



Hiusalan kouluttajana toimiminen

Case: Miraculos Oy



Hietala, Krista

Laurea- ammattikorkeakoulu

Laurea Tikkurila

Hiusalan kouluttajana toimiminen

Case: Miraculos Oy

Krista Hietala

Kauneudenhoitoala

Opinnäytetyö

Marraskuu, 2010

Laurea Tikkurila

Kauneudenhoitoala

Krista Hietala

Hiusalan kouluttajana toimiminen, Case: Miraculos Oy

Vuosi	2010	Sivumäärä	42
-------	------	-----------	----

Miraculos Oy:n on hiusalan tuotteiden valmistaja ja maahantuoja, yritys järjestää myös erilaisia kampaajille tarkoitettuja koulutuksia. Työn toiminnallisena osiona on asiakaskysely Miraculos Oy:n KC Teamin koulutuksista. Asiakaskyselyn tarkoitus on antaa KC Teamin kouluttajille tietoa heidän koulutuksistaan.

Hiusalan kouluttajana toimivalla henkilöllä tulee olla tietynlaisia synnynnäisiä ja opittuja ominaisuuksia. Synnynnäisiä ominaisuuksia ovat mm. ulospäin suuntautuneisuus, loogisuus, kekseliäisyys, hyvä stressinsietokyky, auttavaisuus ja positiivisuus. Opittuja ominaisuuksia ovat mm. verbaalisuus, suunnitelmallisuus, joustavuus, miellyttävyys ja myyvyys. Nämä ominaisuudet eivät ole pakollisia, mutta ne auttavat hiusalan kouluttajaa toimimaan paremmin työssään.

Hiusalan koulutuksissa käy hyvin erilaisia asiakkaita, jotka kaikki tulisi huomioida ja antaa mahdollisuus parhaaseen oppimiskokemukseen. Koulutuksissa käy niin vastavalmistuneita, kuin jo alalla pitkään olleita kampaajia, näiden ns. ääripäiden yhdistyminen samassa koulutuksessa luo kouluttajalle haasteita ymmärtää kumpaakin oppijaa. Erilaiset oppimistyyli vaikuttavat myös siihen kuinka opimme asioita. Kouluttajan on hyvä tiedostaa nämä erilaiset oppimistyyli, jotta hän voi edistää kunkin asiakkaan oppimista parhaalla mahdollisella tavalla. Nämä oppimistyyli ovat visuaalinen eli näköaisti, auditiivinen eli kuuloaisti ja kinesteettinen eli liike- ja lihasaisti. Hiusalan koulutustilaisuuksissa on oppiminen kuitenkin kouluttajan ja asiakkaan yhteinen, vuorovaikutteinen oppimistilanne. Kumpikin osapuoli vaikuttavat suuresti oppimistilaisuuden onnistumiseen. Asiakas vaikuttaa oppimistilanteeseen omalla aikaisemmalla kokemuksellaan ja kiinnostuksellaan aihetta kohtaan. Kouluttaja vaikuttaa oppimistilanteeseen taidollaan ja tiedollaan.

Asiakaskyselyn tuloksista voidaan päätellä, että Miraculos Oy:n KC Teamin kouluttajat ovat onnistuneet työssään hyvin. He ovat onnistuneet tuottamaan asiakkailleen uutta ajankohtaista tietoa sekä kehittämään heidän ammatillista osaamistaan. Miraculos Oy:n KC Teamin koulutusten pahimmat kilpailijat ovat Hakanit ja Wella. Näiden yritysten koulutuksissa Miraculos Oy:n asiakkaat kävivät eniten. Asiakkaiden mielestä KC Teamin koulutusten kolme onnistuneinta osa-alueita olivat kouluttajien ammattitaito kouluttajana, tiedon ajankohtaisuus ja vastanneitten ammattitaidon kehittyminen. Nämä kolme onnistuneinta osa-alueita ovat juuri niitä tärkeimpiä osa-alueita hiusalan koulutuksissa.

Asiasanat: kouluttaja, oppiminen, oppimistyyli, vuorovaikutus

Tikkurila Unit

Degree programme in beauty and cosmetics

Krista Hietala

Acting as a trainer in the field of hair care and design, Case: Miraculos Ltd

Year	2010	Pages	42
------	------	-------	----

Miraculos Ltd is a manufacturer and importer of hair care products. The company also arranges different trainings for hairdressers. In the focus of this Bachelor's thesis are the customer inquiries made for the Miraculos Ltd KC Team trainers. The purpose of the customer inquiry is to give the KC Team trainers information about their trainings e.g. about the customer's wishes

A person working as a trainer in the field of hairstyling has to have certain kinds of characteristics which usually are often inborn but can also be learned. Some of these inborn characteristics are, among others things, being extrovert, logical, innovative, cooperative, positive and able to deal with stress. Some of the qualities which can be learned are being verbal, systematic, flexible, pleasant and able to sell the products. These qualities are not compulsory but they will help the trainer in his or her work.

There are very different types of customers in the trainings. They all should be taken into consideration and they should be given an opportunity to learn in the best way possible. There are recently graduated hairdressers in the trainings as well as hairdressers who already have worked in the field for a long time. The challenge is to combine these so-called extremes in the same training. The trainer must be able to understand the both types of learners. Different learning styles also have an effect on how we learn different things. It is good for the trainer to become aware of these different learning styles in order to enhance the learning process of each customer in the best way possible. In the trainings learning is the common feature in the interactive learning process between the trainer and the customer. Both parties have a great influence on the learning situation and what will be achieved. The customer influences the learning situation with his or her earlier experience and interest in the field. The trainer instead influences the learning situation with his or her skills and information gained in beforehand.

From the results of the customer inquiry can be interpreted that the trainers of the KC Team Miraculos Ltd, have managed well in their work. They have succeeded in giving their customers current information and developing their vocational know-how. The contestants of the KC Team trainings are companies called Hakanit and Wella. The customers of Miraculos Ltd visited these trainings the most. According to the customers, the three most successful fields of the KC Team were the proficiency of the trainers, the topicality of the current information and the development of the proficiency in the trainings. These three most successful sectors are the most important fields in the trainings of the hair industry.

Key words: trainer, learning, learning styles

Sisällys

1	Johdanto.....	5
2	Miraculos Oy	6
3	Miraculos Oy:n koulutukset.....	7
4	Kouluttajan synnynnäiset ja opitut ominaisuudet.....	9
	4.1 Kouluttajan synnynnäiset ominaisuudet	9
	4.2 Kouluttajan opitut ominaisuudet	12
5	Oppiminen.....	14
	5.1 Mielekäs oppiminen	14
	5.2 Oppimisen edistäminen	15
	5.3 Oppimistyylit.....	17
6	Miraculos Oy:n KC Teamin koulutusten asiakaskysely	18
7	Tulokset.....	19
8.	Tulosten analysointi	35
9	Pohdinta	37
	Lähteet	39
	Liitteet.....	40
	Liite 1: Asiakaskyselykaavake.....	40
	Liite 2: Asiakaslehti 2009.....	42

1 Johdanto

Tämän työn tarkoitus on antaa Miraculos Oy:n KC Teamin kouluttajille tietoa heidän koulutuksistaan. Työ keskittyy Miraculos Oy:n toimintaan ja koulutuksiin, koska työn toiminnallinen osuus tehtiin tälle yritykselle. Miraculos Oy on hiusalan tuotteiden valmistaja ja maahantuoja-yritys, joka järjestää myös erilaisia hiusalan koulutuksia. Työn toiminnallisena osuutena tein asiakaskyselyn Miraculos Oy:n KC Teamin koulutuksista. Asiakaskyselyn tarkoitus on antaa tietoa yrityksen koulutuksista, millaisia asiakkaita niissä käy, millaisissa koulutuksissa vastanneet haluisivat käydä, keitä ovat KC Teamin koulutusten pahimmat kilpailijat ja mitä vastanneet olivat mieltä KC Teamin koulutuksista. Työn alussa kerron myös tarkemmin mikä on Miraculos Oy, mitä sen toimialaan kuuluu ja millaisia koulutuksia Miraculos Oy tarjoaa.

Teoriataustassa selvitetään millaista on toimia hiusalan kouluttajana, millainen on hyvä kouluttaja ja kuka voisi toimia kouluttajana. Työssä käsitellään, mitkä ovat kouluttajan synnynäiset ja opitut ominaisuudet. Käsitelen myös mitä vaaditaan onnistuneeseen oppimistilanteeseen, mitkä asiat tukevat mielenkiintoista, rentoa ja opettavaa oppimistilannetta. Oppimista käydään läpi enimmäkseen juuri kouluttajan näkökulmasta. Käyn läpi suurimmaksi osaksi niitä asioita, joita kouluttajan tulee ottaa huomioon, jotta oppimisympäristö olisi mieluinen ja tukisi oppimista parhaiten. Työssä kerrotaan myös erilaisista oppimistyyleistä, nämä oppimistyyliä ovat auditivinen eli kuuloaisti, visuaalinen eli näköaisti ja kinesteettinen eli liike- ja lihasaisti.

Valitsin tämän aiheen opinnäytetyökseni, koska olen työskennellyt eri hiusalan tuotteiden toimittajilla ja olen nähnyt erilaisia koulutuksia sekä olen aina ollut kiinnostunut niistä. Työharjoitteluni aikana kävi ilmi, että Miraculos Oy oli kiinnostunut tietämään, millaisissa koulutuksissa heidän asiakkaat haluisivat käydä. Näin syntyi idea tehdä asiakaskysely koskien heidän koulutuksiaan. Miraculos Oy ei ollut muutamaan vuoteen tehnyt asiakaskyselyä, joten asiakaskysely oli yritykselle ajankohtainen. Asiakaskysely on tehty yhteistyössä Miraculos Oy:n toimistohenkilöiden ja KC Teamin kouluttajien kanssa.

2 Miraculos Oy

Miraculos Oy on hiusalalan tuotteiden valmistaja ja maahantuoja. Yritys on perustettu vuonna 1997. Yrityksen liikevaihto vuonna 2007 oli noin 5 000 000 euroa. Liikevaihto on kahdessa vuodessa kasvanut noin kahdella miljoonalla ja kasvun uskotaan jatkuvan edelleen. Asiakaskampaamoja Miraculos Oy:llä on noin 5000 ympäri Suomea. Yritys vie tuotteita myös ulkomaille kuten Ruotsiin, Tanskaan, Norjaan, Unkariin, Venäjälle, Latviaan ja Viroon. Ulkomaanviennin uskotaan kasvavan muutaman vuoden sisällä entisestään. Henkilökuntaa yrityksellä on noin 30, joihin kuuluu kouluttajia, edustajia, freelancereita sekä toimisto- ja johtohenkilöstöä. Miraculos Oy sijaitsee Yrjönkadulla, missä toimii yrityksen toimisto, myymälä ja koulutuskeskus. Yrityksen tavoitteina on kasvattaa asiakasmäärää, tehdä yritystä tunnetummaksi sekä nostattaa yrityksen markkina-arvoa verrattuna isoihin kampaamoalan maahantuojaan. (Paavilainen 2008.)

Miraculos Oy tuo maahan Paul Michellin ja L´anzan kampaamotuotteita sekä Voguetin kampaamotarvikkeita ammatti- ja jälleenmyyntikäyttöön. Yritys valmistaa korkealaatuista KC Professional hiustuotesarjaa. KC Professional sarjaan kuuluu 4R hiustuotesarja, johon sisältyy erilaisille hiuksille tarkoitettuja shampoita ja hoitoaineita sekä muotoilu ja viimeistelytuotteita. KC Professional sarjaan kuuluu myös ammattilaiskäyttöön tarkoitettut värit, joita ovat Kcolor Velvet ammoniakiton ja hajusteeton kevytkestoväri sekä Ultimate kesto- ja värit. KC Professional sarjaan kuuluu myös hiuksia vaalentavat tuotteet, joihin kuuluu perinteiset hiusten vaalennusaineet sekä hiuksia samanaikaisesti sävyttävät tuotteet. KC Professional sarjaan kuuluu myös hiuksia kihartavat permanenttituotteet.

Miraculos Oy:n toiminta perustuu laadukkaisiin ja helppokäyttöisiin tuotteisiin ja palveluihin. Yritys haluaa kehittää toimintaansa ja tuotteitaan ympäristöystävälliseen suuntaan. Esimerkkeinä tästä on yrityksen laatima kierrätysohjeistus kampaamoille, uusi hiustenvaalennusaineen täyttöpakkaus sekä hiusten värjäystekniikka Sliding. Hiusten vaalennusaineen muoviseen purkkiin voi ostaa pahvilaatikossa olevia täyttöpakkauksia, jolloin muovijätteen määrä vähenee. Keväällä 2008 Miraculos Oy:n koulutustiimi KC Team lanseerasi uuden hiusten värjäystekniikan Sliding. Sliding värjäystekniikka kehitettiin helpottamaan kampaajien arkea. Aikaisemmin tehtiin erittäin paljon kahden värin värjäyksiä, tumma alhaalta ja vaalea ylhäältä. Sliding:ssa tumma ja vaalea väri massa sekoitetaan keskenään pikku hiljaa samalla levittäen hiuksiin, jolloin hiuksiin muodostuu väriliukuma ja saadaan monivärinen lopputulos. Sliding tekniikka on samanaikaisesti yksinkertainen ja ympäristöystävällinen, koska folioiden käyttö vähentyy huomattavasti.

3 Miraculos Oy:n koulutukset

Miraculos Oy järjestää monipuolisia koulutuksia ympäri Suomea, joita järjestetään noin kolme kertaa viikossa. KC Team on Miraculos Oy:n koulutustiimi, johon kuuluu kahdeksan ammattitaitoista kouluttajaa. KC Team:n koulutuskeskuksia on kaksi, toinen sijaitsee Helsingissä Miraculos Oy:n toimiston ja myymälän kanssa samassa KCenter:ssä ja toinen Turussa Avantgarde-kampaamon yhteydessä. KC Team:n kouluttajat ovat tavoitettavissa niin sanotuissa hätätapauksissa Hotline- numerosta, josta kampaajat saavat apua hiusten värjäämistä koskevilla ongelmilla sekä tuotteisiin ja niiden käyttöön liittyvissä kysymyksissä. KC Team suunnittelee Miraculos Oy:n koulutustarjonnan ja laatii siitä koulutustarjottimen. Koulutustarjotin sisälsi syksyllä 2009 kolmenlaisia koulutuksia Workshop, Trendi ja Hair Camp-koulutuksia.

Workshop- koulutuksia on kahdenlaisia, koko päivän koulutuksia ja iltaisin järjestettäviä neljän tunnin koulutustapahtumia. Koko päivän Workshop- koulutukset sisältävät aamupäivän demomalli-osion ja iltapäivän työskentely-osion. Demomalli-osiossa kouluttaja tekee kahdesta kolmeen demoa koulutuksen aiheesta hiusmalleille, asiakkaat voivat esittää kysymyksiä ja tehdä muistiinpanoja. Iltapäivällä asiakkaat saavat tehdä koulutuksen aiheen mukaisia töitä hiusmalleille kouluttajien ohjatuissa heitissä. Iltaisin järjestettävissä neljän tunnin koulutuksissa ei ole erillistä demo-osiota vaan koulutuksen aluksi on lyhyt esittely illan aiheesta, jonka jälkeen asiakkaat pääsevät heti työskentelemään hiusmallien kanssa kouluttajan ohjatuissa heitissä. Workshop- koulutuksissa asiakas pääsee itse kokeilemaan uusia tekniikoita kouluttajan auttaessa, jolloin uusien tekniikoiden kokeileminen ei tunnu niin vaikealta ja pelottavalta. Workshop koulutuksiin voi osallistua joko koko päivän koulutukseen tai vain aamupäivän demo-osioon. (KC news 2009: 8-9.)

Trendi koulutukset ovat noin kahdesta kolmeen tuntia kestäviä koulutusiltoja, joissa kouluttajat esittelevät tämän hetken hiustrendejä. Trendi-iltoja järjestetään syksyisin ja keväisin viikoittain ympäri Suomea. Trendi-illoissa mukana on kaksi tai kolme kouluttajaa joista kukin tekee illan aikana noin viisi hiusmallia. Trendi-iltojen mallien hiusvärit on valmisteltu iltaa varten jo aikaisemmin päivällä, illan aikana asiakkaat näkevät kouluttajien leikkaus-työskentelyä lavalla. Trendi-illat ovat nopeitempöisiä tapahtumia, asiakkaat saavat niistä uusia ja trendikkäitä ideoita jokapäiväiseen työhönsä. (KC news 2009: 8.)

Hair Camp koulutukset ovat kaksipäiväisiä koulutustapahtumia, jotka järjestetään yleensä viikonloppuisin. Hair Camp koulutukset ovat intensiivisiä ja opettavia koulutustapahtumia, joissa asiakkaat oppivat uutta ja pääsevät irrottautumaan arjesta. Hair Camp koulutukset sisältävät kouluttajien demomalli-osioita ja asiakkaitten työskentely-osioita, joissa asiakkaat saavat kokeilla uusia värjäys- ja leikkaustekniikoita kouluttajien avustuksella. Koulutukset sisältävät myös yhteistä illanviettoa ja leikkimielisiä kilpailuja. Sosiaaliset Hair Camp koulutukset ovat hyviä kohtaamispaikkoja tavata muita kampaajia, jakaa kokemuksia ja ideoita. (KC news 2009: 8-9.)

