

Titelpagina

Adviesrapport

Opdrachtgever:	Koninklijke ANKO
Plaats:	Huizen
Contactpersoon:	De heer B.A. Bijvank (manager communicatie)
Begeleidend docent:	De heer F. Schaaf
Examinator:	De heer F. Kiewiet
Opdrachtnemer:	Britt Drent
Instituut:	Hogeschool Utrecht
Plaats:	Utrecht
Datum:	29 mei 2009

Voorwoord

Na vier jaar studeren is het einde bijna in zicht, het enige wat nog rest is dit rapport. Deze scriptie is het resultaat van een onderzoek naar de financiële voordelen van de ANKO. Met deze scriptie rond ik de studie Management, Economie en Recht af.

De afgelopen vier maanden waren in veel opzichten erg leerzaam. Natuurlijk is niet alles probleemloos en volgens planning verlopen waardoor het van te voren bedenken van een plan B weer uitermate belangrijk blijkt te zijn. Ook het goed kunnen inschatten en verplaatsen in de doelgroep heb ik als een belangrijk maar lastig aspect ervaren. Tevens blijkt dat computers en andere machines, zoals printers en converteermachines, niet altijd per definitie betekenen dat processen makkelijker en sneller gaan maar dat ze ook een grote ergernis kunnen zijn.

Dit rapport heb ik natuurlijk niet alleen weten te realiseren. In het bijzonder wil ik graag mijn begeleiders Bart en Iwo bedanken voor het begeleiden van dit onderzoek. Het was altijd mogelijk om even binnen te lopen als ik vragen had waardoor er een erg prettige en ongedwongen sfeer ontstond. Ook de meiden van de afdeling communicatie stonden altijd voor mij klaar als er weer een mailing of herinnering uit moest. Ook het beschikbaar stellen van de 'snelste' computer op de afdeling was geen probleem. Daarnaast is 'computerspecialist' Peter twee weken druk geweest om SPSS te installeren, mijn dank hiervoor. Tevens wil ik Gert-Jan bedanken voor zijn kritische blik die hij geworpen heeft op de enquête en het, bijna, iedere ochtend open doen van de voordeur zodat ik aan het werk kon gaan. Mijn dank gaat ook uit naar mij docentbegeleider Fred Schaaf die mijn van begin tot eind heeft geholpen dit traject en onderzoek zo goed mogelijk te doorlopen en realiseren.

Naast alle bovengenoemde personen die een belangrijke rol hebben gespeeld in het realiseren van dit onderzoek is ook de omgeving waarin dit onderzoek tot stand is gekomen een belangrijke factor geweest. De ANKO is een gezellig en leuk bedrijf en daarom wil ik graag iedereen bedanken voor alle hulp en de gezellige tijd die ik hier heb gehad.

Ik wens u veel lees plezier toe.

Britt Drent

Mei 2009

Inhoudsopgave

Managementsamenvatting	5
1. Inleiding	7
2. De ANKO	8
3. Collectieve contracten	9
3.1 De ANKO en collectieve contracten	9
3.2 Het pakket van voordelen	9
4. Huidige situatie intern	10
4.1 Categorieën	10
4.2 Segmenten	10
4.3 Onderscheiden van voordelen	10
4.4 Voorwaarden en criteria	11
4.5 Juridisch	12
4.5.1 Duur van de overeenkomst	11
4.5.2 Exclusiviteit	11
4.5.3 Communicatie en promotie	12
4.5.4 Overige bepalingen	12
4.6 Taakverdeling collectieve contracten	12
4.6.1 Verantwoordelijkheden intern	12
4.6.2 Ledenbezoeken	13
5. Ledenonderzoek	14
5.1 Onderzoeksmethodieken	14
5.2 Respondenten onderzoek	14
5.3 Bekendheid onder leden	15
5.4 Gebruik financiële voordelen	16
5.5 Tevredenheid voordelen	19
5.6 Behoeftes per segment	19
5.7 Imagoschade	21
5.8 Voorwaarden en criteria	21
6. Conclusies en aanbevelingen	24
6.1 Bekendheid en gebruik vergroten bij leden	24
6.1.1 De website	24
6.1.2 Introduceren 'financiële voordeel maand'	25
6.1.3 Extra ledenbezoeker	25
6.1.4 De kracht van de herhaling	27
6.1.5 Informatiemappen	27
6.1.6 Evenementen	27
6.2 Behoeftes leden achterhalen	28
6.3 Interne veranderingen	28
6.3.1 Organisatorisch	29
6.3.2 Onderhandelingen	30
6.3.3 Juridisch	30
6.3.4 Voorwaarden ANKO	31

Bijlagen	34
Bijlage 1 Hoofd- en deelvragen	35
Bijlage 2 Gesprek Rob Vos - Directeur	37
Bijlage 3 Gesprek Gert-Jan Deben – Manager Beleid, Advies en Diensten	38
Bijlage 4 GSS huidige situatie	39
Bijlage 5 Ledenbezoeken	40
Bijlage 7 Interview Gerben ter Avest – AMI Kappers	46
Bijlage 8 Interview Teus Brand – Salon Modern Haarmodegroep	47
Bijlage 9 Enquête	48
Bijlage 10 Bekend collectieve contracten	51
Bijlage 11 Antwoorden enquête vraag 9	54
Bijlage 12 Gebruik collectieve contracten	58
Bijlage 13 Willen missen	61
Bijlage 14 Gesprekken ANKO medewerkers	65
Bijlage 15 Algemene informatie enquête	67
Bijlage 16 Antwoorden open vragen enquête	68
Bijlage 17 Benchmarks	92
Bijlage 18 Voorbeeld winst- en verliesrekening	98
Bijlage 19 Voorbeeld collectief contract	99
Bijlage 20 Berekening ledenwerver	102

Managementsamenvatting

Het niet aanwezig zijn van een beleid bij de ANKO (Koninklijke Algemene Nederlandse Kappersorganisatie) heeft geresulteerd in de 'toevallige' totstandkoming van financiële voordelen, dit heeft vervolgens doorgewerkt in het huidige beleid m.b.t. deze voordelen. Er is op dit moment intern nauwelijks iets gestandaardiseerd of duidelijk georganiseerd omtrent dit onderwerp. Er zijn geen taak- en/of functieomschrijvingen waarin verantwoordelijkheden van betrokkenen worden vastgelegd.

