is discussie over de prijsstelling van kleurbehandelingen, met een mentale grens van €400. Het advies is om geen garanties op kleurresultaten te geven en een tarief van €15 per 10 minuten extra tijd in te voeren. Voor lang haar geldt een toeslag van €45.

Er wordt voorgesteld een database bij te houden met redenen waarom nieuwe klanten van salon wisselen, wat als waardevolle data wordt gezien. Concurrentie is toegenomen, waardoor wordt voorgesteld te innoveren met nieuwe technieken en te oefenen op modellen, zelfs als dit korte-termijn omzet kost. Een stilgevallen project voor een fotoshoot en blog ("Broccoli") wordt aangehaald als voorbeeld van een initiatief dat door het team opgepakt kan worden.

Werkrooster en Klantbehandeling

De afspraak dat medewerkers drie zaterdagen vrij mogen nemen in ruil voor een volgeboekte maandag wordt herhaald. Uitzonderingen zijn bespreekbaar. [Speaker 2] geeft aan liever geen onwelwillende klanten aan te nemen.

Volgende Afspraken

De afspraak van 1 post per week per persoon op social media handhaven om een contentbuffer op te bouwen.

Content consistent filmen volgens de besproken richtlijnen op een vaste, schone plek met goed licht.

Rekening houden met de privacy van klanten bij het filmen; niet filmen bij weerstand.

Taken op de agenda (zoals extension checks en focuslijsten) krijgen prioriteit en worden als eerste uitgevoerd.

De status van extensions (besteld/binnen) direct bij de afspraak in het systeem noteren.

Bij het kopiëren van behandelingen altijd de oude notities verwijderen.

Een behandeling aanmaken in het systeem voor "extra tijd" tegen €15 per 10 minuten.

Een database opzetten om feedback van klanten bij te houden over waarom ze van salon wisselen.

De was consistent scheiden en altijd wasmiddel gebruiken; handdoeken alleen in de bestemde mand deponeren.

Duidelijk communiceren naar de planning bij ziekte of behoefte aan een rustigere werkdag.

Bij twee knipbeurten op de reservelijst mag een VIP-plek worden ingepland.

Medewerkers moeten drie zaterdagen uitzoeken waarop ze vrij willen zijn en dit communiceren.

Zorg ervoor dat de agenda's van 's ochtends tot 's middags volgepland zijn.

Jorah kan van de zwarte lijst gehaald worden.

AI-suggesties

AI-suggesties

AI heeft de volgende problemen geïdentificeerd die niet zijn afgesloten in de vergadering of waarvoor duidelijke actiepunten ontbreken; gelieve hierop te letten:

Social Media & Content:

De afspraak om één post per week te plaatsen wordt niet gehaald. Er is niet besproken hoe

dit concreet verbeterd wordt, wie de eindverantwoordelijkheid draagt voor de content of wie de voortgang monitort. De rol van [Speaker 2] bij de contentcreatie blijft onduidelijk.

Innovatie & Projecten:

Er is gesproken over de noodzaak van innovatie, maar er zijn geen concrete plannen gemaakt (bijv. brainstormsessies, trainingen). Het project "Broccoli" is stilgevallen zonder nieuwe verantwoordelijken of vervolgstappen.

Interne Processen:

Hoewel taken en agendapunten niet worden uitgevoerd, is er geen controlemechanisme afgesproken. De inconsistente planningsstijl wordt erkend, maar er is geen duidelijke richtlijn vastgesteld. Ook zijn er geen duidelijke afspraken over de verdeling van huishoudelijke taken en het ontvangen van klanten.

Website & Klantendata:

De website wordt genoemd als factor in verminderde zichtbaarheid, maar er is geen actiepunten geformuleerd. Voor de op te zetten klantendatabase is niemand toegewezen.

Prijsstelling & Planning:

Er is geen structurele beslissing genomen over prijsstelling bij uitzonderlijke behandelingen. Het proces voor het aanvragen en inplannen van de drie vrije zaterdagen is niet vastgesteld.