Miraculos Oy järjestää myös tuotekoulutuksia Paul Mitchell ja Lanza tuotteista, joita yritys tuo maahan. Paul Mitchell ja Lanza tuotteet ovat laadukkaita ja helppokäyttöisiä tuotteita, jotka ovat kansainvälisesti tunnettuja merkkejä. Syksyllä 2009 Miraculos Oy järjesti Paul Mitchell Champions Day koulutuspäiviä, joissa koulutettavat saivat uutta tietoa kuinka myydä Paul Mitchell tuotteita, kuinka saada lisää kannattavuutta tuotemyynnillä ja tulla tuotemyynnin mestariksi. Tuotemyynnin merkitys kannattavuuden parantamisessa kasvaa koko ajan. He jotka osaavat myydä tuotteita asiakkailleen, saavat itselleen lisävoittoa ja kampaamon kannattavuus paranee. Tuotemyynnin merkitys kampaamon kannattavuudelle on erittäin tärkeä, ja siksi tämäntyyppiset tuotemyyntikoulutukset ovat koko ajan suosituimpia. (KC news 2009: 9-12.)

Miraculos Oy markkinoi edellä mainittuja koulutuksia asiakaslehdessään KC newsissä, joka lähetetään kaikille asiakaskampaamoille sekä ammattioppilaitoksille. KC news ilmestyy neljä kertaa vuodessa. Lehti sisältää ajankohtaisia tuote-esittelyitä ja alennuksia sekä ajankohdasta riippuen syksyn tai kevään koulutustarjottimen. Koulutustarjottimessa kerrotaan koulutusten sisällöt ja ajankohdat, jotta asiakkaiden on helppo selvittää mitkä koulutukset juuri heitä kiinnostavat. Miraculos Oy:llä on myös nettisivut www.miraculos.fi, josta saa ajankohtaista tietoa yrityksestä ja sen koulutuksista.

4 Kouluttajan synnynnäiset ja opitut ominaisuudet

Kouluttajaksi ei voi ryhtyä kuka tahansa, vaan kouluttajan tulee olla tietynlaisia synnynnäisiä ja opittuja ominaisuuksia. Vaikka kampaaja olisi työssään taitava ja hän osaisi hiusten värjäyksen ja leikkauksen tekniikat erinomaisesti sekä olisi luova ja kokeiluhaluinen, hänestä ei silti välttämättä olisi hyväksi kouluttajaksi. Kouluttaminen on hieman samanlaista kuin opettaminen, kouluttajat kouluttavat kampaajille uusia asioita eli voi sanoa, että he opettavat kampaajille uusia asioita. Kaikista kampaajista ei ole kouluttajiksi, vaikka olisi kuinka taitava, koska ihmisten opettaminen vaatii kärsivällisyyttä ja halua opettaa muille uusia asioita. Kouluttajilta vaaditaan myös halua olla huomion keksipisteenä, olla esiintyjä ja viihdyttäjää, jottei tilaisuudesta tulisi tylsä monotoninen luento vaan viihdyttävä kokemus. Koulutuksiin tullaan oppimisen lisäksi viihtymään ja nauttimaan.

4.1 Kouluttajan synnynnäiset ominaisuudet

Kouluttajaa voi kutsua myös periaatteessa konsultiksi, koska yksi konsultoinnin tehtävistä on kouluttajakonsultti. (Rope 2006.) Konsultin synnynnäiset ominaisuudet ovat samankaltaisia kouluttajan synnynnäisten ominaisuuksien kanssa. Rope luettelee kirjassaan konsultin synnynnäisiksi ominaisuuksiksi seuraavat ominaisuudet: aktiivisuus, ulospäin suuntautuneisuus, määrätietoisuus, loogisuus, kekseliäisyys, hyvä stressinsietokyky, kehittymishakuisuus, auttavaisuus, mielenrohkeus ja positiivisuus. (Rope 2006: 164-166.)

Kouluttajan tulee olla *aktiivinen* ja innokas työtänsä kohtaan. Kouluttajan tulee markkinoida työtään, olla aktiivisesti kehittämässä työtänsä ja itseänsä. Aktiivisuus tulee ilmi myös kouluttajan halussa olla yhteydessä asiakkaisiin, jonka kautta itsensä kehittäminen onnistuu parhaiten. (Rope 2006: 164) Aktiivinen kouluttaja myös innostaa asiakasta oppimaan. Innostuneisuus kouluttajan työssä näkyy kiinnostuksena oppijoita, oppimissisältöä ja kouluttajana toimimista kohtaan. Jos aktiivinen kouluttaja innostaa oppimaan, niin ei aktiivinen ja ei-innostunut kouluttaja voi puolestaan tappa asiakkaiden innostuksen koulutusta ja oppimista kohtaan. (Kupias 2007: 15.)

Ulospäin suuntautuneisuus eli sosiaalisuus. Kouluttajan tulee nauttia olostaan muiden seurassa, hän tulee toimeen muiden ja erilaisten ihmisten kanssa erilaisissa tilanteissa. Sisäänpäin kääntynyt, epäsosiaalinen ihminen ei pärjää kouluttajana, koska hän ei pysty toimimaan sosiaalisissa tilanteissa, tai pitämään suurta joukkoa kasassa, koska tällainen henkilö ei nauti olostaan joukon johdattajana. Kouluttaja johtaa koulutustilannetta, pitää sen käynnissä, toiminnassa ja kasassa. (Rope 2006: 164.)

Määrätietoisuus näkyy kouluttajan työssä siten, että hän hallitsee tilaisuutta ja vie sitä määrätietoisesti eteenpäin. Tällöin asiakkaat tuntevat, että kouluttaja tietää mitä hän tekee. Jos kouluttaja ei hallitse tilaisuutta ja sen kulkua, tulee asiakkaille sellainen ole, ettei kouluttaja ole ammattilainen, asiansa osaava henkilö. (Rope 2006: 164.)

Loogisuus on kouluttajan työssä tärkeä ominaisuus. Loogisuus vie koulutustilaisuutta järjestelmällisesti eteenpäin ja asiakkaitten on helppo seurata tilaisuutta. Loogisuus kouluttajan toiminnassa saa asiakkaat oppimaan asian paremmin ja selkeämmin. Epälooginen ja sekava eteneminen koulutuksessa saa asiakkaat epäluuloisiksi kouluttajan ammattitaitoa kohtaan. (Rope 2006: 164.) Kun koulutuksessa edetään loogisesti, auttaa se asiakkaita hahmottamaan koulutuksen kokonaisuuden paremmin. ”Kun kokonaishahmotus on taustalla, punainen lanka säilyy oppijoiden mielessä paremmin, vaikka aiheesta poikettaisiinkin joskus sivuraiteille.” (Kupias 2007: 65.)

Kekseliäisyys on yksi kouluttajan tärkeimmistä synnynäisistä ominaisuuksista. Kekseliäisyys on luovuutta, keksiä uusi ja mielenkiintoisia asioita. Kekseliäisyys on kouluttajana olemisen peruspylväitä, jota ilman kouluttaja ei voi luoda uutta tai edes olla kouluttaja. Kekseliäisyys on myös nokkeluutta ja oivaltamista erilaisissa tilanteissa, jolloin koulutustilaisuudet saavat spontaanin ja ainutkertaisen tunnelman. (Rope 2006: 164.) Koulutustilaisuudet ovat erittäin vuorovaikutteisia tilaisuuksia, joissa myös asiakas vaikuttaa suuresti tilaisuuden kulkuun. Kekseliäs kouluttaja osaa myös reagoida nopeasti asiakkaiden mielipiteisiin ja käytökseen, ilman kiusallista hiljaisuutta.

Hyvä stressinsietokyky on tärkeää kouluttajan työssä, koska kouluttajan tulee pystyä toimimaan ammattimaisesti myös kiireessä. Päätösten teko ja vastuun ottaminen päätöksistään myös kiireen keskellä ovat arkipäivää kouluttajille. Ilman hyvää stressinsietokykyä kouluttaja ei pysty toimimaan kiireellisissä tilanteissa, vaan lamaantuu paineen alla, jolloin tarvittavat tehtävät ja tulokset jäävät saavuttamatta. (Rope 2006: 165.) Kouluttajat ovat vastuussa koulutuspäivän aikataulun ylläpitämisessä ennen koulutusta ja sen aikana. Ennen koulutuksen alkua tulee kouluttajien valmistaa hiusmallit, koulutusmateriaalit ja itsensä valmiiksi koulutusta varten. Koulutuksia edeltävä aika voi olla hyvinkin stressaavaa, kun malleja on paljon, eivätkä aikataulut pidä ja ihmiset eivät ole siellä missä pitäisi. Tämän kaiken seassa kouluttajan tulee pitää tilanne hallinnassa, ja saada kaikki valmiiksi koulutusta varten. Koulutuksen aikana kouluttajat ovat vastuussa tilaisuuden kulusta ja sen onnistumisesta. Kaikki tämä vaatii hyvää stressinsietokykyä, jota ilman kouluttaja ei voi onnistua työssään.

Kehityshakuisuus eli itsensä kehittäminen on tärkeää kouluttajan työssä. Kouluttajan tulee olla halukas kehittämään itseään ja työtään. Kouluttajat kouluttavat kampaajille uusia trendejä ja tuulia maailmalta. Heidän tulee olla avoimia uusille ideoille ja ajatuksille, mikä on juuri kehityshakuisuutta. Kehityshakuisuuden tulee näkyä myös ulospäin, jolloin kouluttajasta näkee, että hän on mukana ajassaan ja tietää mikä on tulevaa. (Rope 2006: 165.)

Auttavaisuus on halua auttaa muita, kehittää heitä ja heidän taitojaan. Auttavaisuus on ymmärtämistä toisten vaikeuksia kohtaan, halua auttaa heitä kehittymään työssään. Kouluttajan työ on kouluttamista, opettamista ja auttamista. Asiakkaat tulevat koulutuksiin oppimaan uutta ja saamaan apua mahdollisissa hiusten värjäys- ja leikkausongelmissa. Halu auttaa asiakkaita on myös empatiaa, jolloin asiakkaille tulee olo, että he ovat tärkeitä ja ainutlaatuisia. (Rope 2006: 165.) Auttavainen kouluttaja ei koe taakaksi asiakasta, jolla on paljon opittavaa, vaan hän tukee, opastaa ja auttaa asiakasta parhaaseen lopputulokseen.

Mielenrohkeus on rohkeutta tarttua uusiin, ennen kokemattomiin tilanteisiin ”(Rope 2006: 166.) Mielenrohkeus antaa rohkeutta kokeilla uusia asioita, tilanteita ja kohtaamisia. Kouluttaja ei saa arkailla uusia tilanteita vaan ottaa tilanne haltuunsa ja johtaa vaikeatkin tilanteet kunnialla loppuun. Uusien kokemusten haaliminen on tärkeää uusien ideoiden ja ajatusten saamiseen, ja se jos mikä on tärkeää kouluttajan työssä. Ilman uusia ajatuksia ja ideoita kouluttaja ei pääse eteenpäin, eikä hänellä ole mitään uutta annettavaa asiakkaille. Mielenrohkeus on avoimuutta, mikä mahdollistaa uusien ideoiden syntymisen. (Rope 2006: 166.)

Positiivisuus on iloisuutta ja energisyyttä, joita kouluttajat tarvitsevat työssään. Positiivisuus tuo koulutustilaisuuksiin energisyyttä ja oppimisen iloa. Kun kouluttaja on positiivinen, näkee hänestä että hän nauttii työstään, jolloin asiakkailta on rento ja miellyttävä olo koulutuksissa. Positiivista ihmistä on helppo lähestyä, häneltä on helppo kysyä tyhmältäkin kuulostavia kysymyksiä, mitkä voivat olla juuri niitä tärkeimpiä. Negatiivinen ja kärttyisä ihminen luo ympärilleen samanlaista ilmapiiriä, mikä ei sovellu koulutustilaisuuteen. (Rope 2006: 166.) Negatiivinen ilmapiiri ei ole optimaalinen ympäristö oppimiselle, jolloin asiakkaat eivät nauti olostaan koulutuksessa ja keskittyminen herpaantuu. Negatiivinen ilmapiiri saa aikaan sen, etteivät asiakkaat enää halua osallistua kyseisen kouluttajan koulutuksiin, mistä seuraa taloudellisia menetyksiä. Positiivisuus on siis hyvin tärkeä kouluttajan ominaisuus, jolla hän luo ympärilleen iloista ja energistä ilmapiiriä, jolloin kouluttaja ja asiakkaat nauttivat tilaisuudesta.

4.2 Kouluttajan opitut ominaisuudet

Kouluttajaa voi siis kutsua myös konsultiksi, koska yksi konsultoinnin tehtävistä on kouluttaja-konsultti. (Rope 2006.) Konsultin opitut ominaisuudet ovat joiltain osilta samankaltaisia kouluttajan opittujen ominaisuuksien kanssa. Konsultin opitut ominaisuuksia ovat systemaattisuus, verbaalisuus, suunnitelmallisuus, joustavuus, tilanneherkkyys, miellyttävyys ja myyvyys. (Rope 2006: 167-171.) Nämä opitut ominaisuudet auttavat kouluttajaa toimimaan työssään paremmin, ne eivät ole välttämättömiä ominaisuuksia, mutta ne helpottavat kouluttajan työtä.

Systemaattisuus on loogisuutta ja tapaa toimia järjestelmällisesti. Järjestelmällisyys tuo rytmiä kouluttajan työhön ja itse koulutustilaisuuksiin. Järjestelmällisyys auttaa kouluttajaa saamaan työt tehtyä oikeassa järjestyksessä, eli tärkein ja kiireellisin työ on saatu valmiiksi ensimmäisenä. Järjestelmällisyys helpottaa kouluttajan työtä, koska työt tulee tehtyä ajallaan. Koulutustilaisuuden aikana järjestelmällisyys tuo rytmiä ja selkeyttä, asiakkaitten on helpompi seurata koulutusta, kun se etenee järjestelmällisesti. Systemaattisuuteen eli järjestelmällisyyteen pystyy oppimaan ja siinä pystyy myös kehittymään ajan kanssa. (Rope 2006: 167.)

Verbaalisuus on kyky sanalliseen ilmaisuun, mikä on erittäin tärkeää kouluttajan työssä. Ilman verbaalisuutta koulutuksen sisältö voisi jäädä asiakkaille epäselväksi. Verbaalisuus vaikuttaa myös koulutuksen tunnelmaan sekä asiakkaan ja kouluttajan välisen suhteen muodostumiseen. Verbaalinen ihminen pystyy saamaan aikaan sekä yllä pitämään miellyttävän, asianmukaisen ja oppivan ilma piirin. Ilman verbaalisuutta kouluttajana toimiminen on lähes mahdotonta. (Rope 2006: 168.)

Suunnitelmallisuus on asioiden ja tehtävien etukäteistä miettimistä sekä niiden järjestelmällistä ajattelemista. Kouluttajan työhön sopii vanha totuus, jonka mukaan hyvin suunniteltu on puoliksi tehty. Suunnitelmallisuus tarkoittaa toimintakulttuuria, jossa etukäteen mietitään mitä, miten, millä aikataululla ja rytmillä asioita tehdään. Suunnitelmallisuus antaa koulutuksille ammattimaisen ja selkeän tunnelman, jolloin asiakkaitten on helppoa ja miellyttävää seurata koulutusta. Suunnitelmallisuuteen voi oppia ja sitä voi kehittää ajan kanssa. (Rope 2006: 169.)

Joustavuus on asioihin ja tilanteisiin mukautumista. Joustava kouluttaja osaa reagoida erilaisiin tilanteisiin ja ihmisiin sekä käyttää sitä voimavaranaan. Liian joustava kouluttaja voi antaa kuitenkin liikaa ns. valtaa asiakkaille, jolloin koulutuksen systemaattisuus voi kärsiä. (Rope 2006: 169.) Joustavuudesta kultainen keskitie on hyvä ohjenuora, jolloin kouluttaja antaa asiakkaille ja heidän mielipiteilleen tilaa, muttei kuitenkaan menetä tilaisuuden ohjia käsistään.

Tilanneherkkyys on asioiden ja ihmisten oikeanlaista lukemista. Tilanneherkkä kouluttaja osaa lukea asiakkaitaan. Kouluttajan tulee nähdä, mikä toimintamalli toimii missäkin tilanteessa ja mikä taas ei. Asioiden oikeanlainen ilmaiseminen kussakin tilanteessa ja ympäristössä vaikuttaa ratkaisevasti siihen, kuinka hyvin asiat opitaan. (Rope 2006: 170.)