Uit zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek blijkt dat de bekendheid en het gebruik van de voordelen die de ANKO haar leden aanbiedt niet erg hoog is. De onbekendheid, zo blijkt uit onderzoek, is vooral te wijten aan tijdgebrek en het hierdoor niet kunnen of willen lezen van bijvoorbeeld KappersNieuws. De gemiddelde deelname aan een financieel voordeel bedraagt ongeveer 17,5 procent. Van de leden die aangeven bekend te zijn met het voordeel maakt gemiddeld 34 procent van de leden er ook gebruik van, oftewel 66 procent doet dat niet.

Om een optimaal pakket van financiële voordelen te laten bijdragen aan het behoud van leden en aan de groei van de ANKO moeten de volgende acties ondernomen worden:

- De website herordenen
- 'ANKO financiële voordelen maand' invoeren
- Extra ledenbezoeker in dienst nemen
- Gestructureerd communiceren
- Informatiemappen maken met inschrijf-/contactformulieren
- Evenementen aangrijpen om voordelen bekendheid te geven
- Enquêtes versturen om behoeftes te peilen
- Taken- en verantwoordelijkheden vastleggen
- Scherper onderhandelen
- Overeenkomsten standaardiseren
- Pakket toetsen aan voorwaarden en testen bij klankbordgroep

Het is sterk aan te bevelen om op korte termijn de website te herordenen met in het bijzonder de informatie over de financiële voordelen. Daarnaast moet er minimaal twee keer per jaar intern, door medewerkers van de ANKO, extra aandacht worden besteed aan dit onderwerp door middel van het benoemen van de 'ANKO financiële voordelen maand'.

De ledenbezoekers spelen een belangrijke rol in het benaderen van de groep die druk is en niet graag leest en hierdoor niet op de hoogte is van de voordelen. Het is sterk aan te bevelen om één extra ledenbezoeker in dienst te nemen die verantwoordelijk is voor de ledenwerving.

De leden geven aan bij voorkeur op de hoogte te willen worden gesteld van de voordelen door middel van ANKO Actueel, KappersNieuws en de website. De kracht van de herhaling is hier belangrijk. Het is sterk aan te bevelen om gestructureerd te communiceren en bij elk communicatiemoment het totale pakket van voordelen te noemen.

Het is aan te bevelen om informatiemappen te maken met daarin inschrijf- en/of contactformulieren die opgestuurd kunnen worden naar nieuwe leden en meegenomen kunnen worden door de ledenbezoekers.

De evenementen en bijeenkomsten die de ANKO jaarlijks organiseert vormen ook een belangrijke rol in de communicatie m.b.t. de financiële voordelen. Het is daarom sterk aan te bevelen deze gelegenheden aan te grijpen om de voordelen te communiceren.

Het is voor de ANKO van groot belang dat ze regelmatig de behoefte van de leden peilen. Ik wil daarom sterk aanbevelen om jaarlijks of tweejaarlijks een enquête te versturen, in een voor de kapper gewenste periode (niet in de buurt van feestdagen), zodat hun wensen te achterhalen zijn. Het is belangrijk dit met regelmaat te herhalen zodat verschuivingen of nieuwe behoeften tijdig te signaleren zijn.

Het is sterk aan te bevelen intern één persoon verantwoordelijk te stellen voor de collectieve contracten met bijbehorende financiële voordelen welke vervolgens een gedeelte delegeert naar ledenadministratie. De onderverdeling in 'ondernemerszaken' en 'sociale zaken' zal blijven bestaan. Tevens moet er vastgelegd worden dat de eindverantwoordelijke met regelmaat het aantal deelnemers controleert om een continue beeld te hebben van de voordelen en om plotselinge terugloop te vermijden.

De ANKO moet ook scherper gaan onderhandelen. Het zou namelijk niet mogelijk moeten zijn dat een keten een beter voordeel kan bedingen dan de ANKO. Wanneer de ANKO scherper gaat onderhandelen en dus betere kortingen kan bedingen wordt de ANKO ook interessant voor ketenbedrijven.

Ik adviseer de ANKO om uniformiteit aan te brengen in de overeenkomsten die de ANKO aangaat met aanbieders van financiële voordelen. Ik zou de ANKO sterk adviseren om in ieder geval een aantal vaste punten in een overeenkomst op te nemen zoals een opzeggingstermijn van drie maanden of korter en het jaarlijks evalueren met de aanbieder.

Voor de ANKO is het van belang dat de voordelen die ze aanbiedt voornamelijk bedrijfsondersteunend voor de kapperondernemer zijn. Dit is dé belangrijkste voorwaarde van de ANKO. Andere aanbevolen voorwaarden zijn onder andere dat het kosteloos is, voor tenminste één segment interessant moet zijn en dat het moet trachten de beste kwaliteit/prijs-verhouding te bieden. Door, nadat er aan de voorwaarden is voldaan, het potentiële voordeel voor te houden aan een klankbordgroep kan er getest worden of het inderdaad een interessant voordeel is voor de leden van de ANKO. Er ontstaat uiteindelijk een financieel voordeel, dat op de lange termijn resulteert in een pakket, die zowel voor de ANKO als voor haar leden interessant is.

1. Inleiding

De ANKO is de brancheorganisatie voor kappers. Een onderdeel van de dienstverlening is het aanbieden van een pakket van financiële voordelen aan de leden. Om deze voordelen aan te kunnen bieden wordt een collectief contract afgesloten met derden. De ANKO heeft onvoldoende zicht op de behoefte van de leden betreffende de collectieve contracten en de deelname hieraan. Er worden vanuit de ANKO geen duidelijke geformuleerde eisen of voorwaarden gesteld waaraan een collectief contract moet voldoen. Hierdoor is er geen inzicht of het collectief contract voldoet aan de wensen van de ANKO en aan de wensen van de leden. De ANKO wil haar pakket van collectieve contracten op zo'n manier inrichten dat het bijdraagt aan het behoud van leden en aan de groei van de ANKO.

