

Source : COIFFURE DE PARIS juin 2013

MAÎTRISER SON TEMPS ET SES PRIORITÉS

Un challenge au quotidien

Si gérer efficacement son temps et ses priorités semble indispensable au bon fonctionnement d'un salon, cette action devient parfois un vrai casse-tête. Pourtant il existe des dispositifs pour sortir de ce cercle vicieux. Décryptage.

« **D**istinguer le plus urgent du moins important », telle est la règle d'or pour organiser son temps de travail et accomplir au mieux chaque tâche sans se laisser déborder. Problème numéro 1 ? La gestion du temps et des plannings sont aussi une source de stress au quotidien. Loin de se résoudre facilement, ces difficultés se sont encore accrues ces dernières années, avec la réduction des effectifs. Franck François, pdg et fondateur des salons Vog Coiffure et Tchip, constate : « La gestion du temps et des plannings est devenue un réel souci pour la profession. Le bouleversement provoqué par les 35 heures a été accentué avec la crise en 2008. Désormais, il y a moins de coiffeurs dans les salons, ce qui implique pour chaque

équipe de repenser toute son organisation. Car, une mauvaise gestion du temps peut perturber, de manière significative, la fréquentation du salon. »

Que le salon fonctionne avec ou sans rendez-vous, la bonne gestion du planning demeure une prouesse quotidienne. Situé en étage, le salon David Mallett à Paris ne reçoit pas de clientèle de passage et, par conséquent, ne prend que sur rendez-vous. Alain Haberlay, coiffeur et manager chez David Mallett, reconnaît que les clientes qui se désistent au dernier moment ou arrivent avec beaucoup de retard, peuvent déstabiliser l'organisation du salon et perturber l'équipe. « Nous avons tenté de remédier à ce problème en téléphonant à la cliente, la veille de son rendez-vous, pour confirmation. Au départ,

cette solution ne s'appliquait que pour les rendez-vous du samedi, mais elle s'est révélée si efficace qu'on l'utilise désormais pour tous les autres jours de la semaine », explique David Mallett. Le salon a, par ailleurs, recruté une directrice de clientèle, qui se charge exclusivement de la gestion du planning et a aussi affecté deux personnes à la répartition des clientes vers les coiffeurs et les coloristes. Une organisation qui permet à l'équipe de respecter les horaires.

Pour Franck François, décrypter le parcours de la cliente, de son entrée dans le salon jusqu'à sa sortie, s'est révélé très positif pour booster l'efficacité des équipes. Après le succès du parcours de Madame Vog, Franck François a renouvelé l'expérience pour les salons Tchip : « Nous avons réalisé une analyse complète, qui a permis de tracer une courbe entre attentes et satisfactions de la cliente, dit-il. Accueil, temps d'attente, prise en charge, diagnostic, prestation... » 10 points de travail différents ont été pris en compte afin de trouver les meilleures réponses. L'objectif : optimiser l'organisation du salon pour rendre la cliente heureuse. Et, en termes de chiffre d'affaires, ce travail a permis au groupe d'enregistrer des résultats bien supérieurs à ceux du marché actuel de la coiffure. Malgré tout, si dans une même équipe, certains collaborateurs

« IDENTIFIER SA RELATION AU TEMPS »

Richard Wolff, fondateur de la « Voie des Hommes », société de conseil et de formation professionnelle, explique : « Aujourd'hui, le sentiment d'être débordé et de ne plus réussir à accomplir sa mission peut toucher n'importe quel individu sur son lieu de travail. L'hyper-connectivité, à laquelle nous sommes tous confrontés depuis quelques années, a accru ce sentiment de devoir toujours en faire plus en moins de temps. Les personnes qui font appel à nous ne parviennent plus à dissocier l'urgent de l'important et subissent les tâches, plutôt que d'être pro-actifs. La première étape de la formation consiste à identifier sa relation au temps. Celle-ci est différente selon les individus : un même moment va passer vite pour certains et paraître très long à d'autres, il est donc difficile de s'approprier cette notion abstraite. La seconde étape consiste à distinguer les tâches et à les classer (prioritaires ou superflues). Pour certaines personnes, une démarche de coaching peut être nécessaire, si la notion de temps constitue un vrai handicap. Cette approche de la personne, plus psychologique, a pour but d'améliorer sa relation au temps, même si elle est en réelle situation de blocage. »

FLASH INFO BUSINESS

Source : COIFFURE DE PARIS juin 2013

parviennent à remédier aux problèmes liés au temps, d'autres peinent à cerner les priorités et, par conséquent, mettent en péril une mécanique bien rodée. Fondateur de la société La Voie des Hommes, Richard Wolff, formateur et consultant, précise : « *L'un des problèmes majeurs est de réussir à évaluer le "budget temps". En réalité, on minimise toujours le temps que l'on pense devoir affecter à une tâche, d'où une accumulation de retard sur les suivantes.* » Bien évaluer et calibrer le temps s'apprend en formation. Cette approche permet à l'individu de se sentir plus à l'aise avec sa propre gestion du temps, et cela réjaillit invariablement sur l'ensemble de l'équipe.

Si une mauvaise gestion du temps influe inévitablement sur la productivité et le chiffre d'affaires du salon, elle génère aussi un stress important pour les individus. Face à cette situation, le gérant n'hésite plus désormais à suivre des formations et à faire appel à des professionnels pour aider les collaborateurs en difficulté.