Miellyttävyys liittyy kouluttajan hyvään käytökseen, huoliteltuun ulkonäköön sekä hyvätapaisuuteen. Miellyttävyys on kouluttajan tärkeitä ominaisuuksia, koska kouluttaja on tarjoamassa asiakkailleen kokemustaan ja oppejaan. Miellyttävää henkilöä on helppo lähestyä ja myös miellyttävä kuunnella. (Rope 2006: 170.)

Myyvyys on kouluttajan työssä tärkeää, se on taitoa myydä ja markkinoida tuotteita ja palveluita oikealla tavalla. Myyvyys ei ole tyrkyttämistä, vaan tuotteiden ja palveluiden perusteltua esittämistä, niiden ominaisuuksien ja mahdollisuuksien kertomista oikealla tavalla. (Rope 2006: 171.) Myyvä kouluttaja osaa nähdä millainen toimintamalli toimii missäkin tilanteessa, tällöin hän osaa myydä tuotteen oikeanlailla kullekin asiakkaalle.

Yllä mainitut opitut ominaisuudet ovat tärkeitä kouluttajan työssä. Ne auttavat kouluttajaa työnsä tekemisessä, vaikeivät olisi välttämättömiä ominaisuuksia. Jokaisella kouluttajalla on omat vahvuutensa ja heikkoutensa, mikä tekeekin heistä kaikista omanlaisiaan kouluttajia. Kouluttajien tulisi korostaa omia henkilökohtaisia ominaisuuksia myös kouluttajan työssään, tällöin myös erilaiset asiakkaat löytävät juuri itseään miellyttävän kouluttajan, jolloin asiakkaiden oppiminenkin on helpompaa ja mielekkäämpää.

5 Oppiminen

Erilaiset ihmiset oppivat erilailla, kaikilla meillä on omanlaisensa tyyli oppia asioita. Kouluttajan tehtävä on ottaa huomioon erilaiset oppijat koulutustilaisuuksissa. Hiusalan koulutuksissa käy hyvin erilaisia asiakkaita, jotka kaikki tulisi huomioida ja antaa mahdollisuus parhaaseen oppimiskokemukseen. Koulutuksissa käy niin vastavalmistuneita, kuin jo alalla pitkään olleita kampaajia, näiden ns. ääripäiden yhdistyminen samassa koulutuksessa luo kouluttajalle haasteita ymmärtää kumpaakin oppijaa.

Oppimiseen vaikuttaa taustamme lisäksi erilaiset tavat kanavoida ja hankkia tietoa. Tietoa pystymme hankkimaan kolmella tavalla. Aistien välityksellä tapahtuva eli havaintojen kautta, järjearvelyn kautta eli ajattelun kautta ja intuitiivisesti saatava tietoa eli näkemänsä kautta. (Leino & Leino 1990: 15) Vaikka pystymme käyttämään kaikkia tiedonhankinta tapoja myös yhtäaikaaisesti, on kuitenkin yksi tapa yleensä aina johtavin ja vahvin. Kouluttajan on hyvä tiedostaa nämä tiedonhankinta tavat suunnitellessaan koulutuksen sisältöä, jotta se tukisi erilaisien asiakkaitten oppimista.

5.1 Mielekäs oppiminen

Kouluttajan tulee ottaa huomioon myös mikä on ns. mielekäs tapa oppia. Mielekkästä oppimista on, kun oppija yhdistää jo ennestään tietämänsä informaation uuteen, opittavaan informaatioon. (Novak 2002: 29.) Mielekkäessä oppimisessa oppijalla itsellään on myös suuri merkitys oppimistapahtuman onnistumiseen mielekkäästi.

Mielekkäälle oppimiselle on kolme edellytystä. Merkityksellinen aikaisempi tieto. Oppijan tulee tietää jotain merkityksellistä uudesta opittavasta aiheesta. Mielekäs materiaali. Uuden opittavan tiedon tulee olla merkityksellistä ja sen tulee lisätä oppijan aikaisempaa tietoa aiheesta. Sekä oppijan oma asenne. Oppijan tulee päättää että hän haluaa oppia uutta ja hänen tulee lisätä uusi opittava tieto ennestään olevaan tietoon. (Novak 2002: 29.) Hiusalan koulutustilaisuudet ovat vuorovaikutteisia tilaisuuksia, joissa kouluttaja ja asiakkaat vaikuttavat opittavaan asiaan. Tietenkin kouluttaja on se henkilö, joka pitää ns. ohjat käsissään, mutta tilaa tulee antaa myös oppijoiden tässä tapauksessa asiakkaiden luovalle ajattelulle. Koska kouluttaja on se henkilö, joka ohjaa oppimistilannetta, tulee hänellä olla etukäteen suunniteltu kokonaisuus koulutustilaisuuteen, hänen tulee myös kertoa tämä suunniteltu kokonaisuus oppijoille.

Oppijan on mielekästä saada muodostaa runko koulutustilaisuudesta, jolloin oppijan on helppo yhdistää uutta tietoa jo opittuun tietoon. Kokonaisuuden hahmottajana voidaan käyttää sisälliluetteloa, kaaviota, käsitekarttaa, videota tms. Koulutustilaisuuden kokonaisuus on hyvä hahmottaa tilaisuuden alussa, jolloin se toimii jäsentäjänä oppimiselle ja koulutukselle. Kokonaisuuden hahmottaminen tuo oppijan mieleen jo aikaisemmin opitun tiedon, ja uusi tieto on helpompi omaksua, kun sen voi liittää jo aikaisemmin opittuun tietoon. (Hätönen & Mykrä 2008:19-20.)

5.2 Oppimisen edistäminen

Kouluttaja on tärkeässä roolissa asiakkaan oppimisessa ja sen edesauttamisessa. Kuten jo edellä mainittiin, hiusalan koulutustilaisuuksissa on oppiminen kuitenkin kouluttajan ja asiakkaan yhteinen, vuorovaikutteinen oppimistilanne. Kumpikin osapuoli vaikuttavat suuresti oppimistilaisuuden onnistumiseen.

Oppimiseen vaikuttavat erilaiset ulkoiset ja sisäiset tekijät. Ulkoiset tekijät ovat sellaisia joilla vaikutetaan ja hallitaan oppijoiden käyttäytymistä oppimistilanteessa ja itse oppimistilannetta. Sisäiset tekijät ovat keinoja, joilla ohjataan oppijoiden henkistä työskentelyä. Näitä ulkoisia ja sisäisiä tekijöitä ovat opetustavoitteen määrittäminen, opiskelun motivointi, opetuksen sisällön- ja opetusmenetelmän valinta sekä opetuksen suunnittelu. Ulkoiset ja sisäiset tekijät ovat samoja, erona näissä tekijöissä on se kuka hallitsee niitä. Ulkoisia tekijöitä hallitsee kouluttaja, kun taas sisäisiä tekijöitä hallitsee oppija itse. (Engeström 1987: 16-17.) Koulutustilaisuuden oppimista voidaan edistää seitsemällä osa-alueella. Näitä osa- alueita ovat tavoitteellisuus, motivaatio/mielekkyyys, kokonaisuuden hahmottaminen, looginen eteneminen, ilmapiiri, vuorovaikutus ja aktivointi. (Hätönen & Mykrä 2008: 26-29.) Nämä osa-alueet ovat niin ulkoisia kuin sisäisiä tekijöitä. Näihin tekijöihin vaikuttavat niin kouluttaja kuin asiakkaatkin.

Tavoitteellisuus. Koulutustilaisuudessa on erittäin tärkeää asettaa tilaisuuden tavoite, koska tavoite on koulutuksen suunnittelun ja toteutuksen perusta. Tavoitteen tulisi olla käytännönläheinen, oppijalle mielekäs ja tarpeellinen. Tavoite suuntaa oppijaa oikeaan suuntaan ja auttaa heitä arviomaan omaa oppimista. (Hätönen & Mykrä 2008: 27.) Ilman tavoitetta oppijan keskittyminen häiriintyy helpommin ja oppiminen hankaloituu.

Motivaatio/Mielekkyys. ”Mielekkäät tavoitteet edistävät oppimista, sillä jos osallistujat kokevat luennolla käsiteltävät asiat oman elämänsä kannalta mielekkäiksi, oppiminen on kiinnostavaa ja helpompaa” (Hätönen & Mykrä 2008: 27.) Tämä motivoi oppijaa keskittymään koulutukseen ja sen aiheeseen. Kouluttajan olisi hyvä kysyä ennen koulutuksen alkua asiakkailta heidän taustoistaan ja osaamisestaan, jolloin kouluttajalla olisi hyvä kuva, millaisia oppijoita asiakkaat ovat. Oppimisen mielekkyyttä lisäävät myös omakohtaiset kokemukset aiheesta, joita kouluttajan tulisikin kysyä asiakkailtaan koulutuksen aikana. Kun omat kokemukset yhdistää uuteen opittuun asiaan luovat ne yhdessä mielekkään oppimiskokemuksen. (Hätönen & Mykrä 2008: 27.)

Kokonaisuuden hahmottaminen. Ihminen oppii helpommin yhtenäisiä kokonaisuuksia, kun sirpaleista tietoa. Kun asiakas saa koulutuksen alussa koulutuksen rungon esimerkiksi sisällysluettelona, hänen on helpompi muodostaa johdonmukainen ajatus opittavasta aiheesta. Kun kokonaisuus on hallussa, on helpompaa yhdistää uutta tietoa jo opittuun tietoon. (Hätönen & Mykrä 2008: 27.) Myös keskittyminen koulutuksen aiheeseen helpottuu, kun koulutuksen kokonaisuus on yhtenäinen ja selkeä.

Looginen eteneminen. Looginen eteneminen tuo koulutukseen ammattimaisen ja selkeän tunnelman. Loogisen etenemisen pohjana on kokonaisuuden tiedostamista, asiakkaitten on helpompia keskittyä kyseiseen aiheeseen kun heillä on selkeä ns. punainen lanka mikä kulkee mukana koko koulutuksen ajan. Oppiminen on myös selkeämpää ja loogisempaa, kun asiakkaalla tietävät mitä seuraavaksi tulee. (Hätönen & Mykrä 2008: 27.)

Ilmapiiri. Ilmapiiri on erittäin tärkeä oppimisen kannalta, rennossa ja avoimessa ilmapiirissä on miellyttävä työskennellä ja oppia. Ilmapiirin ja oppimisen kannalta tärkeää on, että koulutuksessa otetaan huomioon myös vaihtoehtoiset mielipiteet ja kannanotot. Koulutuksen ilmapiirin tulisi olla niin turvallinen, että osallistujat uskaltavat esittää erilaisia ja tyhmiäkin kysymyksiä. ”Ilmapiirin vapauttajana on kouluttajan oma asenne osallistujia kohtaan ratkaisevan tärkeä. Jos kouluttaja osoittaa, että hän arvostaa osallistujien mielipiteitä, osaamista ja kokemusta, tämä rohkaisee heitä tuomaan esiin omia mielipiteitä ja esimerkkejä”. (Hätönen & Mykrä 2008: 28.) Hyvän oppimisilmapiirin muodostumisessa koulutuksessa auttaa jos asiakkaat hieman tuntevat toisiaan. Jos näin ei ole, kouluttaja voi pyytää kaikkia esittelemään itsensä koulutuksen alussa. Näin saadaan mahdollinen jännitys laukeamaan ja oppimisilmapiiri paranee. (Hätönen & Mykrä 2008: 28.)

Vuorovaikutus. Vuorovaikutus on erittäin tärkeää varsinkin hiusalan koulutustilaisuuksissa, jossa kaikilla on jonkunlainen tietämys ja kiinnostus aiheesta. Kiinnostuksen kohteemme vaikuttaa erittäin paljon siihen miten ja mitä opimme. Koulutuksissa käyvät asiakkaat voivat nähdä saman koulutuksen hyvin erilaisena, riippuen juuri heidän kiinnostuksen kohteistaan. Tämän takia kouluttajan ja asiakkaan sekä asiakkaitten keskinäinen vuorovaikutus ja kommunikointi ovat erittäin tärkeitä oppimisen edistäjänä. Koulutusten vuorovaikutusta voidaan lisätä liittämällä niihin kysymyksiä, paripohdintaa, ryhmätehtäviä ja keskustelua. ”Osallistuja saa vuorovaikutuksessa muiden kanssa palautetta ajattelutavastaan, oppimisestaan ja osaamisestaan.” (Hätönen & Mykrä 2008: 28.) Palaute on juuri erittäin tärkeää oppimisen edistämässä, jolloin mahdolliset virheetkin korjaantuvat.

Vuorovaikutuksen puute koulutuksissa johtaa siihen, ettei kouluttaja pysty tietämään meneekö koulutettava asia perille tai millä tapaa. Eivätkä asiakkaat saa tarvitsemaansa tukea uuden asian oppimiseen. Myös kouluttaja tarvitsee palautetta asiakkailtaan, jotta hän tietää mahdolliset virheet ja kiitoksen aiheet. Palautetta tulisi antaa myös pitkin päivää, jolloin kouluttaja pystyy korjaamaan toimintaansa oikeaan suuntaan jo kyseisen koulutuksen aikana. (Hätönen & Mykrä 2008: 29.)

Aktivointi. Kouluttajan oma asenne vaikuttaa suuresti asiakkaitten aktivointiin ja heidän oppimiseensa. Positiivista kouluttajaa on helpompi lähestyä ja esittää myös ns. tyhmiä kysymyksiä. Kun koulutuksen tunnelma on avoin, se myös aktivoi asiakkaita osallistumaan koulutuksen kulkuun. Kouluttajan tulisi antaa asiakkaittensa ymmärtää, että vuorovaikutus on vain hyväksi ja että epäselvät asiat tulisi rohkeasti selvittää, kysymällä. (Hätönen & Mykrä 2008: 29.)

5.3 Oppimistyylit

Hiusalan kouluttajan olisi hyvä tiedostaa erilaiset oppimistyylit, jotta hän pystyy ottamaan huomioon erilaiset oppijat koulutuksissa. Kouluttajan ei kuitenkaan tarvitse tunnistaa koulutuksissa käyvien yksittäisten asiakkaiden oppimistyyliä, riittää että hän osaa tehdä koulutuksesta eri oppimistyyliä tukevan.

Oppimistyyliä voidaan käsitellä eri tavoilla, hyvin yleinen tapa käsitellä niitä on NLP -malli. ”NLP tarkoittaa neurolingvististä ohjelmointia eli sanojen ja hermoston tutkimista. NLP-mallissa otetaan huomioon, minkä kanavan tai aistin avulla ihmiset käsittelevät ja tallentavat tietoa” (Kupias 2007: 108.) NLP-mallin mukaiset oppimistyyliä ovat visuaalinen eli näköaisti, auditiivinen eli kuuloaisti ja kinesteettinen eli liike- ja lihasaisti. Hiusalan kouluttaja voi koulutusta rakentaessa ottaa huomioon nämä erilaiset asiakkaiden tiedon kanavointitavat. Koulutustilaisuuksissa kouluttajan tulisi puheen rinnalla havainnollistaa sanomaansa kuvin ja piirroksin. (Kupias 2007: 108.) Tällöin tuetaan auditiivista (kuuloaisti) ja visuaalista (näköaisti) oppimistyyliä. Niissä hiusalan koulutuksissa joissa asiakkaat pääsevät itse kokeilemaan uusia opittuja asioita malleille tai harjoituspäihin, tuetaan kinesteettistä (liike- ja lihasaisti) oppimistyyliä. Erilaisten oppimistyylien huomiointi ja tiedostaminen on avuksi kouluttajan työssä myös siten, että hän osaa suositella oikeanlaisia koulutuksia oikeille asiakkaille. Myös asiakkaiden itsensä olisi hyvä tietää millä kanavalla, hän oppii parhaiten. Tällöin asiakas itse pystyy valitsemaan juuri hänelle parhaiten sopivat koulutukset.

Koulutusten lopuksi kouluttajat keräävät yleensä palautetta siitä mitä mieltä asiakkaat ovat olleet koulutuksesta. Oppimistyyliä ja kanavointitavat voivat myös vaikuttaa antamaamme palautteeseen. Kouluttajan on hyvä huomioida tämä asia palautetta lukiessa. Koulutuksessa käyneillä asiakkailla voi olla hyvinkin erilainen mielipide koulutuksen sisällöstä. Yhden asiakkaan mielestä koulutus voi olla liian teoreettinen, kun taas toisen mielestä sama koulutus olisi kaivannut lisää teoriaa. Nämä aivan erilaiset mielipiteet koulutuksen sisällöstä voivat johtua juuri erilaisista oppimistyyleistä ja asioiden kanavointitavoista. (Kupias 2007: 112.) Huomioidessaan tämän palautetta lukiessa, pystyy kouluttaja tekemään oikeanlaiset johtopäätökset kyseisen koulutuksen suhteen.