De hoofdvraag tijdens mijn onderzoek is:

Op welke manier kan een optimaal pakket van collectieve contracten op een positieve manier bijdragen aan het behoud van leden en aan de groei van de ANKO?

De deelvragen¹ die ik heb geformuleerd zijn:

1. Wat verstaat de ANKO onder collectieve contracten?
2. Op welke manier komt een collectief contract op dit moment tot stand?
3. Zijn de ondernemers (kappers) bekend met de collectieve contracten?
4. In hoeverre zijn de gebruikers van collectieve contracten tevreden over de aangeboden dienst?
5. Wat is de toegevoegde waarde voor de ondernemers?
6. Waar moet een collectief contract uit bestaan wil het zowel interessant zijn voor de ANKO als voor haar leden?
7. Verschillen de behoeftes van collectieve contracten per segment?
8. Wat is het effect van de samenwerkingsverbanden die de ANKO aangaat met derden voor collectieve contracten op het imago van de ANKO?
9. Welke acties moet de ANKO ondernemen om de collectieve contracten succesvol te maken?

De methoden die ik heb gebruikt om bovenstaande deelvragen te beantwoorden zijn desk- en fieldresearch. Ik heb onder andere literatuuronderzoek gedaan, gebenchmarkt, interviews gehouden met leden en een enquête verstuurd.

Het rapport is ingedeeld op basis van de hierboven genoemde vragen. In hoofdstuk twee wordt een omschrijving gegeven van de ANKO en haar dienstverlening. In hoofdstuk drie wordt beschreven wat de ANKO verstaat onder een collectief contract en welke financiële voordelen ze aanbieden. Hoofdstuk vier geeft de interne situatie weer met onder andere de taakverdeling en de totstandkoming van een collectief contract. In hoofdstuk vijf wordt ingegaan op de externe situatie. Van welke voordelen maken de leden gebruik en hoe belangrijk vinden zij het pakket van voordelen in hun lidmaatschap. Tot slot zal ik aanbevelingen geven over de manier waarop het pakket van voordelen op een positieve manier kan bijdragen aan het behoud van leden en aan de groei van de ANKO.

¹ Zie bijlage 1 voor subvragen

2. De ANKO

De ANKO² is de belangenbehartiger, vraagbaak en adviseur van de Nederlandse kappersbranche. De ANKO zet zich al ruim honderd jaar in voor de kappersbranche in Nederland. Er zijn 18.700 kappersbedrijven ingeschreven met een of meer vestigingen bij de Kamer van Koophandel. In 2008 zijn er 1000 nieuwe kapperondernemingen bijgekomen, veelal eenmanszaken, ambulante kappers en stoelhuurders³. Bij de ANKO zijn momenteel ongeveer 6300 kapperondernemers aangesloten.

De ANKO is een vereniging van en voor kapperondernemers die zich door middel van kwaliteit en professionaliteit richting de consumenten wil onderscheiden. Op dit moment werken er dertig medewerkers, zij zijn samen goed voor 25 voltijd functies. Zij zetten zich in om de beste condities te creëren voor structurele winstgevendheid van haar leden. De ANKO stelt zich tevens ten doel om de vraag van consumenten naar kappersdiensten zoveel mogelijk te stimuleren en te vergroten.

De ANKO onderscheidt vier segmenten in de kapperbranche, namelijk:

- o Zelfstandige ondernemers zonder personeel
- o Zelfstandige ondernemers met personeel en een jaaromzet < €175.000,
- o Zelfstandige ondernemers met personeel en een jaaromzet > €175.000,
- o Ketenbedrijven

De ANKO richt zich op ondernemers die professioneel met het kappersvak bezig willen zijn, dit zijn ondernemers die zich houden aan de ARBO eisen, belasting betalen e.d. De ANKO werkt aan een goed ondernemersklimaat, een gezonde marktontwikkeling, verbetering van de kwaliteit van het onderwijs, het werken aan een goede CAO of arbeidsvoorwaarden regeling en een open en transparante communicatie richting kappers, belangenorganisaties en de consument.

De ANKO biedt haar leden verschillende soorten diensten aan onder te verdelen in:

- o Collectieve belangenbehartiging (o.a. BTW-lobby)
- o Individueel advies (bestaande uit juridisch advies, ondernemersadvies en personeelsadvies)
- o Financiële voordelen
- o Informatievoorziening

De hierboven genoemde diensten zijn de vier pijlers van het lidmaatschap van de ANKO. De ANKO heeft bijvoorbeeld in het kader van collectieve belangenbehartiging jarenlang gelobbyd voor het behoud van het lage BTW tarief en met succes. Daarnaast profiteert een lid van de ANKO van goedkoper individueel advies en biedt de ANKO haar leden door middel van collectieve contracten financieel voordeel aan. Ook wordt een lid van de ANKO op de hoogte gehouden van de ontwikkelingen in de kappersbranche door middel van bijvoorbeeld een gratis nieuwsbrief, het tijdschrift KappersNieuws en regionale informatiebijeenkomsten.

² www.anko.nl/

³ HBA Statistiek kappersbedrijven

3. Collectieve contracten

Een collectief contract is een overeenkomst die geldt voor een specifieke groep in dit geval de leden van de ANKO. De ANKO kan haar leden via het aangaan van een collectief contract financieel voordeel aanbieden. In een collectief contract worden specifieke afspraken gemaakt tussen de aanbieder van een bepaald product of dienst en de ANKO.

3.1 De ANKO en collectieve contracten

De ANKO heeft op dit moment ongeveer 6300 leden. Een onderdeel van de dienstverlening van de ANKO is het aanbieden van financiële voordelen aan haar leden. Het doel van het aangaan van deze collectieve contracten is het vergroten van de professionaliteit van de ondernemer en het behalen van structureel voordeel voor de leden. De achterliggende gedachte hiervan is dat de ANKO-leden via hun lidmaatschap een deel van de contributie kunnen terug verdienen. De ANKO maakt hierbij gebruik van haar schaalgrootte, een collectief van ongeveer 6300 leden biedt meer voordeel voor de leverancier van het product of dienst dan één individueel lid.

