

Coachend ondernemerschap

Het is steeds moeilijker medewerkers te vinden en te binden. Juist uw team kan het verschil maken. Coachen is tegenwoordig een essentieel onderdeel van het ondernemerschap. Een goed team ontstaat niet vanzelf.

Winnend team formeren



Eén van de moeilijkste aspecten van het ondernemerschap is denk ik wel het in dienst hebben van personeel. De meeste ondernemers in de ambachtelijke bakkerij zijn ondernemer geworden vanuit van uit liefde voor het vak. Tegenwoordig is het vaktechnische slechts een onderdeel van het succesvol voeren van een onderneming. Bent u als ondernemer in staat om een winnend team te formeren? Hoe vindt u de medewerkers die bij u passen?

Hoe kunt u ze motiveren? Hoe kunt u ze binden?

Klanten stellen hoge eisen en vragen een topproduct, vakkundige en vriendelijke bediening. Belangrijk is dat uw klant zich welkom voelt. Het coachen van het team in de goede richting is een must om in de markt het verschil te maken. Niet alleen in de winkel, maar binnen alle geledingen van het bedrijf. Opleiding kan daarbij een belangrijk hulpmiddel zijn. Onze medewerkers moeten alles over de producten weten, hoe het smaakt, maar ook wat erin zit, wat het bijzonder maakt, wat een mogelijk alternatief zou kunnen zijn. Aan deze aspecten zal gericht moeten worden gewerkt. Niet eenmalig, maar continu. Verkopen is meer dan een brood snijden en afrekenen.

Leerlingen zijn de vakmensen van de toekomst

In de bakkerij is het vooral de uitdaging om elke dag weer een hoge constante kwaliteit én verkrijgbaarheid te waarborgen. Maakt de branche er nog echt werk van om leerlingen in de productie enthousiast te maken voor het vak? Hoe is het gesteld met de vakkennis van uw bakkers. In de regio Rotterdam was er de afgelopen twee jaar geen opleiding voor broodbakkers meer. Met dit in het achterhoofd is het niet zo gek dat de spoeling dun wordt als het om het vinden van vakmensen gaat. Wat doet u hier zelf aan? Leerlingen zijn niet alleen 'goedkope' handjes, maar de vakmensen van de toekomst.

Investeren in inventaris of in medewerkers?

De ambachtelijke bakkerij is kapitaalintensief. Met de aanschaf van een nieuwe oven is al snel een bedrag gemoeid van € 60.000,= of meer. Dit heeft in de winst-en verliesrekening forse kosten van afschrijving en rente tot gevolg. In de vele winst- en verliesrekeningen die ik jaarlijks voorbij zie komen is dan ook vaak 6 % tot 8% van de omzet hieraan gerelateerd. De kosten van opleiding beperken zich hooguit tot 0,1% tot 0,2% van de omzet. Anders gezegd: "een bedrijf met € 2.500.000,= omzet en vijftig man in dienst geeft jaarlijks niet meer dan € 2.500,= uit aan opleidingen." Ik durf de stelling aan dat bakker/ondernemers gemakkelijker investeren in machines dan in mensen. Wil de branche ook in de toekomst kunnen blijven beschikken over vakbekwame en betrokken medewerkers dan zal deze houding drastisch moeten veranderen.

Opleiden is een continu proces.

Het begint met uw complete team. Waar is behoefte aan? Opvijzelen van de productkennis, klantvriendelijkheid, verbetering van de vaktechnische vaardigheden, leidinggeven? Er zijn inmiddels tal van mogelijkheden bij het NBA of bij het Bakery Institute om opleidingen te volgen. Betrek uw

team bij de keuze waar zij aan willen werken. Zij moeten de zin ervan inzien en het leuk vinden. Voer ook individuele gesprekken met uw medewerkers over hun behoeften. Het merendeel van de medewerkers ziet dat de wereld verandert. De meesten van hen zien de noodzaak van persoonlijke groei. Als ze bij u niets kunnen leren, zet u de deur open naar andere branches die daar wel oog voor hebben. Jumbo leidt met zijn Jumbo Academy zijn eigen kader op. Op deze wijze verankeren zij hun DNA binnen de organisatie. Hoe ziet uw opleidingsplan eruit?

- U heeft een duidelijk omlijnd doel als het gaat om opleiden
- Het doel is samengevat in een concreet opleidingsplan en een daaraan gekoppeld budget
- U maakt duidelijke afspraken over wat u betaalt en wat u van uw mensen verlangt.
- Komt u er niet uit; ga te rade bij uw collega's of vraag de opleiders wat ze voor u kunnen betekenen.

Dit artikel is gepubliceerd in Bakkerswereld september 2018