6 Miraculos Oy:n KC Teamin koulutusten asiakaskysely

Opinnäytetyönäni tein asiakaskyselyn Miraculos Oy:n KC Teamin koulutuksista. Opinnäytetyön idea syntyi, kun olin työharjoittelussa Miraculos Oy:ssä syksyn 2008 ja kevään 2009 aikana. KC teamin kouluttajat halusivat tietää millaisissa koulutuksissa heidän asiakkaat halusivat käydä, ja tästä lähtökohdasta kyselyä alettiin laatia. Laadin aluksi alustavan kyselykaavakkeen, jota yhdessä KC Teamin kouluttajien kanssa alettiin muokata. Kyselykaavake muokkaantui useaan kertaan ennen kuin käytettävä kaavake oli valmis. Kyselykaavakkeen koko oli alusta lähtien yhden A4 paperin kokoinen, ja kysymyksiä molemmin puolin. Kyselykaavake haluttiin pitää A4 kokoisena, jotta asiakkaat jaksaisivat vastata kyselyyn. Liian pitkä kyselykaavake ei jaksaisi kiinnostaa asiakasta tarpeeksi, ja vastaus prosentti olisi luultavasti hyvin pieni.

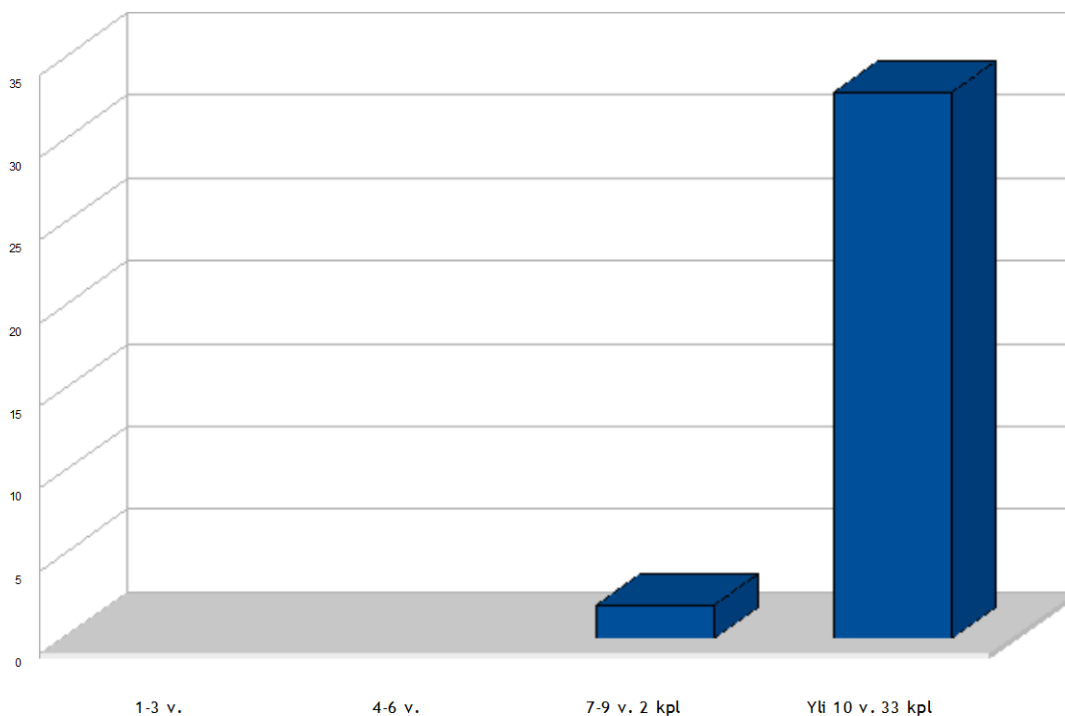
Kyselykaavake (Liite1) hyväksyttiin KC Teamin kouluttajilla ja Miraculos Oy:n toimitusjohtajalla, jonka jälkeen sain luvan lähettää kyselyn asiakkaille. Lopulliseen kyselykaavakkeeseen tuli 15 kysymystä asiakkaan työkokemuksesta, häntä kiinnostavista koulutuksista, sekä millaisissa ja kenen koulutuksissa hän kävi. Valitsin kyselyyn osallistujat KC Teamin koulutuksissa kävijöistä, joista oli tietokoneella lista sattumanvaraisessa järjestyksessä. Listassa oli kaikki kevään 2009 koulutuksissa käyneiden nimet ja yhteistiedot. Tästä listasta valitsin 100 ensimmäistä asiakasta, jolle lähetin kyselykaavakkeen. Valitsemani 100 ensimmäistä asiakasta olivat ympäri Suomea asuvia asiakkaita. Jos peräkkäin oli liian monta samasta kaupungista olevia, valitsin heistä sattumanvaraisesti yhden. Perusjoukko oli siis keväällä 2009 Miraculos Oy:n koulutuksissa käyneet asiakkaat, heitä oli noin 1000. Kyselykaavake lähetettiin 100 asiakkaalle, jotta saataisiin 30- 50 vastausta. Kyselykaavake lähetettiin toukokuussa 2009, asiakkaita pyydettiin vastaamaan ja lähettämään kyselykaavake takaisin Miraculos Oy:hin 22.05.2009 mennessä, kaavakkeen ohessa olleella palautuskuorella, jossa postimaksu oli jo maksettu. Määrä aikaan mennessä saapuneet vastaukset osallistuisivat kolmen Paul Mitchell föönin arvontaan, föönit kyselyyn lahjoitti Miraculos Oy.

Vastauksia kyselyyn saapui 30kpl määräaikaan mennessä ja näiden vastanneitten kesken arvottiin kolme Paul Mitchell fööniä. Voittajille ilmoitettiin henkilökohtaisesti. Määräajan jälkeen vastuksia tuli vielä viisi, jotka otin vielä mukaan työhöni. Vastausprosentti oli 35%. Seuraavilla sivuilla käsittelen kyselykaavakkeen 15 kysymystä, siinä järjestyksessä, missä ne olivat kyselykaavakkeessa.

7 Tulokset

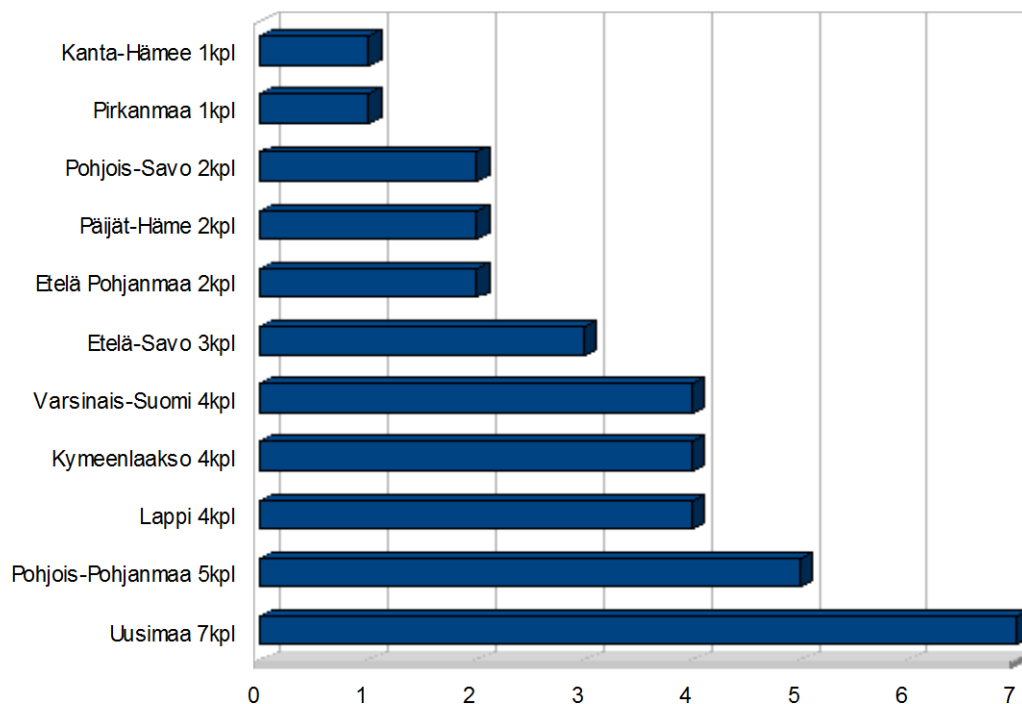
Asiakaskyselyn **ensimmäinen kysymys** koski asiakkaitten sukupuolta. Kyselyyn vastasi yhteensä 35 asiakassa, näistä vastanneista 34 oli naisia ja 1 vastannut oli mies. Prosentteina vastanneista 97,15% oli naisia ja 2.85% miehiä. Kun kysely lähetettiin asiakkaille, oli jo arvattavissa, että suurin osa kyselyyn vastaavista olisi naisia. Kysely lähetettiin suurimmaksi osaksi naisille, koska naiset olivat käyneet Miraculos Oy:n KC Teamin koulutuksissa enemmän kuin miehet. Tämä taas luultavasti johtuu siitä, että kampaajista suurin osa on naisia, jolloin miesten osuus myös koulutuksissa kävijöinä on pienempi.

Taulukko 1. Työskentelyaika alalla



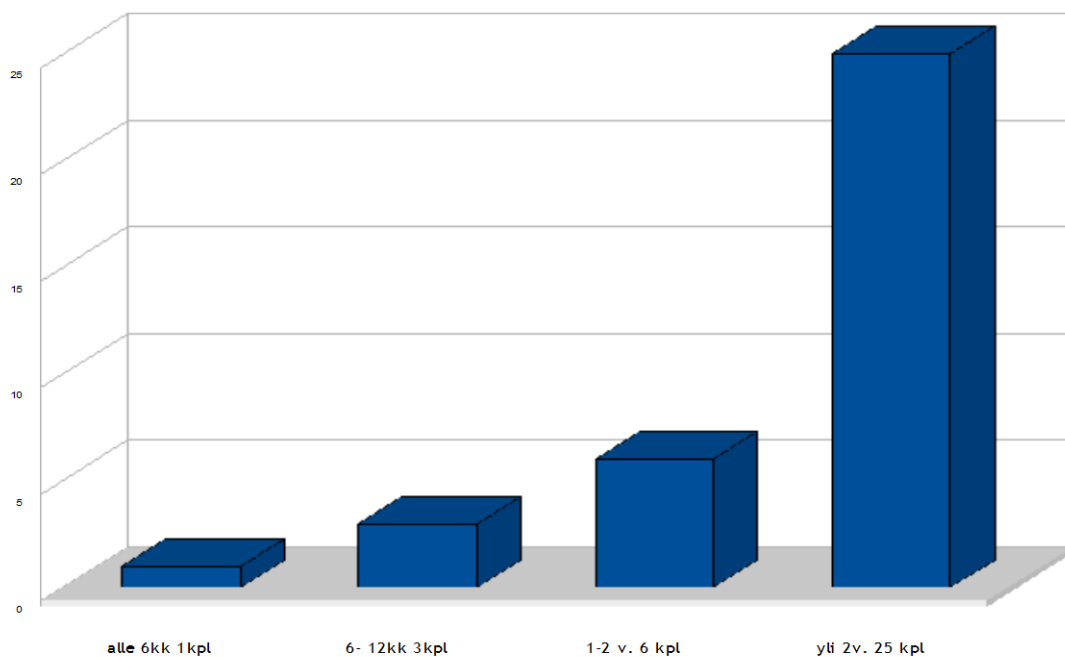
Toisessa kysymyksessä selvitettiin kyselyyn vastanneitten työskentelyaika hiusalalla. (Taulukko 1.) Kyselyyn vastanneista 35 asiakkaasta kaksi (5,7%) oli ollut alalla 7-9 vuotta. Vastanneista 33 (94,3%) oli ollut alalla yli 10 vuotta. 35 vastanneesta ei ollut kukaan työskennellyt alle seitsemää vuotta, joten he kaikki olivat jo kokeneita hiusalan ammattilaisia. Vastanneet tuntevat alan jo hyvin ja ovat siksi erinomaisia arvioimaan Miraculos Oy:n KC Teamin koulutuksia.

Taulukko 2. Maakunta



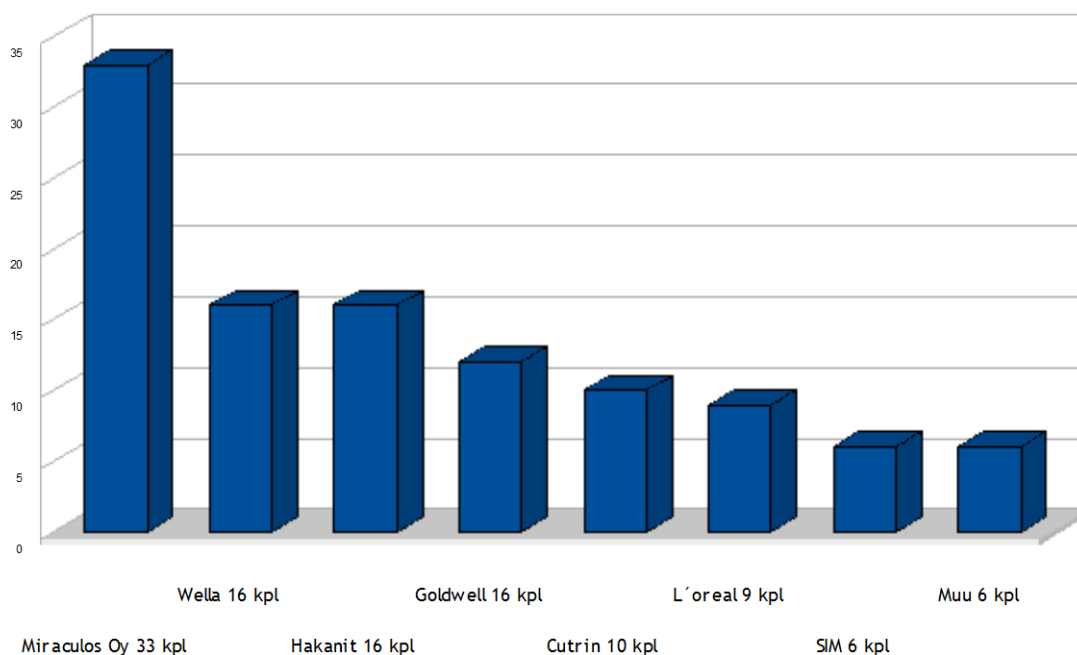
Kolmannessa kysymyksessä selvitettiin vastanneitten työskentelymaakuntaa. (Taulukko 2.) Kyselyyn vastanneista 35 asiakkaasta yhden (2,85%) työskentely maakunta oli Kanta-Häme ja yhden (2,85%) työskentely maakunta oli Pirkanmaa. Kaksi (5,7%) vastannutta työskenteli Pohjois- Savossa, kaksi (5,7%) työskenteli Päijät-Hämeessä ja kaksi (5,7%) työskenteli Etelä Pohjanmaalla. Kolmen (8,55%) vastanneen työskentely maakunta oli Etelä-Savo. Varsinais-Suomessa, Kymenlaaksossa ja Lapissa työskenteli, kussakin neljä (11,4%) vastannutta. Viiden (14,25%) vastanneen maakunta oli Pohjois-Pohjanmaa Seitsemän (19,95%) vastanneen työskentely maakunta oli Uusimaa. Yksi viidesosa vastanneista työskenteli Uudellamaalla ja loput vastanneet olivat aika tasaisesti ympäri Suomea, joten voidaan olettaa, että vastanneitten joukko on maantieteellisesti aika samanlainen kuin Miraculos Oy:n KC Teamin koulutuksissa käyvä joukko.