De ANKO verstaat onder collectieve contracten samenwerkingsovereenkomsten tussen de ANKO en een andere partij, ten behoeve van de leden met als doel voordeel te behalen voor deze groep. Een aangesloten ondernemer bepaalt zelf of hij/zij gebruik maakt van één of meer financiële voordelen.

3.2 Het pakket van voordelen

De financiële voordelen⁴ die de ANKO momenteel aanbiedt zijn:

- Reductie op een abonnement van De Leestafel
- Reductie bij De Gouden Gids/De Telefoongids
- Reductie Buma en SENA
- Reductie HBA-heffing
- Commissiekorting op MasterCard, Maestro, Visa via Paysquare
- Commissiekorting op MasterCard, Maestro, Visa via EPS
- Reductie op BHV.nl
- KappersBHV
- Energiecentrum (gratis advies)
- ANKO Verzekeringdienst (reductie verzekeringspakket)
- ANKO Verzuim (reductie verzuimpakket)
- ANKO Ondernemersdisk (specifiek instrument)
- Kappersacties (reductie op reclame mogelijkheden)
- Gratis gebruik van mijnsalon.ANKO.nl

De ANKO biedt dus een pakket van financiële voordelen aan waar haar leden vrijblijvend gebruik van kunnen maken. De ANKO biedt, naast bovengenoemde voordelen, ook voordelig gebruik van advocaten en adviseurs aan. Advies valt echter niet onder de pijler 'financieel voordeel'. Hier is namelijk sprake van individueel advies en geen collectief aanbod.

⁴ www.anko.nl/view.cfm?page_id=5707

4. Huidige situatie intern

Het huidige pakket van financiële voordelen is min of meer toevallig tot stand gekomen. De ANKO is begonnen met het aanbieden van voordeel op de Buma-heffing en langzaam kwamen er “toevallig” ook andere voordelen bij aldus Rob Vos⁵ (directeur ANKO). De ANKO ging net als andere brancheorganisaties op een gegeven moment financiële voordelen aanbieden aan haar leden. Het bieden van financieel voordeel is echter nooit de core business van de ANKO geweest.

4.1 Categorieën

De ANKO heeft op dit moment haar collectieve contracten niet onderverdeeld in categorieën. Diverse medewerkers hebben een poging hiertoe gedaan, echter zonder succes. Er bestaan, door deze pogingen, verschillende documenten waarmee geprobeerd is het een en ander omtrent de collectieve contracten vast te stellen maar er is nooit iets concreets of definitiefs uit voort gekomen. Er worden veel systemen naast elkaar gehanteerd wat zowel onduidelijk is voor de medewerkers van de ANKO als voor de leden.

De collectieve contracten die de ANKO aanbiedt worden intern enerzijds gezien als bedrijfsgelateerde financiële voordelen en anderzijds als de bijpassende ‘kettinkjes en kraaltjes’ aldus manager Gert-Jan Deben⁶. De verzekerings- en verzuimdienst worden bijvoorbeeld gezien als bedrijfsgelateerde voordelen en het contract met bijvoorbeeld De Leestafel wordt gezien als de ‘kettinkjes en kraaltjes’ van het totale pakket.

4.2 Segmenten

De voordelen worden aan alle leden van de ANKO aangeboden. Een aangesloten ondernemer bepaalt zelf of hij/zij gebruik maakt van een of meerder financiële voordelen die de ANKO aanbiedt. Er zijn geen voordelen die specifiek aan één segment worden aangeboden. Uiteraard zijn er voordelen die voor het ene segment interessanter zijn dan voor het andere. Het ANKOverzuim pakket zal bijvoorbeeld voor een ondernemer zonder personeel niet aantrekkelijk zijn. De ANKO maakt in het aanbieden van zijn voordelen dus geen onderscheid per segment. Alle leden van de verschillende segmenten kunnen, indien gewenst, van alle voordelen gebruik maken.

4.3 Onderscheiden van voordelen

De ANKO biedt een gevarieerd pakket van financiële voordelen aan haar leden aan. Het is echter erg lastig om de voordelen onder te verdelen naar bijvoorbeeld puur reclame of juridisch gerichte voordelen. De financiële voordelen kunnen echter wel onderscheiden worden naar gelang hun aard. Ze worden intern en kunnen extern op de volgende manier worden onderverdeeld:

Intern wordt onderscheid gemaakt in:

- o Ondernemerszaken (bijv. Buma, SENA, De Leestafel, Energiecentrum en Paysquare)
- o Sociale zaken (bijv. ANKOverzekeringsdienst, ANKOverzuim en BHV.nl)

⁵ Zie bijlage 2

⁶ Zie bijlage 3

Extern kunnen ze worden onderscheiden naar:

- o Verplichte voordelen (bijvoorbeeld Buma en SENA)
- o Voordelen die ze niet hebben maar wel willen en niet verplicht zijn (bijvoorbeeld De Leestafel)
- o Voordelen die ze al hebben en die goedkoper kunnen bij de ANKO (bijvoorbeeld Verzekering)

4.4 Voorwaarden en criteria

Op dit moment stelt de ANKO geen duidelijke eisen aan een collectief contract. Er zijn geen concreet geformuleerde eisen en voorwaarden waaraan een collectief contract wordt getoetst. Veelal wordt het financiële voordeel getoetst aan het gezonde verstand. Er is dan ook niets gestandaardiseerd omtrent dit onderwerp.

4.5 Juridisch

Intern bij de ANKO is er momenteel niemand aangesteld die verantwoordelijk is voor het juridisch correct opstellen en afsluiten van een collectief contract. In de huidige situatie, wanneer de onderhandelingen met een aanbieder van een collectief contract zijn afgerond, kijkt de directeur van de ANKO (die een juridische achtergrond heeft) het contract na. Hij past zonodig wat aan waarna het contract ondertekend wordt. Het contract wordt opgesteld door de partij waarmee de overeenkomst wordt afgesloten.

