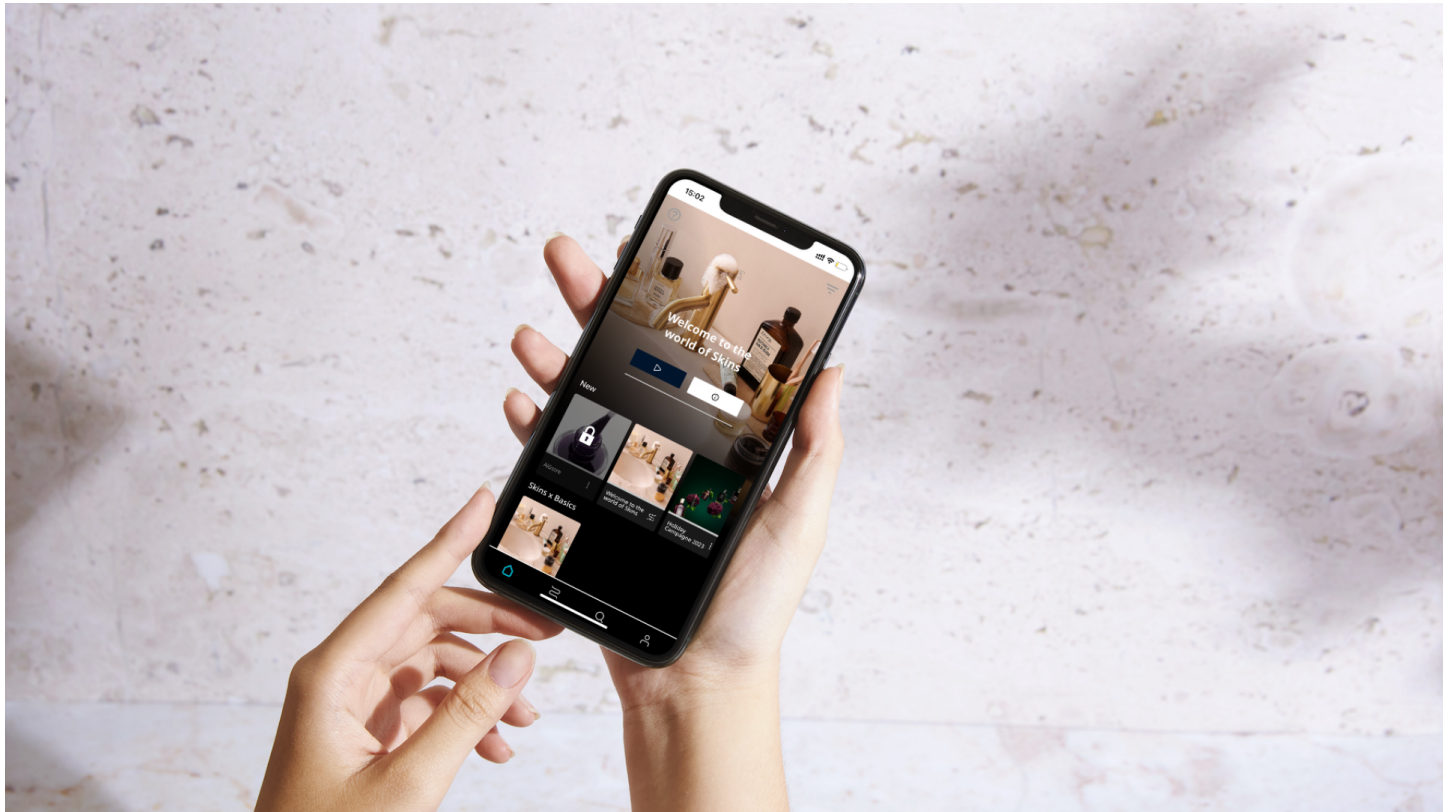


Zo zorgt Skins voor betrokken en gemotiveerde medewerkers

19-12-2023 13:10



Branded content

Skins Cosmetics biedt unieke, niche cosmeticamerken aan. De oorspronkelijke winkel in Amsterdam is uitgegroeid tot een internationaal succesverhaal dankzij de focus op bijzondere merken en een gastvrije winkelervaring. De winkelmedewerkers spelen daarbij een sleutelrol. Dat maakt goede en efficiënte opleidingen essentieel.

Het verhaal van Skins begint bij founders Philip Hillege en Michiel Poelmans, die tijdens hun reizen naar het buitenland bijzondere merken tegenkwamen die nergens in Nederland verkocht werden. In 2000 openden ze de eerste Skins-boutique in de Amsterdamse Negen Straatjes, met toen nog maar 7 nichemerken op het gebied van lifestyle, fragrance, skincare en make-up. Inmiddels heeft Skins Cosmetics 13 boetieks in Nederland, 1 in Gent en 6 in Zuid-Afrika. "We onderscheiden ons door ons aanbod", vertelt education manager Jannita Jáuregui. "We presenteren verfijnde en bijzondere merken met een verhaal." Ook de laagdrempelige en warme shoppingexperience draagt bij aan het succes. "Als je een Skins-boetiek binnenkomt, dan worden al je zintuigen geprikkeld."