Taulukko 3. Työskentelyaika Miraculos Oy:n tuotteilla



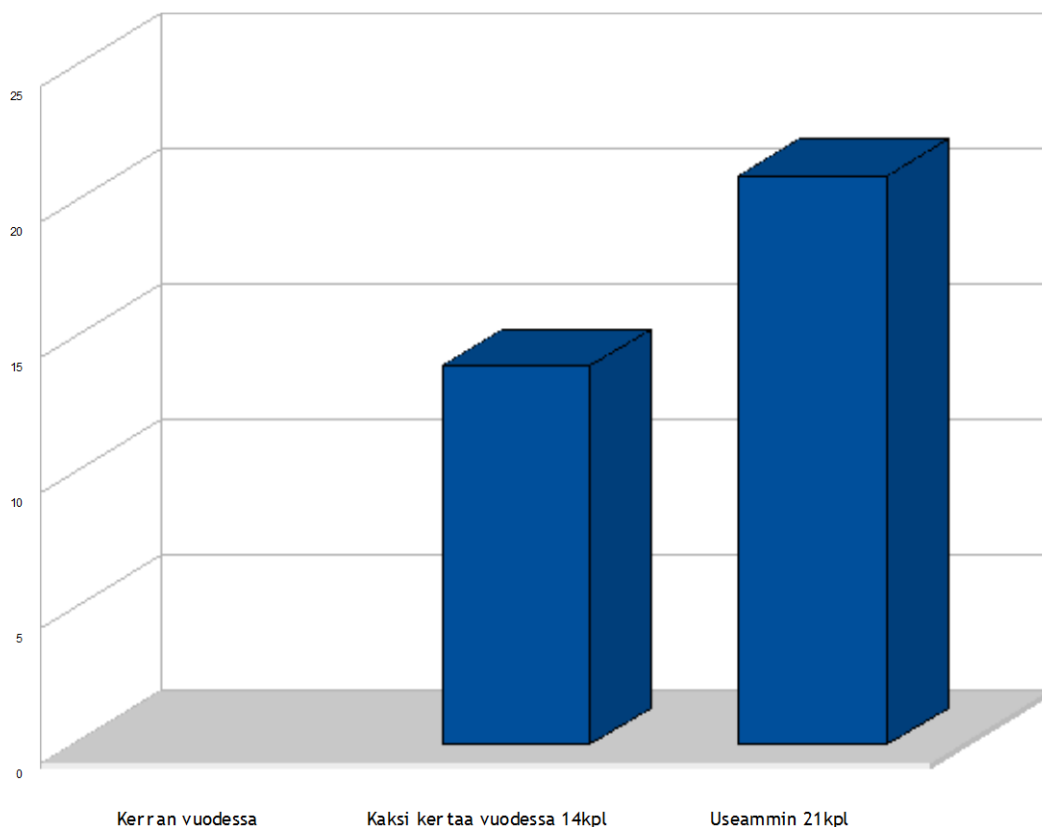
Neljännessä kysymyksessä selvitettiin vastanneitten työskentelyaikaa Miraculos Oy:n tuotteilla. (Taulukko 3.) Kyselyyn vastanneista 35 asiakasta yksi (2,85%) oli työskennellyt Miraculos Oy:n tuotteilla alle 6kk, kolme (8,55%) oli työskennellyt 6-12kk, kuusi (17,1%) oli työskennellyt 1-2 vuotta ja 25 (71,25%) vastannutta oli työskennellyt yli 2 vuotta. Suurin osa vastanneista oli siis jo kokeneita Miraculos Oy:n toiminnan ja tuotteiden kanssa.

Taulukko 4. Keiden toimittajien tuotteita käytät?



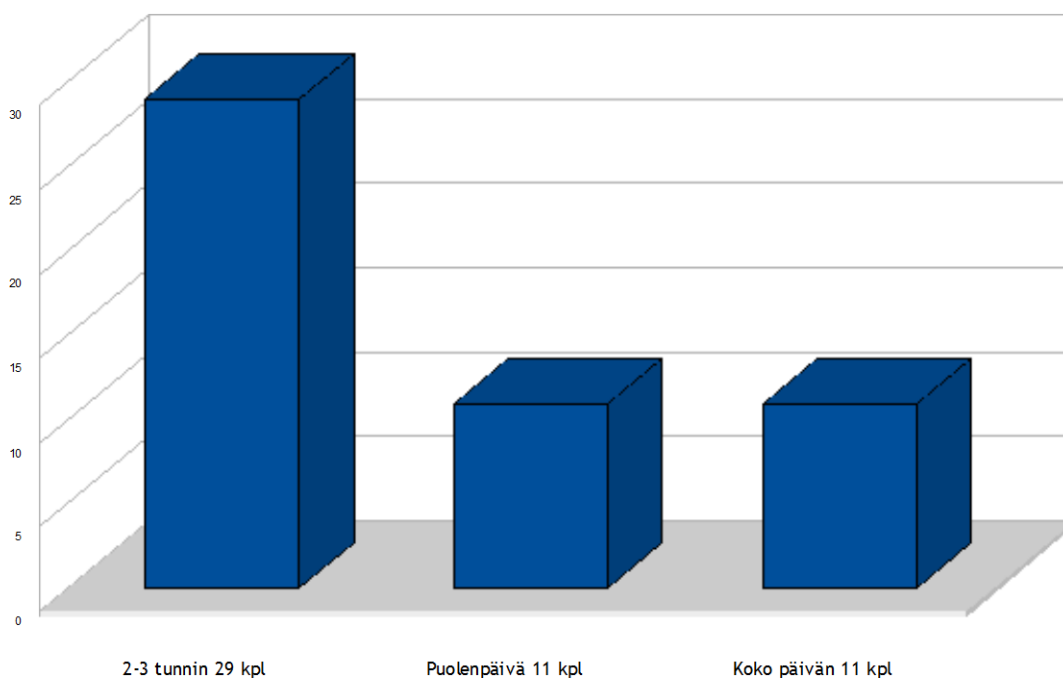
Viidennessä kysymyksessä selvitettiin keiden toimittajien tuotteita vastanneet käyttävät. (Taulukko 4.) Tässä kysymyksessä vastanneet pystyivät vastaamaan useampaan vaihtoehtoon. Kyselyyn vastanneista 35 asiakkaasta 33 (94,4%) käytti Miraculos Oy:n tuotteita. Wellan, Hakanitin ja Golwell:n tuotteita käytti 16 (45,6%)asiakasta. Vastanneista kymmenen (28,5%) käytti Cutrinin tuotteita, yhdeksän (25,65%) käytti L´orealin tuotteita, kuusi käytti SIM:n tuotteita(17,1%) ja kuusi (17,1%) käytti muita kuin edellä mainittujen toimittajien tuotteita. Vastanneet asiakkaat käyttivät kaikki enemmän kuin yhden toimittajan tuotteita. Tämä voi johtua monestakin syystä, mutta yksi syy voi olla se, että asiakkaat haluavat käyttää yhdeltä toimittajalta esimerkiksi hiusten värjäystuotteita ja toiselta muotoilutuotteita. Siihen minkä toimittajan tuotteita käyttää tai ottaa ainakin ensimmäiseksi sarjakseen valmistumisen jälkeen, vaikuttaa suuresti se, mitä tuotteita hiusalan ammattioppilaitoksessa on käytetty. Vaikka ammattioppilaitoksessa tulisi käydä läpi kaikkien toimittajien tuotteet ja tuotesarjat, on kouluissa yksilöllisiä eroja, minkä toimittajan kanssa halutaan tai on helpointa tehdä yhteistyötä. Tämä on myös taloudellinen kysymys, esimerkiksi kaikkien hiustenvärjäyssarjojen ylläpitäminen tulee erittäin kalliiksi oppilaitoksille, joten on edullisinta toimia yhden tai kahden toimittajan kanssa. Joten hiusalan tuotteiden toimittajien tulee tehdä myös itsensä tunnetuksi hiusalan ammattioppilaitoksille, jolloin yhteistyötä on helpompi jatkaa valmistumisenkin jälkeen.

Taulukko 5. Kuinka usein käyt koulutuksissa?



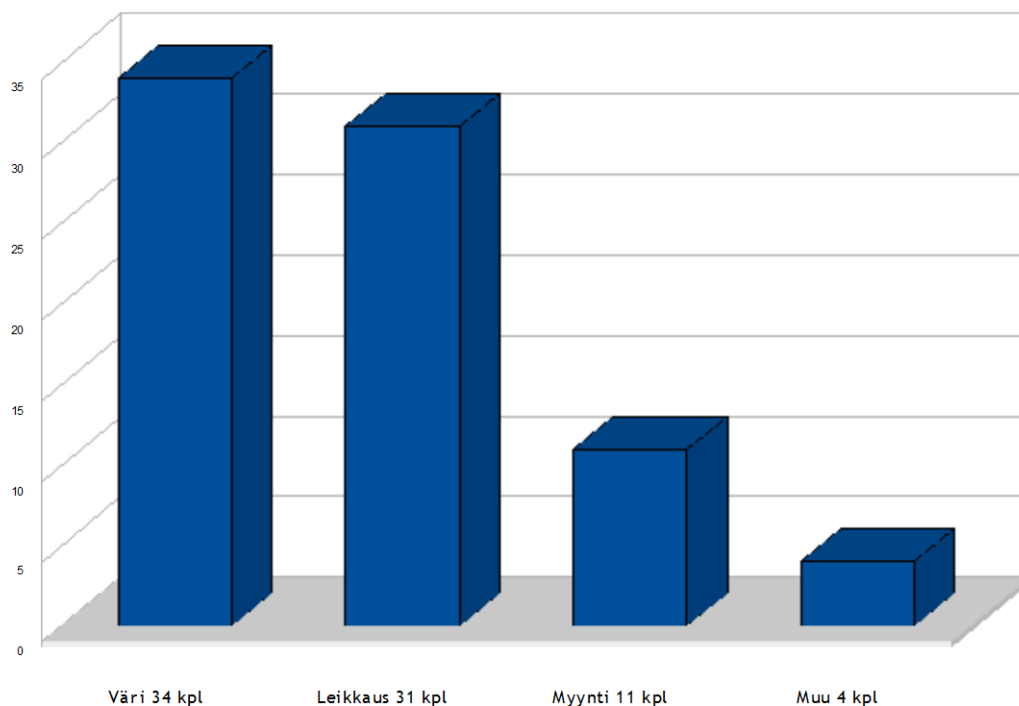
Kuudennessa kysymyksessä selvitettiin kuinka usein vastanneet käyvät koulutuksissa. (Taulukko 5.) Kyselyyn vastanneista 35 asiakkaasta 14 (39,9%) käy koulutuksissa kaksi kertaa vuodessa ja 21 (60,1%) käy koulutuksissa useammin kuin kaksi kertaa vuodessa. Kaikki vastanneet käyvät siis ainakin kaksi kertaa vuodessa koulutuksissa, mikä on erittäin hyvä. Voidaan siis sanoa, että asiakkaat näkevät koulutusten merkityksen hiusalan työskentelyssä tärkeänä. Koulutusten tarkoitus on juuri tukea hiusalalla työskenteleviä heidän arkityössään.

Taulukko 6. Minkä pituiset koulutukset sinua kiinnostavat?



Seitsemännessä kysymyksessä selvitettiin minkä pituisista koulutuksissa vastanneet olisivat kiinnostuneita käymään. (Taulukko 6.) Tässä kysymyksessä vastanneet pystyivät vastaamaan useampaan vaihtoehtoon. Kyselyyn vastanneista 35 asiakkaasta 29 (n.83%) oli kiinnostunut käymään 2-3 tunnin koulutuksissa, 11 (n.31%) oli kiinnostunut puolenpäivän koulutuksista ja 11 (n.31%) oli kiinnostunut koko päivän koulutuksista. Neljä (11,4%) kyselyyn vastannutta asiakasta oli kiinnostunut kaikista kolmesta yllä mainitusta koulutus pituudesta. Kaksi (5,7%) kyselyyn vastannutta asiakasta oli kiinnostunut 2-3 tunnin ja puolenpäivän pituisista koulutuksista. Kolme (8,55%) kyselyyn vastannutta asiakasta oli kiinnostunut 2-3 tunnin ja koko päivän koulutuksista. Kaksi (5,7%) kyselyyn vastannutta oli kiinnostunut puolen päivän ja koko päivän pituisista koulutuksista. Kuitenkin suurin osa yli 80% oli kiinnostunut 2- 3 tunnin pituisista koulutuksista. Kyselyn perusteella Miraculos Oy lisäsi entisestään 2-3 tunnin pituisia trendi-iltoja syksyn 2009 koulutustarjontaan.

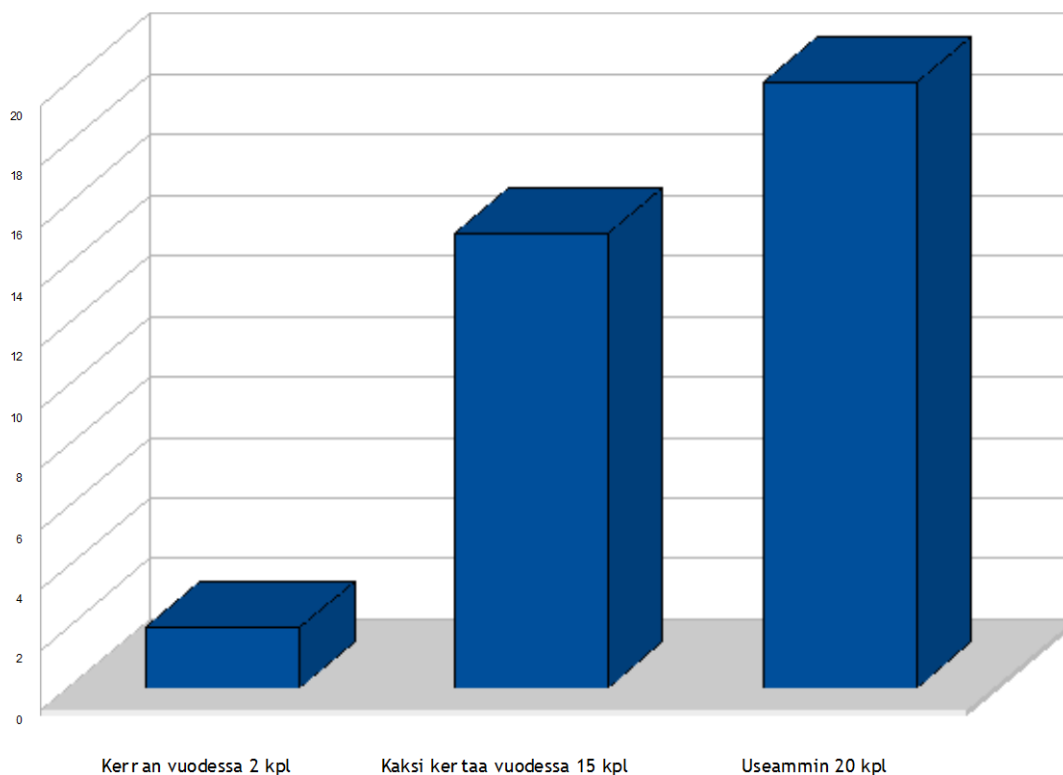
Taulukko 7. Mitkä koulutukset sinua kiinnostavat eniten?



Kahdeksannessa kysymyksessä selvitettiin millaisista koulutuksista vastanneet olivat eniten kiinnostuneita. (Taulukko 7.) Tässä kysymyksessä vastanneet pystyivät vastaamaan useampaan vaihtoehtoon. Kyselyyn vastanneista 35 asiakkaasta 34 (n.97%) oli kiinnostunut eniten hiusten värjäyskoulutuksista, 31 (n.88%) oli kiinnostunut hiusten leikkauskoulutuksista, 11 (n.31%) oli kiinnostunut tuotemyynti koulutuksista ja neljä (n.11%) oli kiinnostunut muunlaisista kuin edellä mainituista koulutuksista. Näitä muita koulutuksia joista vastanneet olivat kiinnostuneita, olivat kampauskoulutukset sekä muoti- ja trendikoulutukset. Yksi vastannut vastasi, että häntä kiinnosti kaikki kolme vaihtoehtoa sekä muoti- ja trendikoulutukset. Kymmenen vastasi, että heitä kiinnosti kaikki kolme vaihtoehtoa, 17 vastasi, että heitä kiinnosti eniten hiusten värjäys- ja leikkauskoulutukset ja kolme vastasi, että heitä kiinnosti eniten hiusten värjäys- ja leikkauskoulutukset sekä kampauskoulutukset.

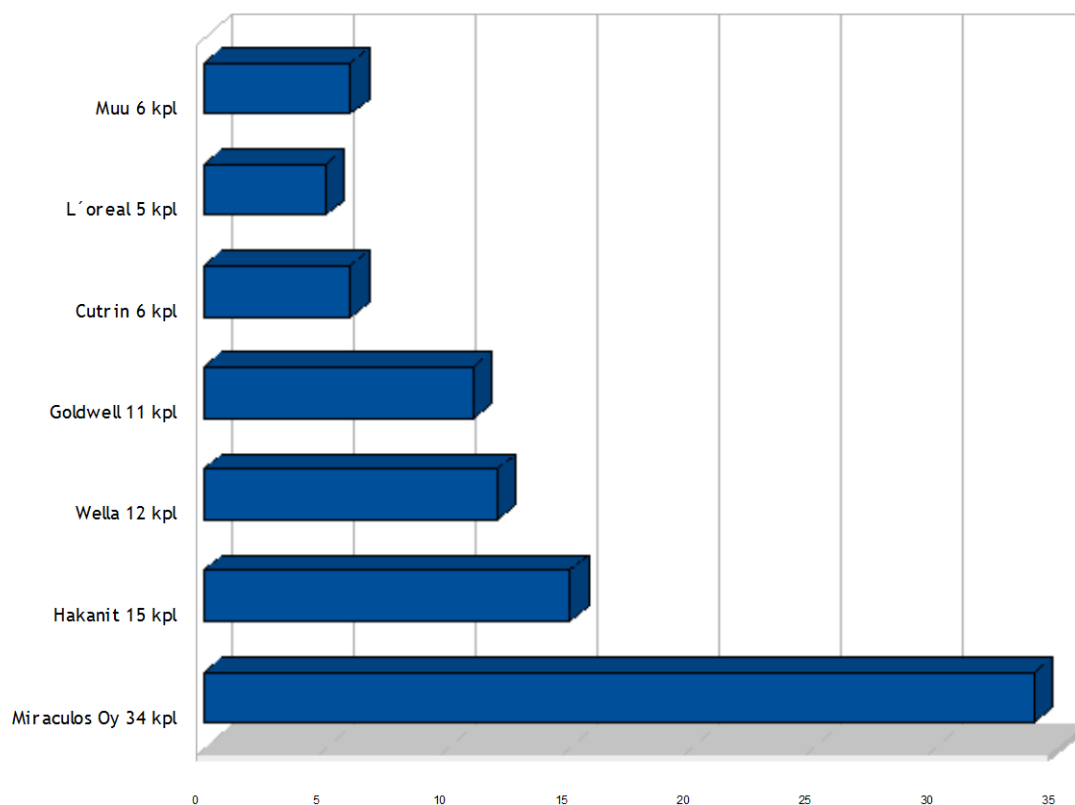
Taulukosta näkee suoraan, mitkä koulutukset eniten kiinnostivat vastanneita asiakkaita. Yllätyksenä ei tullut se, että myyntikoulutukset olivat kolmesta päävaihtoehdosta vähiten kiinnostavia. Olisi kuitenkin tärkeää saada asiakkaat kiinnostumaan juuri tuotemyyntikoulutuksista, koska tuotemyynti tuo suuren rahallisen lisän kampaajan työhön. Tuotemyyntikoulutuksista saa apua siihen, kuinka myydä tuote asiakkaalle ja millaisia erilaisia tekniikoita tuotemyynnissä voi käyttää. Tuotemyyntikoulutukset tulisi saada asiakkaita enemmän houkutteleviksi, koska tuotemyynnin lisääntyminen kampaamoissa on suora lisääntyminen myös Miraculos Oy:n tukkumyyntiin.