4.5.1 Duur van de overeenkomst

De inhoud van de samenwerkingsovereenkomsten die de ANKO aangaat met de aanbieders van een bepaald product of dienst zijn verschillend. De meeste samenwerkingsovereenkomsten worden aangegaan voor een aantal jaren en eindigen van rechtswege en in sommige gevallen wordt het contract stilzwijgend verlengd. Ook de opzegtermijn is per samenwerkingsovereenkomst verschillend. Bij sommige contracten wordt een opzegtermijn van drie tot zes maanden gehanteerd, het komt echter ook voor dat tussentijdse opzegging niet mogelijk is. In een aantal gevallen is afgesproken dat de overeenkomst één maal per jaar wordt geëvalueerd waarna verlenging of aanpassing mogelijk is.

In een aantal overeenkomsten staat vermeld dat de contracten die de betreffende organisatie heeft afgesloten met de individuele leden van de ANKO van kracht blijven indien er geen verlenging van het contract plaats vindt door de ANKO. Ook als een lid zijn lidmaatschap opzegt kan het voorkomen dat het bedongen voordeel van kracht blijft, dit is bijvoorbeeld het geval bij de ANKO Verzekeringsdienst.

4.5.2 Exclusiviteit

In de meeste overeenkomsten die de ANKO aangaat met een aanbieder van een bepaald product of dienst wordt opgenomen dat de prijsafsprake alleen voor ANKO-leden geldt en dus niet voor niet ANKO-leden. Daarnaast wordt er in enkele gevallen gekozen om te werken op basis van exclusiviteit en het z.g.n. best deal principe. Dit houdt in dat de ANKO en de partij af spreken exclusief samen te werken op het aanbieden van een bepaald product of dienst aan de kappers in de Nederland. Ook worden ANKO-leden geen betere aanbiedingen gedaan door de betreffende organisatie dan afgesproken is met de ANKO tenzij de ANKO daar schriftelijk toestemming voor geeft.

4.5.3 Communicatie en promotie

De afspraken die gemaakt worden m.b.t. de communicatie en promotie rondom de voordelen zijn verschillend. De ANKO factureert bijvoorbeeld alleen voor de Buma, SENA en de ANKO Ondernemersdisk. Bij alle andere voordelen wordt er regelmatig een actuele ledenlijst gestuurd naar de desbetreffende voordeelbiedende organisatie en gebeurt de facturatie door de andere partijen.

In een aantal overeenkomsten is opgenomen dat de ANKO zorg draagt voor het marketingplan in overleg met de aanbieder of dat er een minimale marketingbijdrage plaats vindt. In een enkel geval wordt er een marketingbijdrage betaald door de aanbieder. In de overeenkomsten staat dat de inhoud van het plan nog nader in te vullen is. In een enkel geval wordt er afgesproken dat de aanbieder zorg draagt voor een mailing, in geval van de GoudenGids/De Telefoongids, wordt er vervolgens ook gebruik gemaakt van ANKO briefpapier en enveloppen. In principe worden alle voordelen op dezelfde manier via dezelfde informatiekanalen gecommuniceerd aan de leden te weten, internet, KappersNieuws, ANKO Actueel (nieuwsbrief). Daarnaast zijn er een aantal aanbieders die hun financieel voordeel zelf promoten.

4.5.4 Overige bepalingen

Overige bepalingen zoals geheimhoudingsverklaringen, toepasselijk recht, veranderingen in de organisatie die betrekking hebben op de relatie en de samenwerking ervan en ontbinding in geval van surseance van betaling zijn in alle overeenkomsten opgenomen.

4.6 Taakverdeling collectieve contracten

In het begin werkte de ANKO samen met de brancheorganisaties Mitex, NUVO en CBW en was er één persoon, namens deze brancheverenigingen, verantwoordelijk voor de collectieve contracten. Dit heeft vanuit de ANKO uiteindelijk geen gestalte gekregen omdat er gestreefd werd naar verder gaande samenwerking waar de ANKO op dat moment geen behoefte aan had⁷.

4.6.1 Verantwoordelijkheden intern

Momenteel is er intern bij de ANKO niemand direct verantwoordelijk voor de collectieve contracten. Sinds 1 oktober 2008 is er een beleidsmedewerker ondernemerszaken aangenomen die zich, onder meer, bezig houdt met de collectieve contracten. Er is voor hem noch voor andere medewerkers van de ANKO een taakomschrijving waarin dit precies wordt omschreven. Normaliter bestaat een functie uit een aantal taken die de doelstellingen aangeeft die bereikt moeten worden. Door het ontbreken van duidelijke doelstellingen omtrent de financiële voordelen is het momenteel onduidelijk wat de precieze taken en verantwoordelijkheden zijn op dit gebied.

Wanneer voorheen (voor 1 oktober 2008) een geïnteresseerde organisatie contact opnam met de ANKO om een collectief contract af te sluiten dan werd deze doorverbonden naar de manager van de afdeling Communicatie of naar de manager van de afdeling Beleid, Advies & Diensten. Vervolgens keken zij of ze de samenwerkingsovereenkomst van toegevoegde waarde vonden voor hun leden⁸.

⁷ Zie bijlage 2

⁸ Zie bijlage 4

Er zijn nooit duidelijke criteria opgesteld voor het toetsen van een voordeel aan de behoefte van zowel de leden als die van de ANKO. Het aangaan van een collectief contract wordt eigenlijk getoetst aan het 'gezonde verstand' van de, op dat moment, aangewezen beslissende medewerker van de ANKO.

De ANKO heeft intern geen volledig zicht over de voordelen die een lid gebruikt. In het systeem is bij geen van de leden bijvoorbeeld te zien of ze gebruik maken van het voordeel op de ANKO Verzekering- en/of verzuimdienst. Deze gegevens zijn alleen vermeld bij de desbetreffende aanbieder. De ANKO beschikt dus niet over de volledige informatie m.b.t. de leden en hun deelname aan de financiële voordelen.

4.6.2 Ledenbezoeken

Uit het ledenonderzoek van 2007 is gebleken dat de leden van de ANKO een gezicht wilde hebben bij de ANKO. Naar aanleiding hiervan is de ANKO in 2008 gestart met het bezoeken van leden waar momenteel twee ledenbezoekers voor in dienst zijn die ieder vier dagen in de week langs de kapperondernemer (het betreft in sommige gevallen ook prospects) gaan. De ledenbezoekers hanteren geen strak format voor deze gesprekken en het gesprek hangt meestal af van de input en vragen van de kapper. Er is vanuit de ANKO wel een checklist opgesteld voor een gesprek maar daar wordt door geen van de ledenbezoekers daadwerkelijk gebruik van gemaakt omdat dit, naar hun mening, niet altijd mogelijk is of het gesprek niet bevordert.