Inmiddels heeft Skins Cosmetics meer dan 130 merken in het assortiment. "Dat is voor de klant natuurlijk een paradijs, maar voor medewerkers kan dit een doolhof zijn", ervaart Jáuregui. "Deze grote hoeveelheid aan producten vergt heel veel kennis en kunde. Vooral omdat achter ieder merk een mooi verhaal schuilgaat. Dat maakt een goede educatie van heel groot belang."

Trainingen

Voor 2018 vonden de trainingen uitsluitend live plaats. Sinds 2018 worden deze gecombineerd met online learnings. “We willen een nieuwe dimensie toevoegen door naast onze interne trainingen ook externe online masterclasses voor klanten aan te bieden. Onze samenwerkingspartner kon daarin niet voorzien. Daarom zochten we een nieuwe partij.”

Vanwege de innovatieve benadering van trainen en ontwikkelen, werd voor MobieTrain gekozen. “Dit bedrijf biedt een overzichtelijke, mobielvriendelijke oplossing waardoor we voor onze 150 medewerkers een uitgebreid trainingsprogramma hebben kunnen ontwikkelen”, aldus Jáuregui. Dat sluit naadloos aan bij de missie van MobieTrain. “Wij ontwikkelen platforms, waarbij medewerkers op een veel leukere en snellere manier kunnen leren en de juiste informatie vinden op het moment dat ze die nodig hebben”, vertelt ceo en oprichter Guy van Neck. “Dat doen we aan de hand van microlearnings en gamification. Zo zorgen we ervoor dat we de juiste kennis op een leuke manier overbrengen.” MobieTrain bouwt cursussen op vanuit microlearnings, die tussen de 5 en 10 minuten duren. “Daardoor kunnen medewerkers op rustige momenten even met een training aan de slag om vervolgens weer helemaal inzetbaar te zijn.”

Samenstelling van de cursussen

[MobieTrain](#) heeft een online platform ontwikkeld met basinformatie. “We hebben een Retail Academy en een Hospitality Academy met algemene skills. Hierbij richten we ons echt op de mensen op de werkvloer.” Deze basis wordt vervolgens aangevuld met informatie vanuit het bedrijf. “Doordat we al met online trainingen werkten, hadden we al een goede basis”, blikt Jáuregu terug. “In 4 maanden tijd hebben we alle content herschreven. De microlearnings hebben ons uitgedaagd om alle trainingen te herzien en levendiger maken. We kunnen alle informatie nu op een veel efficiëntere manier overbrengen.”

Afgelopen oktober is het nieuwe platform live gegaan. “We hebben nu een dertigtal trainingen, verdeeld over 5 verschillende niveaus, waarbij onze medewerkers alles leren over de wereld van Skins. Van het omgaan met klanten, service en advies tot allerlei merk- en producttrainingen. Via een webapplicatie hebben ze op ieder device heel gemakkelijk toegang tot de juiste kennis.” Naast de online sessies blijven ook de live trainingen heel belangrijk. “Skins staat voor connectie en beleving. Het menselijk contact is daarbij essentieel. Daarom zullen we nooit compleet digitaal gaan.”

Meer kennis en betrokkenheid

Jáuregui is blij met het eindresultaat. “Onze medewerkers zijn heel enthousiast. Ze volgen trainingen tijdens hun lunchpauze, maar vooral ook in hun eigen tijd. Ze vinden het fijn om zoveel mogelijk kennis te vergaren. We merken duidelijk dat hun productkennis is verbeterd en hun betrokkenheid en motivatie verder is vergroot.”

De komende tijd worden de trainingen verder uitgebreid, wordt met de masterclasses voor klanten gestart en wordt het platform in het Engels vertaald voor de medewerkers in Zuid-Afrika. “Innovatie is de kern van wat we doen”, zegt Van Neck. “Samen met Skins Cosmetics bouwen we verder aan een dynamische leeromgeving, die leren toegankelijk, leuk en effectief maakt.”

Goede opleidingen zijn in de retail essentieel, benadrukt hij. “Een goede klantbeleving zit in het dna van ieder retailbedrijf. Daarbij is het van het allergrootste belang dat medewerkers over de juiste kennis beschikken.” Dat is ook voor medewerkers zelf prettig. “Daardoor kunnen ze hun werk beter uitvoeren, waardoor ze meer gemotiveerd zijn en meer positieve energie krijgen.” Ook helpen goede opleidingen op het personeelstekort terug te dringen. “Met ons platform leren nieuwe medewerkers snel en efficiënt de juiste vaardigheden en bedrijfsspecifieke informatie om zo snel mogelijk up-to-speed te zijn.”

Jáuregui is het met hem eens. “Als je bij Skins begint, moet je veel leren. Dat maakt het soms lastig om gepassioneerde collega's te vinden. Aan de andere kant blijven onze medewerkers heel lang bij ons in dienst. Omdat ze zo verliefd zijn geworden op het bedrijf, op de producten en dus ook op de kennis.”

Wendy Noordzij