Taulukko 8. Kuinka usein näet tarpeelliseksi käydä koulutuksissa?



Yhdeksännessä kysymyksessä selvitettiin kuinka usein vastanneet kokivat tarpeelliseksi käydä koulutuksissa. (Taulukko 8.) Kyselyyn vastanneista 35 asiakkaasta kaksi (5,7%) koki tarpeelliseksi käydä koulutuksissa kerran vuodessa. Viidentoista (n.43%) vastanneen mielestä oli tarpeellista käydä koulutuksissa kaksi kertaa vuodessa ja 20 (57%) mielestä oli tarpeellista käydä koulutuksissa useammin kuin kaksi kertaa vuodessa. Yhden vastanneen mielestä oli tarpeellista käydä koulutuksissa yksi tai kaksi kertaa vuodessa ja toinen koki tarpeelliseksi käydä koulutuksissa kaksi tai useamman kerran vuodessa. Vastanneista yli puolet koki tarpeelliseksi käydä koulutuksissa useammin kuin kaksi kertaa vuodessa, mikä on erittäin hyvä asia koulutuksia tarjoaville toimittajille kuten Miraculos Oy:lle. Mitä enemmän asiakkaat kokevat tarpeelliseksi käydä koulutuksissa, sitä tärkeämpää on panostaa koulutusten laatuun ja viihtyisyyteen, sekä uudistaa koulutustarjontaa sopivin aika välein.

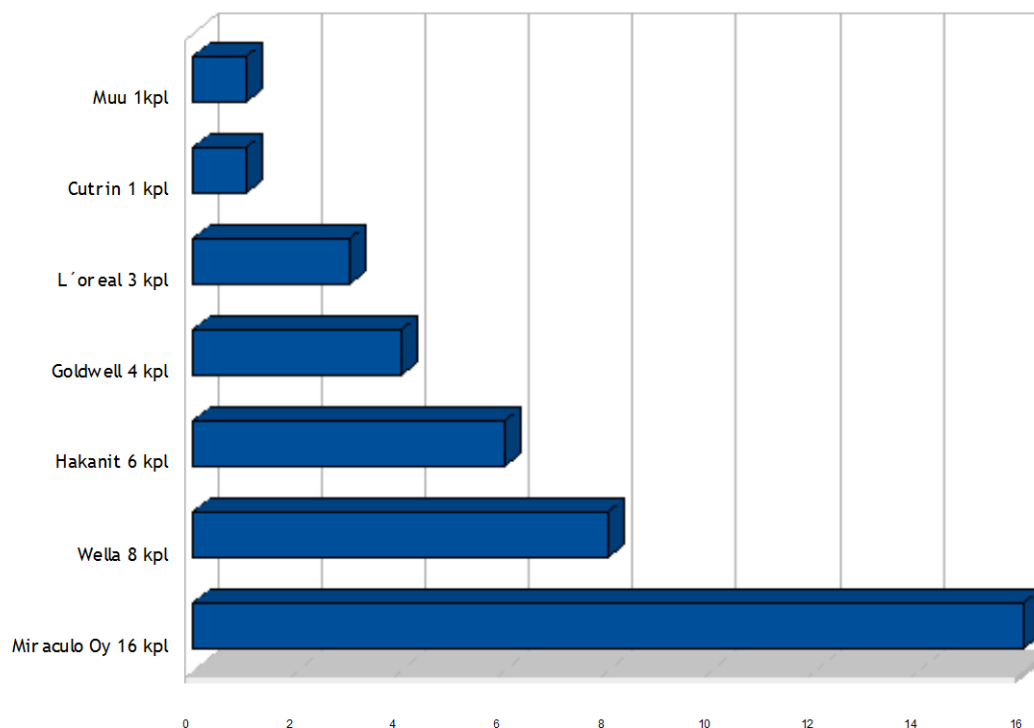
Taulukko 9. Keiden toimittajien koulutuksissa käyt?



Kymmenennessä kysymyksessä selvitetään sitä keiden hiusalan tuotteiden toimittajien koulutuksissa vastanneet kävivät. (Taulukko 9.) Tässä kysymyksessä vastanneet pystyivät vastaamaan useampaan vaihtoehtoon. Kyselyyn vastanneista 35 asiakkaasta 34 (97%) kävi Miraculos Oy:n koulutuksissa. Tämä hieman mietitytti minua, koska lista asiakkaista joille kysely lähetettiin, oli Miraculos Oy:n KC Teamin koulutuksissa kävijöiden lista, mutta ehkä yksi vastaaja koki, ettei käy yleensä Miraculos Oy:n KC Teamin koulutuksissa.

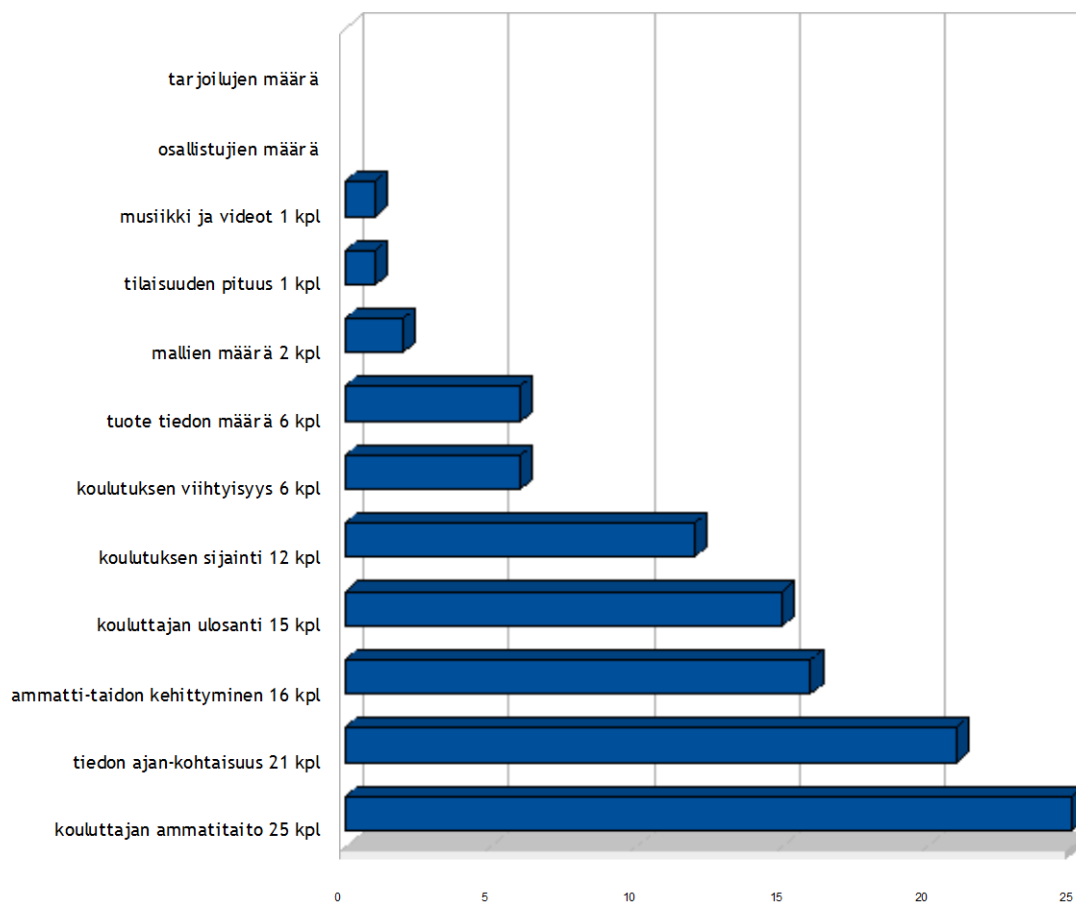
15 (n.43%) vastannutta asiakasta kävi Hakanitin koulutuksissa, 12 (n.34%) kävi Wellan koulutuksissa, 11(n.31%) kävi Golgwell:in koulutuksissa, kuusi (n.17%) kävi Cutrinin koulutuksissa, viisi (n.14%) kävi L'oreal:in koulutuksissa ja kuusi (n.17%) kävi muun kuin edellä mainittujen toimittajien koulutuksissa. Muut kuin edellä mainitut toimittajat olivat Sim, Kadus ja Skt- Group. Tämän kysymyksen tarkoitus oli selvittää keiden koulutuksissa Miraculos Oy:n KC Teamin koulutuksissa kävijät käyvät, jolloin voidaan miettiä kuinka erottua pahimmista kilpailijoista.

Taulukko 10. Jos käyt muiden kuin yhden toimittajan koulutuksissa, keiden koulutukset ovat laadukkaimpia?



Yhdennessätoista kysymyksessä selvitetään keiden toimittajien koulutuksia vastanneet pitivät laadukkaimpina. (Taulukko 10.) Kyselyyn vastanneista 35 asiakkaasta 16 (n.46%) piti Miraculos Oy:n koulutuksia laadukkaimpina, kahdeksan (n.23%) piti Wellan koulutuksia laadukkaimpina, kuusi (n.17%) piti Hakanitin koulutuksia laadukkaimpina, neljä (n.11%) piti Golwell:in koulutuksia laadukkaimpina, kolme (n.9%) piti L'orealin koulutuksia laadukkaimpina, yksi (n.3%) piti Cutrinin koulutuksia laadukkaimpina ja yksi (3%) piti laadukkaimpina koulutuksina muun kuin edellä mainittujen toimittajien koulutuksia. Useat vastanneet vastasivat tässä kysymyksessä useampaan kuin yhteen vaihtoehtoon, mutta kahdeksan vastannutta vastasi ainoastaan Miraculos Oy:n, kolme vastasi ainoastaan Goldwell:n, kaksi vastasi ainoastaan Wellan ja yksi vastasi ainoastaan L'oreal:n, joita he pitivät laadukkaimpina koulutuksina. Suurin osa vastanneita piti siis Miraculos Oy:n koulutuksia laadukkaimpina koulutuksina.

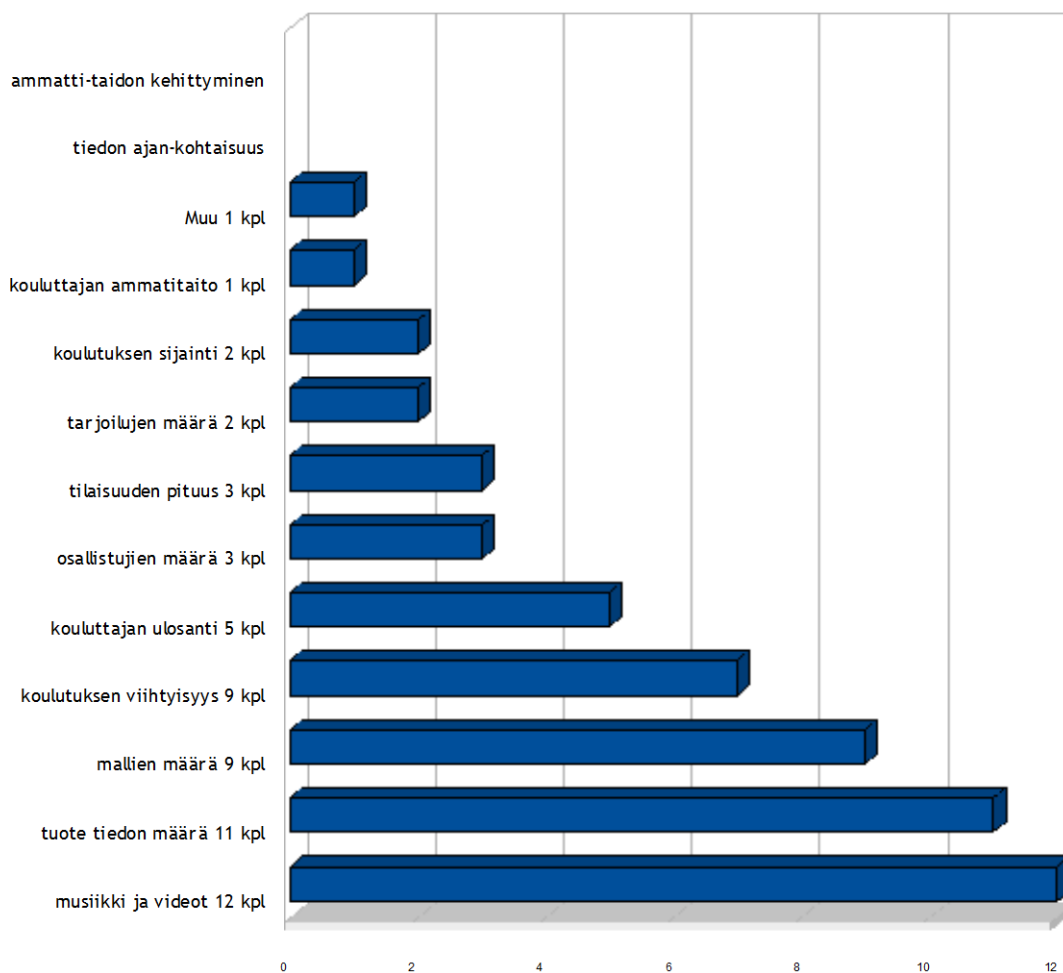
Taulukko 11. Missä osa-alueissa Miraculos Oy:n KC Teamin kouluttajat ovat onnistuneet parhaiten (valitse 3)



Kahdennessatoista kysymyksessä selvitettiin niitä osa-alueita, joita vastanneet pitävät onnistuneimpina osa-alueina Miraculos Oy:n KC Teamin kouluttajien koulutuksissa. (Taulukko 11.) Tässä kysymyksessä vastanneet valitsivat kolme parhaiten onnistunutta osa-alueetta. Kyselyyn vastanneista 35 asiakkaasta 25 (71,25%) piti onnistuneimpana osa-alueena kouluttajien ammattitaitoa, 21 (59,85%) piti onnistuneimpana osa-alueena tiedon ajankohtaisuutta, 16 (45,6%) piti ammatti-aidon kehittymistä koulutuksissa onnistuneimpana osa-alueena. Nämä kolme onkin koulutusten tärkeimpinä osa-alueita, Miraculos Oy:n KC Teamin kouluttajat ovat siis onnistuneet tuottamaan asiakkailleen ammattitaitoisia ja ajankohtaisia koulutuksia.

Vastanneista 15 (42,75%) piti onnistuneimpana osa-alueena kouluttajien ulosantia, 12 (34,2%) piti onnistuneimpana osa-alueena koulutusten sijaintia, kuusi (17,1%) piti onnistuneimpana osa-alueena koulutusten viihtyisyyttä, kuusi (17,1%) piti onnistuneimpana osa-alueena tuotetiedon määrää. Kaksi (5,7%) piti onnistuneimpana osa-alueena mallien määrää, yksi (2,85%) piti onnistuneimpana osa-alueena tilaisuuden pituutta ja toinen piti onnistuneimpana osa-alueena musiikkia ja videoita. Parhaiten onnistuneimpien osa-alueiden joukossa on koulutuksissa erittäin tärkeitä osa-alueita, kuten kouluttajien ammattitaito, tiedonajan-kohtaisuus ja ammattitaidon kehittyminen. Myös viihtyisyyttä ja koulutusten sijaintia pidettiin onnistuneena. Tärkeintä koulutuksissa kuitenkin on uuden ja ajankohtaisen tiedon saanti, jolla voidaan kehittää asiakkaitten ammattitaitoa, näissä osa-alueissa on tärkeää onnistua myös jatkossa.