Er wordt in een ledenbezoek in geringe mate aandacht besteed aan de financiële voordelen. Meestal wordt er gevraagd door één van de ledenbezoekers of de ondernemer gebruik maakt van de voordelen van de ANKO en er wordt in enkele gevallen een folder achtergelaten van de BHV cursus. Ook wordt vaak gevraagd of de ondernemer gebruik maakt van de ANKO Verzekeringsdienst waarna een kaartje van de contactpersoon van de verzekeringsdienst wordt achtergelaten. Er is voor de ondernemer in een dergelijk gesprek echter geen mogelijkheid om op dat moment direct een financieel voordeel af te sluiten.

Conclusie

Het niet aanwezig zijn van een beleid bij de ANKO heeft geresulteerd in de 'toevallige' totstandkoming van financiële voordelen, dit heeft vervolgens doorgewerkt in het huidige beleid m.b.t. deze voordelen. De voordelen zijn niet ingedeeld in categorieën en er zijn intern ook geen voorwaarden en/of criteria opgesteld waaraan een financieel voordeel moet voldoen. Daarnaast biedt de ANKO de verschillende voordelen aan al haar leden aan, er wordt dus geen onderscheidt gemaakt per segment. In het systeem intern is echter, bij bepaalde voordelen, niet te zien of het lid ervan gebruikt maakt, het systeem is dus niet volledig. De inhoud van de samenwerkingsovereenkomsten die de ANKO aangaat met de aanbieders van de financiële voordelen verschillen. Er is intern bij de ANKO sinds kort één persoon aangenomen die zich, onder andere, bezig houdt met het merendeel van de financiële voordelen. Ook de ledenbezoekers hebben een klein aandeel in het onder de aandacht brengen van de financiële voordelen. Er zijn echter geen taak- en/of functieomschrijvingen waarin dit is vastgelegd. Er is dus intern niets gestandaardiseerd of duidelijk georganiseerd omtrent de financiële voordelen.

5. Ledenonderzoek

5.1 Onderzoeksmethodieken

Om de meningen, wensen en behoeftes van de leden omtrent de financiële voordelen te achterhalen heb ik zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek verricht.

Het kwalitatieve onderzoek bestond uit het face-to-face interviewen van leden. Hierdoor had ik, in tegenstelling tot het kwantitatieve onderzoek, de mogelijkheid om door te vragen op bepaalde onduidelijkheden. Hierdoor ontstond de mogelijkheid om de vraagstelling tijdens de looptijd van het onderzoek bij te sturen. In totaal heb ik twintig leden geïnterviewd⁹. Ik heb ook een aantal brancheverenigingen geïnterviewd om als referentiekader te gebruiken zodat ik de prestaties van de ANKO kon vergelijken¹⁰.

Het kwantitatieve onderzoek bestond uit een enquête¹¹ die zowel open als gesloten vragen bevatte. De enquête is digitaal verstuurd naar ongeveer 3000 leden (alle leden met een e-mailadres) en in hardcopy naar 600 leden (in verhouding tot de verdeling ledenbestand). In totaal zijn er 417 enquêtes geretourneerd en spreken we van 417 respondenten. Voor een betrouwbare steekproefgrootte met een 'confidence level van 95 (de toegestane mate van onzekerheid)', waren minstens 363¹² enquêtes nodig. We kunnen stellen dat de onderzoeksresultaten representatief zijn voor de gehele populatie.

N.B. Tijdens het verwerken van de enquêtes werd duidelijk dat een gedeelte van de respondenten antwoorden hadden gegeven welke niet overeen kwamen met het antwoord op de volgende vraag. Er werd bijvoorbeeld ingevuld dat men niet bekend was met een voordeel maar het wel gebruikte. Ook waardeerden leden de voordelen terwijl ze daarvoor aangegeven hadden er niet bekend mee te zijn. Dit heeft in geringe mate de onderzoeksbetrouwbaarheid beïnvloed en moet dus worden meegenomen tijdens het lezen van het rapport. Daarnaast hebben leden algemene opmerkingen geplaatst bij de open vragen in de enquête. Voor de ANKO ligt hier een taak om, indien mogelijk, acties richting individuele leden te ondernemen of indien anders algemene acties m.b.t. toekomst.

5.2 Respondenten onderzoek

In tabel 5.0 (volgende pagina) is de verdeling per segment in het totale ledenbestand van maart 2009 te zien. Het procentuele aandeel van de verschillende segmenten komt nagenoeg overeen met de respondenten van de enquête zoals te zien in tabel 5.1 (volgende pagina). De ondernemers met personeel en een omzet van <€175.000 zijn echter iets ondervertegenwoordigd terwijl de ondernemers met personeel omzet >€175.000 iets oververtegenwoordigd zijn in het onderzoek. Wanneer je deze groep echter alleen als ondernemers met personeel zou beschouwen, dus zonder omzetcriterium, dan komt de verdeling in het onderzoek nagenoeg overeen met de werkelijkheid.

⁹ Zie bijlage 5

¹⁰ Zie bijlage 17

¹¹ Zie bijlage 6

¹² www.raosoft.com/samplesize.html

Soort lidmaatschap	Maart 2009	Procentueel aandeel
Ondernemer zonder personeel	1.668	26.6%
Ondernemer met personeel < €175.000	2.988	47.7%
Ondernemer met personeel > €175.000	1.086	17.3%
Filiaal/keten	526	8.4%
Totaal	6268	100%

