

# Kære frisør – du leverer

**En frisør skal være en god rådgiver, være god til at lytte og så selvfølgelig være en god håndværker. Når du ser arbejdsmiljørapporter, så er det frisøren, der topper listen over det mest belastende arbejde. Frisørens arbejde bliver ofte kun fremhævet som fysisk hårdt. Sjældent bliver vigtigheden af kundernes velbefindende og livskvalitet fremhævet. Men det er vigtigt, og frisøren skal huske sig selv på det.**

Af Journalist (DJ) Anne-Dorte Mathiesen

Udseendet betyder ufattelig meget for os selv, og for hvordan andre opfatter os. Vi kan optimere vores identitet og fremstå i den bedste udgave af os selv. Håret er en stor del af dit udtryk, og frisøren giver en hjælpende hånd. At være frisør er et essentielt erhverv, der går tilbage til oldtiden. "Det er urmenneskeligt, at vi lægger identitet i vores udseende", siger erhvervspsykolog cand.psych. Jakob Bjarnø Rasmussen, der er konsulent hos HumanHouse: "Vi gør os stadig til på alle mulige måder, som en påfugl gør det med farver, for at blive den bedste version af sig selv." Det stiller store krav til frisøren både fagligt og menneskeligt, når de skal yde det bedste over for enhver kunde. "At være frisør er et respektindgydende erhverv. Du skal være omstillingsparat. Du skal gå fra kunde til kunde flere gange på samme dag og bevare din entusiasme og energi. Og du skal kunne skabe den gode relation, så kunderne føler sig mødt", siger Jakob Bjarnø Rasmussen.

## Klap på skulderen

"Jeg elsker at få frie hænder til at klippe, men det er klart, at det er allervigtigst at lytte efter, hvad kunden rent faktisk ønsker sig",

siger Tina Maltby, der er selvstændig frisør i Salon Chess & Maltby i Espergærde. "Der ligger jo en stor glæde i at få en tilfreds kunde, der kommer tilbage igen og igen. Det er det, jeg lever af, men det giver mig noget igen, at jeg har hjulpet én til at se ekstra godt ud. Men det er fysisk belastende arbejde at være frisør. Du står og går hele dagen, og når du ikke har kunder, er der andre opgaver som indkøb og regnskab, der skal ordnes. Der er noget at se til uafbrudt. Derfor er

det også vigtigt for mig, at der er en tilfredsstillelse i at se resultatet af arbejdet – en ny flot frisure eller en hårfarvning, der bare giver 5-10 år den rigtige vej", siger frisør Tina Maltby og fortsætter: "Jeg har for eksempel en kunde, der kommer med blomster hvert år på min fødselsdag, og mange søde kunder kommer med både vin og blomster til jul. Det er rart, når jeg ikke har en chef, der kan give et klap på skulderen."

Også den kendte frisør Dennis Knudsen finder glæde ved, at kunder kommer igen og måske endda har en æske chokolade med. "I udlandet kan man få direkte og mærkbar anerkendelse ved, at kunderne giver drikkepenge. Det gør folk dog ikke så ofte i Danmark", siger Dennis Knudsen.

Også den kendte frisør Dennis Knudsen finder glæde ved, at kunder kommer igen og måske endda har en æske chokolade med. "I udlandet kan man få direkte og mærkbar anerkendelse ved, at kunderne giver drikkepenge. Det gør folk dog ikke så ofte i Danmark", siger Dennis Knudsen.

## Halo-effekten

Frisøren kan påvirke kunden både på det synlige og usynlige plan. En god frisør er menneskekenner: "Du kan som frisør give hver eneste kunde en bedre dag", siger erhvervspsykolog Jakob Bjarnø Rasmussen. Det kræver, at du er god til at kommunikere, har faglighed, men også det at have et positivt livssyn og et godt humør, for det

smitter. Hvis der er nogen, som kender til at have et optimistisk livssyn og se det bedste i alt, så er det Henrik Mathiasen, der er forfatter, foredragsholder og stifter af awardshowet Årets Optimister. Han værdsætter også frisørens arbejde: "Håret udgør en væsentlig del af vores udseende, og frisørens arbejde med vores hår er et afgørende element i andres opfattelse af os." Henrik Mathiasen henviser til flere videnskabelige undersøgelser. Eksempelvis psykologen Edward Thorndike, der studerede den menneskelige opfattelse af andre mennesker, produkter og firmaer. I 1920 gav han studierne navnet "The Halo Effect". "Thorndike fandt frem til, at vi mennesker kan skabe en såkaldt halo-effekt om et menneske ud fra en yderst begrænset viden. Vores førstehåndsideindtryk af andre mennesker siger næsten det hele. Thorndike undersøgte dette videnskabeligt ved at lade en



Hvordan vi fremstår og bliver opfattet afhænger også af vores hårfarve. Henrik Mathiasen nævner blandt andet blondiner, som der er blevet lavet mange jokes om: "Lad mig slå fast med det samme. Der findes ikke en eneste videnskabelig undersøgelse, der kan drage bare en enkelt parallel mellem hårfarve og intelligens. Ikke en eneste. Så det er alene vores opfattelse – halo-effekten, der får os til at have et fordomsfuldt førstehåndsideindtryk."