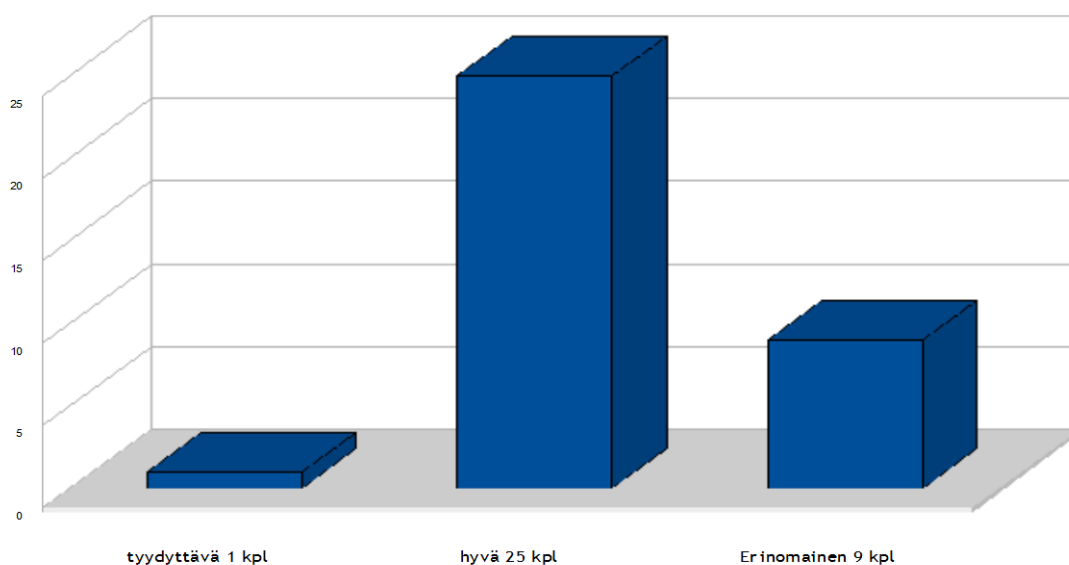
Taulukko 12. Mitkä osa-alueet Miraculos Oy:n KC Teamin koulutuksissa olivat heikoimmat? (valitse 3)



Kolmannessatoista kysymyksessä selvitettiin niitä osa-alueita, joita vastanneet pitivät heikoimpina osa-alueina Miraculos Oy:n KC Teamin kouluttajien koulutuksissa. (Taulukko 12.) Tässä kysymyksessä vastanneet valitsivat kolme heikoiten onnistuneinta osa-aluetta. Kyselyyn vastanneista 35 asiakkaasta 12 (34,2%) piti heikoimpana osa-alueena musiikkia ja videoita, 11 (31,35%) piti heikoimpana osa-alueena tuotetiedon määrää, yhdeksän (25,65%) piti heikoimpana osa-alueena mallien määrää. Vastanneet toivoivat, että malleina olisi enemmän miehiä ja iäkkäämpiä henkilöitä, eikä niin paljon nuoria naisia. Malleiksi toivottiin myös ekstra-pitkähiuksisia malleja sekä kampaumalleja. Yhdeksän (25,65%) vastannutta piti heikoimpana osa-alueena koulutuksen viihtyisyyttä. Vastanneet pitivät koulutustilaa ahtaana pienenä tilana ja että koulutuksissa oli liikaa ihmisiä. Miraculos Oy:n KC Team kiertää paljon eri paikkakunnilla kouluttamassa. Koulutuksia järjestetään myös useasti Miraculos Oy:n

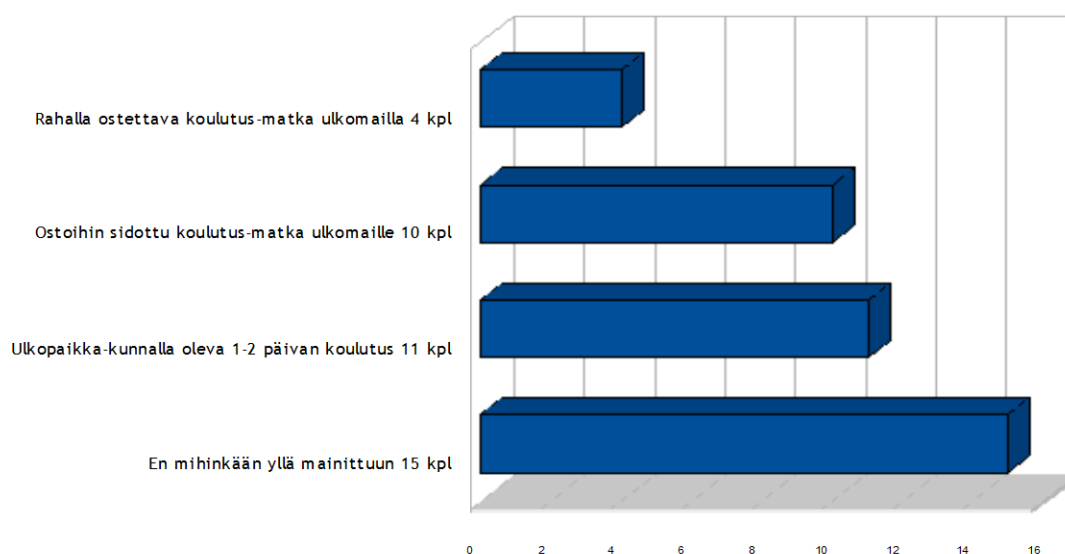
koulutuskeskuksessa Helsingissä, jossa on myös yrityksen toimisto ja myymälä. Koulutustila on ollut aika pieni. Varsinkin kun koulutuskeskuksessa järjestetään Trendi-ilta-koulutuksia, tällöin tila koulutuskeskuksessa on aika tiukassa. Varsinkin kun Trendi-ilta-koulutukset ovat yleensä loppuunmyytyjä. Tällöin asiakkaista voi tuntua hieman ahtaalta, mikä taas vaikuttaa koulutuksen viihtyisyyteen. Tähän ongelmaan toivottavasti saadaan muutos pian. Viisi (14,25%) piti heikoimpana osa-alueena kouluttajien ulosantia. Kolme (8,55%) piti heikoimpana osa-alueena osallistujamäärää sekä tilaisuuden pituutta. Kaksi (5,7%) piti heikoimpana osa-alueena tarjoilujen määrää sekä koulutuksen sijaintia. Yksi (2,85%) vastannut piti heikoimpana osa-alueena kouluttajien ammattitaitoa. Yksi (2,85%) piti heikoimpana osa-alueena muuta kuin edellä mainittuja osa-alueita. Muu tarkoitti erityisesti Kajaanin tarjoiluja. Yksi vastannut lisäsi vielä että kouluttajien keskinäinen läpän heitto häiritsi koulutusten aikana. Vastaaaja koki läpänheiton häiritseväksi, vaikka toisten mielestä tämä voi luoda mukavan ja hauskan ilmapiirin. Kuitenkin kultaisen keskitien löytäminen olisi tärkeää. Viihtyisyyttä ja mallien erilaisuutta on helppo parantaa pienillä muutoksilla, joita onkin jo tehty Miraculos Oy:ssä.

Taulukko 13. KC Teamin koulutusten taso



Neljännestätoista kysymyksessä selvitettiin vastanneitten asiakkaitten mielipidettä KC teamin koulutusten tasosta. (Taulukko 13.) Vaihtoehtoina tässä kysymyksessä oli heikko, tyydyttävä, hyvä ja kiitettävä. Kyselyyn vastanneista 35 asiakkaasta yksi (2,85%) piti KC Teamin koulutusten tasoa tyydyttävänä, 25 (71,25%) piti koulutuksen tasoa hyvänä ja yhdeksän (25,65%) piti koulutuksen tasoa erinomaisena. Suurin osa vastanneista piti KC Teamin koulutuksia hyvinä ja hieman yli neljäs osa piti koulutusten tasoa erinomaisena. Yhden vastanneen mielestä koulutusten tasoa oli vain tyydyttävänä, joten myös parannettavaa on koulutusten laadussa.

Taulukko 14. Mille seuraavista kursseista olisit valmis osallistumaan?



Viidennestätoista kysymyksessä selvitettiin niitä kursseja joihin vastanneet olisivat valmiita osallistumaan. (Taulukko 14.) Tässä kysymyksessä vastanneet pystyivät vastaamaan useampaan vaihtoehtoon. Kyselyyn vastanneista 35 asiakasta neljä (11,4%) oli valmis osallistumaan, rahalla ostettavaan koulutusmatkaan ulkomailla. Kymmenen (28,5%) asiakasta oli valmis osallistumaan ostoihin sidottuun koulutusmatkaan ulkomailla. 11 (31,35%) asiakasta oli valmis osallistumaan ulkopaikkakunnalla olevaan 1-2 päivän koulutukseen. Ja jopa 15 asiakasta ei ollut valmiita osallistumaan mihinkään edellä mainittuun kurssiin. Kysymyksen tarkoitus oli kartoittaa millaisiin rahallisesti arvokkaisiin kursseihin asiakkaat olivat valmiita osallistumaan. Ja jos he olivat valmiita osallistumaan tämän tyyppisiin kursseihin, millä tavalla he olisivat halukkaita rahoittamaan kurssin. Ulkopaikkakunnilla pidettäviä kursseja on jo koulutustarjonnassa, ja niistä ollaan myös kiinnostuneita. Ostoihin sidottu ulkomaa koulutusmatka kiinnosti hieman yli neljäsosaa vastaajista, joten tämän tyyppisiä kursseja ulkomaille voisi olla kannattavaa järjestää tulevaisuudessa.

8. Tulosten analysointi

Kyselyn tarkoitus oli antaa Miraculos Oy:n KC Teamin kouluttajille tietoa heidän koulutuksistaan, millaisia asiakkaita niissä kävi, millaisissa koulutuksissa vastanneet haluisivat käydä, keitä ovat KC Teamin koulutusten pahimmat kilpailijat ja mitä vastanneet olivat mieltä KC Teamin koulutuksista. Mielestäni kyselykaavake onnistui vastaamaan näihin kysymyksiin ja antamaan uutta tietoa KC Teamin koulutuksista. Seuraavaksi yhteenveto asiakaskyselyn tuloksista Miraculos Oy:n näkökulmasta.

Vastauksia asiakaskyselyyn saatiin 35, vastanneista 34 oli naisia ja yksi oli mies, heistä 33 on työskennellyt hiusalalla yli 10 vuotta ja kaksi 7-9 vuotta, joten kaikki vastanneet olivat kokeneita hiusalalan ammattilaisia. Vastanneista suurin osa (25 vastannutta) oli työskennellyt Miraculos Oy:n tuotteiden kanssa yli 2 vuotta ja kuusi heistä 1-2 vuotta. Miraculos Oy:n tuotteita käytti 33 vastannutta eli lähes kaikki vastanneet. Yhdessä Miraculos Oy:n tuotteiden kanssa käytettiin selvästi eniten Hakanitin ja Wellan tuotteita. Goldwellin, Cutrinin ja L'oreal'n tuotteita käytettiin seuraavaksi eniten. Vastanneet asiakkaat käyttivät kaikki enemmän kuin yhden toimittajan tuotteita. Tämä voi johtua monestakin syystä, mutta yksi syy voi olla se, että asiakkaat haluavat käyttää yhdeltä toimittajalta esimerkiksi hiusten värjäystuotteita ja toiselta muotoilutuotteita. Siihen minkä toimittajan tuotteita käyttää tai ottaa ainakin ensimmäiseksi sarjaiseen valmistumisen jälkeen, vaikuttaa suuresti se, mitä tuotteita hiusalalan ammattioppilaitoksessa on käytetty. Vaikka ammattioppilaitoksessa tulisi käydä läpi kaikkien toimittajien tuotteet ja tuotesarjat, on kouluissa yksilöllisiä eroja, minkä toimittajan kanssa halutaan tai on helpointa tehdä yhteistyötä. Tämä on myös taloudellinen kysymys, esimerkiksi kaikkien hiustenvärjäyssarjojen ylläpitäminen tulee erittäin kalliiksi oppilaitoksille, joten on edullisinta toimia yhden tai kahden toimittajan kanssa. Joten hiusalalan tuotteiden toimittajien tulee tehdä myös itsensä tunnetuksi hiusalalan ammattioppilaitoksille, jolloin yhteistyötä on helpompi jatkaa valmistumisenkin jälkeen.

Suurin osa vastanneista kävi koulutuksissa useammin kuin kaksi kertaa vuodessa, ja loput kävivät koulutuksissa kaksi kertaa vuodessa. Suurin osa heistä piti tarpeellisena käydä koulutuksissa useammin kuin kaksi kertaa vuodessa, 15 vastanneen mielestä kaksi kertaa vuodessa oli tarpeellinen määrä käydä koulutuksissa ja kahden mielestä kerran vuodessa oli riittävä määrä. Selvästi eniten vastanneet olivat kiinnostuneita 2-3 tunnin koulutukset, kokopäivän koulutukset ja puolen päivän koulutukset kiinnostivat 11:sta vastannutta. Muutamien tunnin koulutukset kiinnostivat selvästi eniten vastanneita, tämän tyyppiset parin tunnin koulutukset ovatkin olleet erittäin suosittuja, lyhyen keston, nopean temponsa ja ajankohtaisentiedon ansiosta. Kyselyn jälkeen Miraculos Oy lisäsi 2-3 tunnin koulutuksia

syksyn 2009 koulutustarjontaan. Värjäys- ja keikkauskoulutukset kiinnostivat vastanneita selvästi eniten, muoti ja trendi tietoutta toivottiin myös lisää koulutuksiin. Koulutuksissa voisikin enemmän kertoa ajan trendeistä ja tuulista myös hiusalan ulkopuolelta. Ajan vaatemuoti ja myös muu vaikuttaa suuresti hiustrendien syntyyn. Aiheesta voisi kertoa lyhyesti koulutuksen aikana, jolloin asiakkaat saisivat kokonaisvaltaisen kuvan aja muodista ja trendeistä.

Suurin osa vastanneista koki tarpeelliseksi käydä koulutuksissa kaksi tai useamman kerran vuodessa. Mitä enemmän asiakkaat kokevat tarpeelliseksi käydä koulutuksissa, sitä tärkeämpää on panostaa koulutusten laatuun ja viihtyisyyteen, sekä uudistaa koulutustarjontaa sopivin aika välein. Jos koulutustarjontaa ei uudisteta tarpeeksi usein, eivät asiakkaat enää näe tarpeelliseksi käydä koulutuksissa, koska ne eivät anna uuta tietoa heille. Vastanneista 34 kävi Miraculos Oy:n koulutuksissa, toiseksi eniten käytiin Hakanitin koulutuksissa. Wellan ja Golwellin koulutuksissa käytiin seuraavaksi eniten, yllätyksenä tuli se että vain viisi vastannutta kävi L´oreal koulutuksissa. Vastanneista 16:sta piti Miraculos Oy:n koulutuksia laadukkaimpina koulutuksina. Wellan koulutuksia piti laadukkaimpina kahdeksan ja Hakanitin kuusi. Tämä tulos oli erittäin mieluinen Miraculos Oy:n KC Teamin kouluttajille.

Kolme onnistuneinta osa-aluetta Miraculos Oy:n KC Teamin koulutuksissa olivat selvästi kouluttajien ammattitaito kouluttajana, tiedon ajankohtaisuus ja vastanneitten ammattitaidon kehittyminen. Nämä kolme onnistuneinta osa-aluetta ovat juuri niitä tärkeimpiä osa-alueita hiusalan koulutuksissa, joten KC Teamin kouluttajat voivat olla erittäin tyytyväisiä toimintaansa. Kolme heikointa osa-aluetta olivat musiikki ja videot, tuotetiedon määrä ja mallien määrä. Mallien määrää kritisoitiin siinä, että oli liikaa samanlaisia nuoria naisia malleina. Koulutuksissa ei ole kovinkaan usein miesmalleja, joka johtuu ainoastaan siitä että hiusmalleiksi ei ole uskaltanut moni mies. Kuitenkin voisi yrittää markkinoida hiusmalliksi tulemistakin enemmän miehille, voisi laittaa ilmoituksen lehteen, jossa haettaisiin vain miesmalleja. Voi olla niin että miehet eivät uskalla tulla hiusmalliksi tai he eivät usko että juuri heitä tarvittaisiin lisää koulutuksiin. Koulutuksista saataisiin paljon monipuolisempia, jos niissä oli aina miesmalleja sekä eri-ikäisiä malleja.