Tabel 5.0 Aandeel segment maart 2009

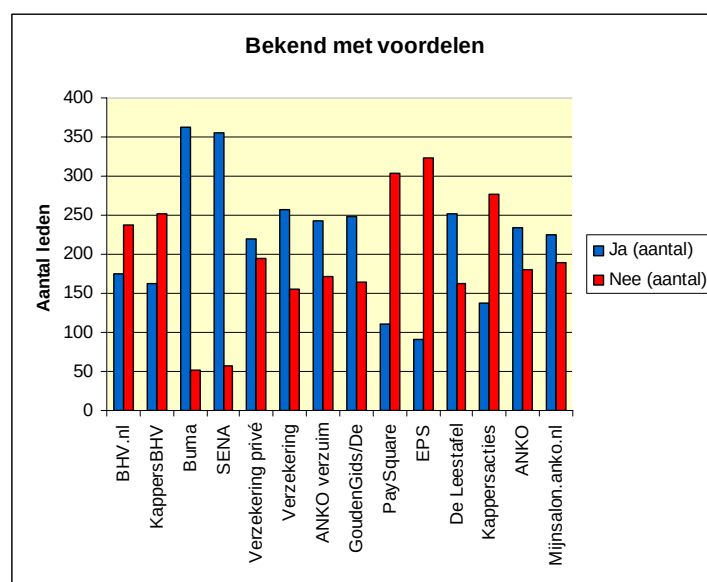
Segment salon				
		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	ZZP	99	23,7	23,9
	<175.000	153	36,7	60,9
	>175.000	136	32,6	93,7
	Keten/Filiaal	26	6,2	100
	Total	414	99,3	
Missing	System	3	0,7	
Total		417	100	

Tabel 5.1 Aandeel per segment enquête

5.3 Bekendheid onder leden

De ANKO had voorheen onvoldoende zicht op zowel de bekendheid als het gebruik van de financiële voordelen bij haar leden.

Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat de bekendheid¹³ onder de leden per voordeel verschillend is. In figuur 1 is te zien hoeveel leden met welke voordelen bekend en/of onbekend zijn.



De meeste leden (86%) zijn bekend met het voordeel op de Buma- en SENA-heffing. Vervolgens is gebleken dat ruim 60 procent van de leden bekend is met het voordeel op de ANKO zakelijke verzekering, De GoudenGids/De Telefoongids en De Leestafel. Alle andere voordelen zijn bij minder dan 60 procent van de leden bekend. De leden zijn het minst bekend met de KappersBHV (39%), Kappersacties (33%), PaySquare (26%) en EPS (22%).

Figuur 1. Bekend met voordelen

¹³ Zie bijlage 7

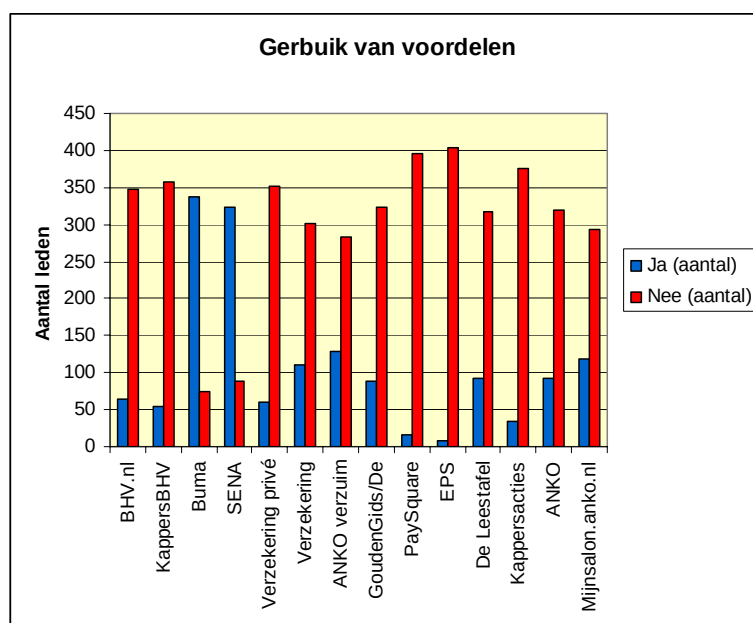
De onbekendheid is volgens de leden vooral te wijten aan tijdgebrek. Ondernemers staan vaak fulltime in de salon en hebben geen tijd om zich na een werkdag te verdiepen in de voordelen van de ANKO. Tevens is het een bekend gegeven, wat wordt bevestigd in het kwalitatieve onderzoek, dat kappers niet graag lezen. De meeste leden die onbekend zijn met de voordelen geven ook aan dat zij KappersNieuws niet lezen.

De leden die wel bekend zijn met de voordelen zijn vaak ondernemers die minder tijd in hun salon doorbrengen en hierdoor meer tijd hebben om zich te verdiepen in het 'ondernemen'. Deze leden geven aan vooral bekend te zijn geworden met voordelen door het lezen van KappersNieuws. Ook geven een aantal leden aan in contact te zijn gekomen met de voordelen door middel van hun lidmaatschap. Op het moment dat zij lid werden kregen de leden een informatiemap met inschrijfformulieren.

Op de vraag in de enquête of de leden in de toekomst gebruik willen maken van een aantal van de eerdergenoemde voordelen zijn er veel leden die hier positief op antwoorden. Er worden veel verschillende voordelen genoemd¹⁴ zoals de BHV-trainingen en de ANKO-verzekeringen. Ook zijn er leden die aangeven dat ze het niet weten en dat ze zich er meer in moeten verdiepen omdat ze denken dat ze nog meer korting kunnen behalen.

5.4 Gebruik financiële voordelen

De ANKO tracht een gevarieerd pakket van financiële voordelen aan haar leden aan te bieden waar tot op heden weinig interesse voor is. De geringe mate van interesse voor de voordelen is ook gebleken uit de resultaten van het onderzoek.



Figuur 2. Gebruik voordelen

In figuur 2 is te zien dat een overgrote meerderheid van de leden geen gebruikmaakt van de voordelen. Uitgezonderd de Buma en SENA is het hoogste aantal deelnemers 129 (ANKO Verzuim) en het minste aantal acht (EPS)¹⁵. Behalve de verplichte uitgave (voor bijna iedereen) met het voordeel op de Buma en SENA, is de gemiddelde deelname aan een voordeel ongeveer 17,5 procent.