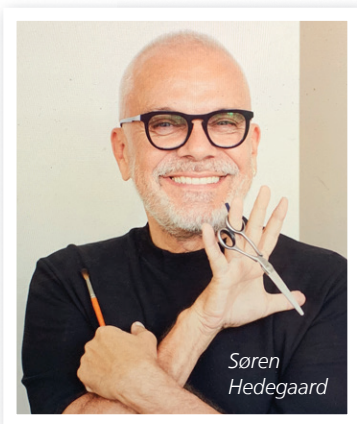
Tina Maltby

# et værdifuldt stykke arbejde

forsøgsgruppe studere en stribe billeder af forskellige mennesker. Forsøgsgruppen kendte ingen af de fremviste mennesker og kunne dermed kun danne sig et indtryk af dem via deres udseende. Gruppen skulle herefter svare på, hvem på billederne, der havde den bedste uddannelse samt den højeste indtægt. Alle vurderede de smukkeste mennesker til at have den bedste uddannelse og den højeste indkomst. Sådan foregår det også i dagligdagen. Ingen af os er jo gået ind i en forretning eller mødt op til en jobsamtale, uden at vi straks har en masse forestillinger om personen, der står foran os. De har hverken sagt eller gjort noget endnu. Men vi tænker, at vi allerede ved, hvordan de er. En god frisør er derfor vigtig for os", siger Henrik Mathiasen.

## Kunden er dit visitkort

At være en god frisør er at være en god håndværker, men der skal mere til. Ifølge den kendte – og de kendtes – frisør, Søren Hedegaard, så er det et håndværk, men også meget kunstnerisk at være frisør – eller hårtalist, som han kalder det. "Det at lægge dit DNA i en klipping eller en opsætning giver skaberglæde. Det har nærmest en terapeutisk effekt. Og jeg elsker, elsker hvert eneste minut. Har aldrig oplevet det som stressende. Har altid set en spændende opgave i hver kunde. Det handler meget om fordybelse", siger Søren Hedegaard. Men det handler også om at have fokus og bevare den. "Når jeg selv er i stolen, så betyder det meget, at frisøren er fokuseret på mig. Hvis frisøren bliver afbrudt midt i klippeseancen, så er det som at stoppe midt i et kapitel i en bog, du er i gang med at læse. Så bevar fokus. Du får et fællesskab med dine kunder. Jeg ved godt, at sliddet er det samme, uanset om du er kendt



Søren Hedegaard

frisør eller en frisør, der skal have en masse gennem tælleapparatet. Men for mig er det kvalitet frem for kvantitet. Det er dit visitkort, der går ud ad døren – og det skal du kunne stå ved", siger Søren Hedegaard: "Klædelighed er langt vigtigere end tidens billede, og du skal altid kæle for detaljen. Når du som frisør giver ud af dig selv, får du det i den grad igen."

## 1. klasse

Ifølge Dennis Knudsen er kemien mellem frisør og kunde vigtig: "Vi skal kunne læse og forstå hinanden, og der skal være god energi." Dennis Knudsen bekræfter, at fokus og service er medvirkende til at give den gode oplevelse begge veje: "Giv service på 1. klasse. Åbn døren og forkæl kunden hele vejen. Nogen ønsker at tale, men det gør andre ikke. Det skal man kunne mærke – og det kan du, hvis du har 100% fokus på kunden." Dennis Knudsen får lov til at føle

en særlig livsglæde, når han bliver inviteret til at gøre en forskel for kræft-ramte kvinder. Han styler og rådgiver ved særlige arrangementer: "Det er fantastisk givende", siger Dennis Knudsen med smil i stemmen.



Dennis Knudsen

## Hvad motiverer dig?

Den selvstændige frisør har en opgave i at kunne identificere, hvad det er, der giver meningsfuldhed. Erhvervspsykolog Jakob Bjarnø Rasmussen rådgiver til at stille dig selv spørgsmålet: "Hvad er det i min arbejdsdag, der giver mig glæde? Er det at klippe, relationen med kunderne, at tale med leverandører? Og en frisør kan tage virkelig mange hatte på med opgaver, der understøtter frisørarbejdet. Der er både opgaver som bogholder, indkøber og sælger." Inden for erhvervspsykologien er der flere motivationsfaktorer, der handler om anerkendelse, ansvar og udvikling. Jakob Bjarnø Rasmussen nævner tre:

1. Følelsen af at være dygtig
2. Selvbestemmelse – har jeg et say?
3. Interaktionen med andre mennesker

Ifølge erhvervspsykologen har de selvstændige frisører alle muligheder for at få størst mulig indflydelse på egen forretning, de kan socialt interagere med både kunder, leverandører og på kurser, hvor de også dygtiggør sig til faget. "Dygtige frisører skal inspirere hinanden", siger frisør Søren Hedegaard: "Man kan få glæden tilbage – man kan søge den hos hinanden."

## Behøver ikke redde verden

God kemi og kommunikation er vigtige faktorer for, hvordan både kunden og frisøren føler sig tilpas. Det er et enormt ansvar at indgå aftalen om ydelsen. At være frisør er et intimt fag: "Det er sjovt at tænke på, at man lader frisøren røre ved sit hår og ansigt uden at kende hinanden", siger erhvervspsykologen. En frisør bør føle og lytte meget og måske direkte spørge: "Er jeg på rette spor?" Ifølge Jakob Bjarnø Rasmussen er spejlingen vigtig. Du skal gentage kundens ønske: "Som jeg forstår det, så vil du gerne have... og måske endda til sidst spørge "Er du tilfreds med resultatet?" "Anerkendelse handler ofte om relationer", siger Jakob Bjarnø Rasmussen. "Et tegn er jo, når kunden kommer tilbage gang på gang. Af det kan man udlede en følelse af at være værdsat. Du skal udlede det positive i de små ting, for alle kan jo ikke arbejde med at redde verden. For nogen kan noget mindre sagtens give mening", siger erhvervspsykologen. ■