KC-Teamin koulutusten taso on suurimman osan vastanneiden mielestä hyvä tai erinomainen. Vastanneista 25 arvioi koulutusten tasoksi hyvän ja yhdeksän vastasi koulutusten tasoksi erinomainen. Ainoastaan yksi vastannut arvioi koulutusten tasoksi tyydyttävän, joten KC Teamin kouluttajat voivat olla erittäin tyytyväisiä tulokseen. Koulutusmatkoista kysyttäessä, 11:sta vastasi olevansa valmis osallistumaan ulkopaikkakunnalla olevaan 1-2 päivän

koulutukseen, kymmenen vastannutta olisi valmis osallistumaan ostoihin sidottuun koulutusmatkaan ulkomailta ja neljä olisi valmis osallistumaan rahalla ostettavaan koulutusmatkaan ulkomaille. Uskon että ostoihin sidotut koulutusmatkat Suomessa ja ulkomailta ovat asiakkaitten mieleen. Silloin he voivat ostamalla tuotteita saada alennusta matkan hinnasta, mikä motivoi ostamaan tuotteita enemmän sekä sitoo asiakkaita enemmän niin itse matkaan kun yritykseen.

9 Pohdinta

Opinnäytetyön tekeminen on ollut mielenkiintoinen, opettava ja haasteellinen projekti. Aikataulu on hieman venynyt alkuperäisestä suunnitelmasta. Aloitin opinnäytetyön tekemisen loppukeväästä 2009, jolloin kyselykaavakkeen tekeminen aloitettiin yhdessä Miraculos Oy:n KC Teamin kouluttajien kanssa. Kyselykaavakkeen valmistuttua, se hyväksyttiin KC Teamin kouluttajilla ja Miraculos Oy:n toimitusjohtajalla. Tämän jälkeen sain luvan lähettää kyselykaavakkeen koulutuksissa käyneille asiakkaille. Kyselykaavake lähetettiin toukokuussa 2009, 100 Miraculos Oy: KC Teamin koulutuksissa käyneille asiakkaille. Tavoitteena oli saada 30-50 vastausta, tämä määrä tuntui työn alussa sopivalta määrältä, jonka pystyisin myös hallitsemaan. Lopulliseksi vastausprosentiksi tuli 35%. Uskoin kyselyä lähettäessä, että vastauksia tulisi lähemmäs 50:ntä kuin 30:ntä, koska palkinto oli mielestäni hyvin arvokas ja houkuttaisi asiakkaita vastaamaan. Toisin kävi, ja jouduin pelkäämään saanko edes täyteen tuota 30:ntä vastausta. Ilman kolmen foonin palkintoa, olisi vastaus prosentti varmasti jäänyt huomattavasti pienemmäksi ja olisin joutunut lähettämään kyselyn uudestaan uusille asiakkaille. Näin jälki käteen ajateltuna kyselyn olisi voinut helposti lähettää vaikka 200 koulutuksissa käyvälle asiakkaalle, jolloin vastausprosenttikin olisi voinut olla suurempi. Uskon kuitenkin, että tämäkin määrä vastauksia antoi Miraculos Oy:n KC Teamin kouluttajille heidän tarvitsemaansa tietoa koulutuksissa käyvistä asiakkaista.

Kyselykaavakkeeseen tuli kaiken kaikkiaan 15 kysymystä koskien asiakkaan työkokemuksesta, häntä kiinnostavista koulutuksista, sekä millaisissa ja kenen koulutuksissa hän kävi. Kyselykaavake oli alusta alkaen A4 kokoinen, ja kysymyksiä molemmin puolin. Tämä siksi että asiakkaat jaksaisivat vastata kyselyyn, koska monen sivun pituisia kyselykaavakkeita pidän liian aikaa vievinä. Mielestäni kyselykaavakkeen kysymykset onnistuivat tuottamaan tärkeää tietoa Miraculos Oy:n KC Teamin koulutuksista. Ainoastaan kyselykaavakkeen ensimmäinen kysymys, joka koski vastanneitten sukupuolta oli ehkä hieman turha. Tämä kysymys olisi voitu jättää pois, koska vastanneitten sukupuolella ei ole näin jälkikäteen ajateltuna suurta vaikutusta vastauksiin. Kyselyä lähettäessä oli jo tiedossa, että koulutuksissa käy vähemmän

naisia kuin miehiä, ihan vai siitä syystä, että hiusalalla työskentelee enemmän naisia kuin miehiä. Mielestäni muut kyselykaavakkeen kysymykset olivat onnistuneita. Kolme onnistuneinta kysymystä mielestäni olivat kysymykset 11, jossa selvitettiin keiden toimittajien koulutukset olivat laadukkaimpia. Kysymys 12, jossa selvitettiin KC Teamin koulutusten kolmea onnistuneinta osa-aluetta ja kysymys 13, jossa selvitettiin kolmea heikointa osa-aluetta. Nämä kolme kysymystä antoivat mielestäni tärkeitä tietoja KC Teamin koulutuksista. Kysymys 11 kertoi KC Teamin kouluttajille heidän pahimmista kilpailijoista, tämä on tärkeä tieto jotta osataan erottua heistä oikealla tavalla. Kysymykset 12 ja 13 kertoivat myös tärkeää tietoa siitä missä osa-alueissa KC Team onnistui parhaiten ja missä oli vielä parannettavaa.

Alkukesän 2009 aikana tein yhteenvedon kyselyn vastauksista. Yhteenvedo sisälsi vastaukset kyselyyn raportti- ja excell- taulukko muodossa. Tämän yhteenvedon lähetin Miraculos Oy:n toimitusjohtajalle, toimistohenkilöille ja KC Teamin kouluttajille. Kyseistä yhteenvedoa käytettiin lähteenä alku syksyllä 2009 ilmestyneessä Miraculos Oy:n asiakaslehdessä KC News:ssä alkupuheessa. (Liite 2) Olin erittäin otettu, että työni tuloksia käytettiin KC News lehdessä lähteenä.

Asiakaskyselyni pohjalta voisi tehdä uuden kyselyn koskien Miraculos Oy:n tuotteita ja niiden koulutuksia. Kyselyyn vastanneitten mielestä tuotetiedon määrä oli koulutuksissa heikoimpia osa-alueita, tuotekoulutuksissa käytiin myös kaikkein vähiten. Voitaisiin tiedustella millä tavalla tuotekoulutuksista saataisiin enemmän asiakkaita kiinnostavia, miten tuotetietoa tulisi lisätä koulutuksissa, kokevatko asiakkaat tuotekoulutukset tärkeiksi vai tarpeettomiksi. Voitaisiin myös kysyä onko tuotesarjat toimivia ja sisältävätkö sarjat tarvittavat tuotteet vai onko niissä paljon ns. turhia tuotteita. Miraculos Oy:n kouluttajat ja toimihenkilöt voisivat olla hyvinkin kiinnostuneita tietämään kuinka saada tuotemyynti paremmaksi kampaamoissa, jolloin myös heidän myyntinsä paranisi.

Yhteistyöni Miraculos Oy:n kanssa sain valmiiksi alkusyksystä 2009. Itse opinnäytetyöni kirjalliseen osioon meni hieman enemmän aikaa. Teoria taustan kirjoittamisen aloittaminen tuntui suurelta haasteelta, alun innostuksen jälkeen tuli pitkä tauko jolloin en saanut teoriataustaa etenemään. Näin jälkikäteen ajateltuna tuntuu hassulta, että olen pitkittänyt työtäni näin kauan. Mutta toisaalta en usko että olisin saanut työstäni tämänlaista ilman käyttämäni kypsytämisaikaa.

Lähteet

- Engeström, Y. 1987. Perustietoa opetuksesta. Helsinki: Valtion painatuskeskus.
- Hätönen, H. & Mykärä, T. 2008. Opas opetusmenetelmistä. Helsinki: Edita Prima Oy.
- KC news 2009. Asiakaslehti. Helsinki: Miraculos Oy.
- Kupias, P. 2007. Kouluttajana kehittyminen. Helsinki: Palmenia.
- Leino, A. & Leino, J. 1990. Oppimistyylit. Teoriaa ja käytäntöä. Jyväskylä: Gummerus.
- Novak, J. 2002. Tiedon oppiminen, luominen ja käyttö. Käsitekartat työvälineinä oppilaitoksissa ja yrityksissä. Keuruu: Otava.
- Paavilainen, J. 2008. Koulutusmateriaali. Helsinki: Miraculos Oy.
- Rope, T. 2006. Menesty konsulttina. Helsinki: Talentum.

Liitteet



MIRACULOS

Hei,

haluamme kiittää sinua aktiivisuudestasi koulutuksiamme kohtaan.

Ennen kuin viimeistelemme syksyn 2009 koulutustarjonnan, haluamme kuulla myös Sinun mielipiteesi.

Vastaamalla tähän kyselyyn, vaikutat koulutustarjontaamme.

Palautathan kyselyn täytettynä oheisella kirjekuorella 22.5.2009 mennessä.

Arvomme kaikkien vastanneiden kesken kolme huippulaatuista Paul Mitchell -fööniä!

Toivotamme Sinut sydämellisesti tervetulleeksi syksyn koulutuksiin viettämään mukavia ja trendikkäitä iltoja kanssamme!

1. Sukupuoli:

- Nainen
 Mies

2. Työskentelyaika alalla:

- 1-3 vuotta
 4-6 vuotta
 7-9 vuotta
 10- vuotta

3. Paikkakunta: _____

4. Työskentelyaika Miraculos Oy:n tuotteiden kanssa

- Alle 6kk
 6-12 kk
 1-2 v
 Yli 2 v

5. Keiden toimittajien tuotteita käytät?

- | | | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Wella | <input type="checkbox"/> Hakanit | <input type="checkbox"/> SKT-Group |
| <input type="checkbox"/> Goldwell | <input type="checkbox"/> Cutrin | <input type="checkbox"/> Kadus |
| <input type="checkbox"/> L'oreal | <input type="checkbox"/> Miraculos Oy | <input type="checkbox"/> Muu: _____ |

6. Kuinka usein käyt koulutuksissa?

- Kerran vuodessa
 Kaksi kertaa vuodessa
 Useammin

7. Minkä pituiset koulutukset Sinua kiinnostaa?

- 2-3 tunnin
 Puolenpäivän
 Koko päivän

8. Mitkä koulutukset Sinua kiinnostavat eniten?

- Väri
 Leikkaus
 Myynti
 Muu: _____

9. Kuinka usein näet tarpeelliseksi käydä koulutuksissa?

- Kerran vuodessa
 Kaksi kertaa vuodessa
 Useammin



MIRACULOS

Yrjönkatu 11 B 10
00120 Helsinki, Finland

tel. +358 (0)201 410 410
fax. +358 (0)201 410 430

info@miraculos.fi
www.miraculos.fi


MIRACULOS
10. Kenen valmistajien koulutuksissa käyt?

- | | | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Wella | <input type="checkbox"/> Hakanit | <input type="checkbox"/> SKT-Group |
| <input type="checkbox"/> Goldwell | <input type="checkbox"/> Cutrin | <input type="checkbox"/> Kadus |
| <input type="checkbox"/> L'oreal | <input type="checkbox"/> Miraculos Oy | <input type="checkbox"/> Muu: _____ |

11. Jos käyt muiden kuin yhden valmistajan koulutuksissa, kenen koulutukset ovat mielestäsi laadukkaimmat?

- | | | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Wella | <input type="checkbox"/> Hakanit | <input type="checkbox"/> SKT-Group |
| <input type="checkbox"/> Goldwell | <input type="checkbox"/> Cutrin | <input type="checkbox"/> Kadus |
| <input type="checkbox"/> L'oreal | <input type="checkbox"/> Miraculos Oy | <input type="checkbox"/> Muu: _____ |

12. Missä osa-alueissa Miraculos Oy:n KC Teamin koulutukset ovat onnistuneet parhaiten?

(valitse 3 onnistuneinta osa-aluetta)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> tiedon ajankohtaisuus | <input type="checkbox"/> kouluttajien ammattitaito
(kouluttajana) |
| <input type="checkbox"/> tuotetiedon määrä | <input type="checkbox"/> kouluttajien ulosanti |
| <input type="checkbox"/> koulutuksen viihtyisyys | <input type="checkbox"/> mallien määrä |
| <input type="checkbox"/> ammattitaidon kehittyminen | <input type="checkbox"/> tarjoilujen määrä |
| <input type="checkbox"/> osallistujien määrä | <input type="checkbox"/> koulutuksen sijainti |
| <input type="checkbox"/> tilaisuuden pituus | |
| <input type="checkbox"/> musiikki ja videot | |

13. Mitkä osa-alueet KC Teamin koulutuksissa olivat heikoimmat?

(valitse 3 heikointa osa-aluetta)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> tiedon ajankohtaisuus | <input type="checkbox"/> kouluttajien ammattitaito
(kouluttajana) |
| <input type="checkbox"/> tuotetiedon määrä | <input type="checkbox"/> koulutuksen viihtyisyys |
| <input type="checkbox"/> ammattitaidon kehittyminen | <input type="checkbox"/> mallien määrä |
| <input type="checkbox"/> kouluttajien ulosanti | <input type="checkbox"/> tarjoilujen määrä |
| <input type="checkbox"/> osallistujien määrä | <input type="checkbox"/> koulutuksen sijainti |
| <input type="checkbox"/> tilaisuuden pituus | |
| <input type="checkbox"/> musiikki ja videot | |

14. KC Teamin koulutusten taso:

- | | | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1heikko | <input type="checkbox"/> 2 tyydyttävä | <input type="checkbox"/> 3 hyvä | <input type="checkbox"/> 4 erinomainen |
|----------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|--|

15. Mille seuraavista kursseista olisit valmis osallistumaan?

- Ulkopaikkakunnalla oleva 1-2 päivän koulutus
- Ostoihin sidottu koulutusmatka ulkomaille
- Rahalla ostettava koulutusmatka ulkomaille
- En mihinkään yllä mainittuun


 Yrjönkatu 11 B 10
00120 Helsinki, Finland

 tel. +358 (0)201 410 410
fax. +358 (0)201 410 430

 info@miraculos.fi
www.miraculos.fi

KC Teamin puheenvuoro

Rentouttavat kesälomat alkavat olla takana, vaikkakin tunnen useita kollegoita, jotka eivät ole malttaneet lomiaan juuri-kaan pitää.

On ollut upeaa huomata, että moni heistä on nyt tehnyt oikean valinnan ja ottanut käyttöönsä KC Professional värikonseptin tuotteet. Näillä tuotteilla kampaaja tekee laadukasta jälkeä, kannattavaa liiketoimintaa ja lähtee ansaitulle lomalle!

Mennyt kevät oli jälleen KC Teamille menestyksenkäs ja Workshop -värikurssit täyttyivät äärimmilleen kerta toisensa jälkeen. Suuri kiitos siitä teille, jotka arvostatte omaa ammattianne ja haluatte ylläpitää sekä kehittää sitä hyvän koulutuksen avulla.

Keväinen Velvet Collection Trend -kiertueemme, jossa lanseerasimme uuden ajan multivärin, KColor Velvetin, sai ennennäkemättömän suosion. KColor Velvet on lyhyessä ajassa valloittanut tuhansien ammattilaisten sydämet halki Suomen.

Tämän kevään aikana olemme myös tehneet kattavan koulutuskyselyn kampaajille tulevia koulutuksia silmällä pitäen. Kysyimme mm. sitä minkälaisia koulutuksia ammattilaiset arvostavat, minkälaisissa koulutuksissa he käyvät tai haluaisivat käydä sekä mitä kampaajat pitävät koulutuksissa tärkeänä.

Suurin osa pitää tärkeimpänä kouluttajien ammattitaitoa ja siitä KC Team sai parhaan mahdollisen arvosanan. Kiitos!

Oli myös hienoa havaita, että selvästi yli puolet käy kaksi tai useamman kerran

vuodessa koulutuksissa. Myös reilu enemmistö kampaajista oli sitä mieltä, että 2-3 tunnin informatiiviset tilaisuudet ovat toivotuimpia. Olemme ottaneet vastauksenne huomioon ja syksyllä onkin luvassa koko Suomen kattava Trendit -kiertue.

Enemmistö vastanneista kaipasi myös työskentelykoulutuksia. Siksi räätälöimme syksylle kaksi erilaista Workshop -kursia. WS 1 antaa mahdollisuuden sinulle, joka olet vasta aloittamassa taivaltaisi KC värimaailmassa. WS 2 on erityisesti räätälöity niille, joilla on jo hieman tuntumaa KC Professional värikonseptiin. Workshop 2:ssa tarjoilemme uusia mahtavia väritekniikoita ja ratkaisemme mm. vaaleiden värien tarjoamia haasteita!

Kyselyssä tuli myös esille, että kaikki vastanneet pitivät tuotetietouden osuutta koulutuksissa erittäin tärkeänä. Se on mielestämme hienoa, sillä sen avulla voidaan vahvistaa oman yrityksen tuottavuuden ohella asiakaspalvelun laatua.

Ole yhteydessä edustajaasi tai soitele toimistolle ja varaa paikkasi syksyn mahtaviin koulutuksiin!

Antoisaa kesää kaikille!

KC TEAM

PS. Valitse ainakin yksi näistä syksyn huippukoulutuksista:

- Huikea ruskakurssi Ylläksen jylhissä maisemissa
- Järjestyttävän hieno Haircamp Extreme Vierumäellä
- KCruise pikkujouluristeily