LA FORMATION, UN OUTIL ESSENTIEL POUR OPTIMISER SA GESTION DU TEMPS

« *On peut avoir beaucoup de coiffeurs dans son équipe, s'ils ne savent pas optimiser leur temps de travail, cela va se ressentir sur le chiffre d'affaires,* précise Georges Manuel, ambassadeur de la marque Camille

Albane et gérant de plusieurs salons en franchise. *Une bonne organisation implique de hiérarchiser les priorités, ce qui va permettre de mieux performer et, surtout, de mieux marger !* » En matière de gestion du temps, la formation apparaît comme une solution pour de nombreux managers, mais elle se doit d'être parfaitement adaptée. D'où l'importance de bien analyser, en amont, les difficultés de chaque collaborateur. Chaque année, Camille Albane met à disposition des franchisés et de leurs collaborateurs, des modules de formation pour une meilleure organisation et une vraie optimisation du temps de travail dans les salons. Que ce soit pour les franchisés Vog

FLASH INFO BUSINESS

Source : COIFFURE DE PARIS juin 2013

rents stages de management qui abordent, entre autres, la question de la gestion du temps. Julie Vidal, Directrice Marketing Clients L'Oréal Produits Professionnels France, explique : « Une bonne organisation et une bonne gestion du planning doivent certes être au service de la rentabilité du salon, mais tout en assurant une vraie qualité de service aux clientes. Ainsi, dans nos différents stages, nous incitons le gérant à avoir une analyse précise de son business pour comprendre comment se construit son chiffre d'affaires sur la journée, sur la semaine ou sur certains créneaux horaires... Ceci afin de définir et de mettre

ment une forte demande d'accompagnement dans l'organisation et la gestion du salon, poursuit Julie Vidal. Les réponses personnalisées que nous apportons varient suivant les salons et leur business. Et anticiper les nouveaux besoins nous pousse à toujours innover en termes de formation. » Une fois que le manager a cerné comment se construit son chiffre d'affaires, il lui reste à définir une stratégie et à la communiquer à ses collaborateurs.

DÉFINIR UNE STRATÉGIE ET LA TRANSMETTRE À SON ÉQUIPE

« Une bonne communication est l'élément essentiel pour faire comprendre la stratégie et les priorités à l'ensemble de l'équipe, explique Richard Wolff. Quand le manager prend conscience de cet impératif, il fait appel à nous pour l'aider à transmettre son message, notamment grâce à des mises en situation et des cas pratiques... »

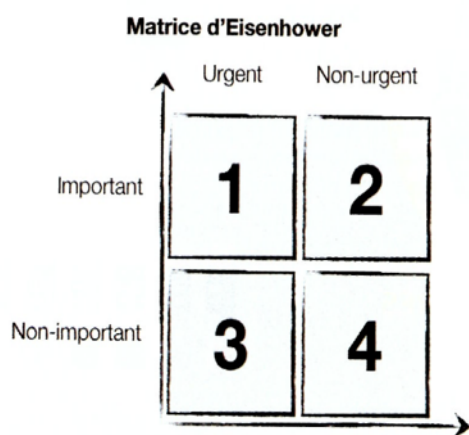
Pour Alain Haberlay, la communication doit se faire dès l'étape du recrutement : « Lors de l'entretien d'embauche, je détaille les obligations et les directives à respecter afin que chacun, quelle que soit sa fonction, se sente responsabilisé et contribue au bon déroulement des journées de travail. » Même constat pour Georges Manuel, qui précise à chaque nouveau collaborateur quels sont le positionnement et la philosophie de la marque Camille Albane, afin de bien cerner quelle sera leur tâche, ses objectifs et comment mener à bien sa mission. Grâce à une base de données informatique qui lui permet d'obtenir

l'évolution individuelle de chaque collaborateur, précise-t-il. Lors d'entretiens réguliers, je démontre à chacun ses atouts et ses carences dans l'accomplissement des tâches quotidiennes. Cette analyse des points forts et des points faibles m'aident à trouver les clés ou la formation qui lui permettront de progresser pour atteindre les objectifs fixés. » Et de conclure : « Dans la réussite du parcours de la cliente, il n'y a pas d'interprétation possible. Pour assurer une organisation optimale, l'application du concept et de la stratégie doit être respectée par tous les membres de l'équipe... Si c'est le cas, le salon ne pourra faire que du bénéfice ! »

Florence BERNARDIN

LA MATRICE D'EISENHOWER OU COMMENT GÉRER LES PRIORITÉS

Conçue par Dwight David Eisenhower, la matrice d'Eisenhower, à la fois concept et outil, est devenue un incontournable en matière de gestion du temps. Basée sur deux paramètres, le degré d'urgence et le degré d'importance, elle aide l'individu à classer les tâches par ordre de priorité. Méthode simple et efficace, la matrice d'Eisenhower, utilisée par de nombreux formateurs et consultants, a fait ses preuves dans le monde du travail !



LES 10 POINTS CLÉS POUR OPTIMISER SA GESTION DU TEMPS

- 1- Définir le parcours de la cliente.
- 2- Élaborer une stratégie précise.
- 3- Transmettre la philosophie et le positionnement du salon à ses collaborateurs.
- 4- Définir pour chacun ses tâches et ses responsabilités.
- 5- Identifier les performances et carences du collaborateur dans sa gestion du temps.
- 6- Classifier les tâches par ordre de priorité.
- 7- Déterminer pour chaque tâche le temps exact à consacrer.
- 8- Anticiper les imprévus.
- 9- Choisir la formation la mieux adaptée pour remédier aux points faibles.
- 10- Contrôler régulièrement les acquis pour maintenir une excellente organisation au sein de l'équipe.