¹⁴ Zie bijlage 8

¹⁵ Zie bijlage 9

De onbekendheid bij de leden over een groot aantal voordelen is een mogelijke verklaring voor het minimale gebruik ervan. Daarnaast is uit het kwalitatieve onderzoek gebleken dat kappers geen gebruikmaken van de voordelen omdat ze relaties hebben waardoor de overstap wordt bemoeilijkt. Een kapper die bevriend is met iemand die verzekeringen of een leestafelpakket aanbiedt zal voor een klein verschil in kosten niet weg gaan bij zijn huidige aanbieder/relatie. Daarnaast wordt er vaak aangegeven dat 'alles goed gaat zoals het gaat', men neemt dus niet de moeite om over te stappen, er wordt aangegeven dat kappers niet 'zo van die verander mensen zijn'¹⁶. Opvallend is echter dat uit eerdere gegevens blijkt dat het gebruik van PaySquare in 2007 aanzienlijk hoger was dan eind 2008. Dit is intern bij de ANKO niet gesignaleerd en er is ook geen verklaarbare reden voor.

Tevens is een aantal keren aangegeven dat de kappers zelf iets goedkopers kunnen afsluiten dan het voordeel dat de ANKO hen biedt. Ook een negatieve ervaring (veel handeling en aparte aansluitkosten via ANKO telefonie¹⁷) of het niet bij de salon vinden passen van een voordeel is een vaker gehoord argument. Iemand met een chique salon geeft bijvoorbeeld aan geen koffie te nemen van de Cafe Bar ondanks dat de ANKO hier voordeel op zou gaan aanbieden.

In onderstaande tabel is te zien hoeveel procent van de leden die aangeven bekend te zijn met de voordelen deze ook gebruiken. Hieruit blijkt dat, de Buma en SENA uitgezonderd, gemiddeld 34 procent van de die leden het voordeel kennen en er ook gebruik van maken. Anders gezegd, 66 procent kent het voordeel, maar maakt er geen gebruik van. Ter vergelijking staat in de derde kolom de bekendheid en het gebruik van Koninklijke Horeca Nederland (KHN). Hieruit blijkt dat de ANKO een beter deelnemerspercentage heeft dan de KHN. Alleen de bekendheid en het gebruik van het voordeel op Paysquare ligt hoger bij de KHN, dit is verklaarbaar omdat er in de horeca veelvuldiger wordt betaald met CreditCards.

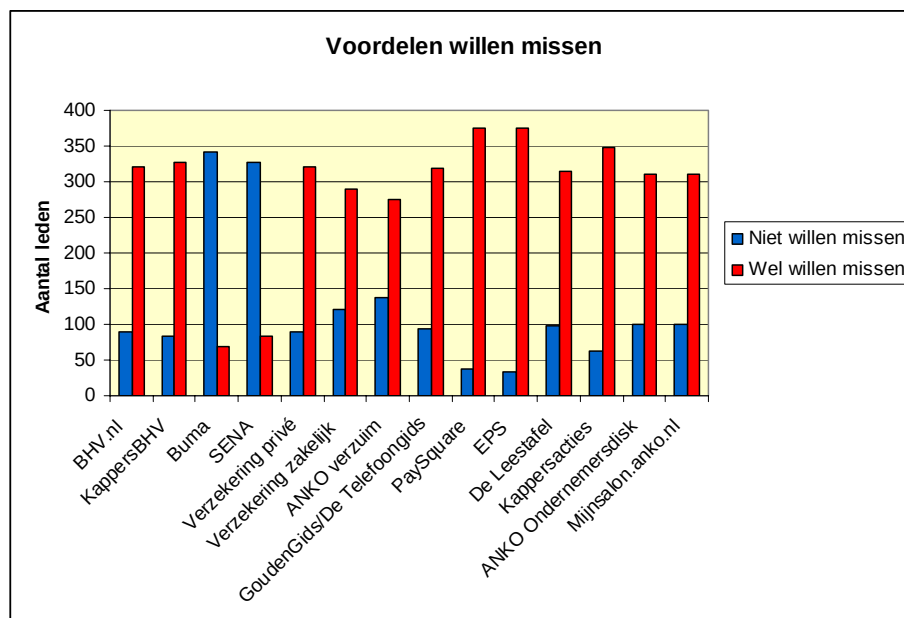
Bekend & gebruik	ANKO	KHN
BHV.nl	37%	n.v.t.
KappersBHV	33%	n.v.t.
Buma	93%	lager
SENA	91%	lager
Verzekering privé	27%	n.v.t.
Verzekering zakelijk	43%	lager
ANKO verzuim	53%	lager
GoudenGids/De Telefoongids	35%	lager
PaySquare	15%	hoger
EPS	9%	lager
De Leestafel	37%	n.v.t.
Kappersacties	25%	n.v.t.
ANKO Ondernemersdisk	39%	n.v.t.
Mijnsalon.anko.nl	53%	n.v.t.

Tabel 5.3. Bekend & gebruik

¹⁶ Zie bijlage 5

¹⁷ Zie bijlage 5

Figuur 3 bevestigt nogmaals de mening van de leden t.o.v. de financiële voordelen. Uit volgend figuur blijkt dat alleen de Buma en SENA niet gemist¹⁸ kunnen worden. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat het een verplichte betaling betreft wat bij veel kappers tot ergernis leidt. Het krijgen van korting op deze heffing wordt daarom als erg belangrijk gezien. Aan alle andere voordelen wordt minder waarde gehecht en kunnen volgens een meerderheid van de leden makkelijk gemist worden.



Figuur 3. Voordelen willen missen

Van alle geënquêteerde leden geeft echter 94 procent (figuur 4) aan de voordelen in het lidmaatschap belangrijk tot heel belangrijk te vinden. De leden geven bij vraag vier van de enquête (Wat zijn voor u de drie belangrijkste redenen om lid te zijn van de ANKO?) aan de voordelen één van de drie belangrijkste redenen¹⁹ te vinden. Leden zeggen hierdoor wat terug te krijgen in ruil voor de contributie die ze betalen.

Andere redenen waarom kappers lid worden van de ANKO zijn de collectieve belangenbehartiging ('cao', 'samen sta je sterk' e.d), advies en ondersteuning bij problemen. Een reden die ook vaak genoemd wordt is het op de hoogte blijven van de brancheontwikkelingen. Een enkeling zegt 'omdat het hoort' of 'mijn vader was al lid', of 'geen idee'.



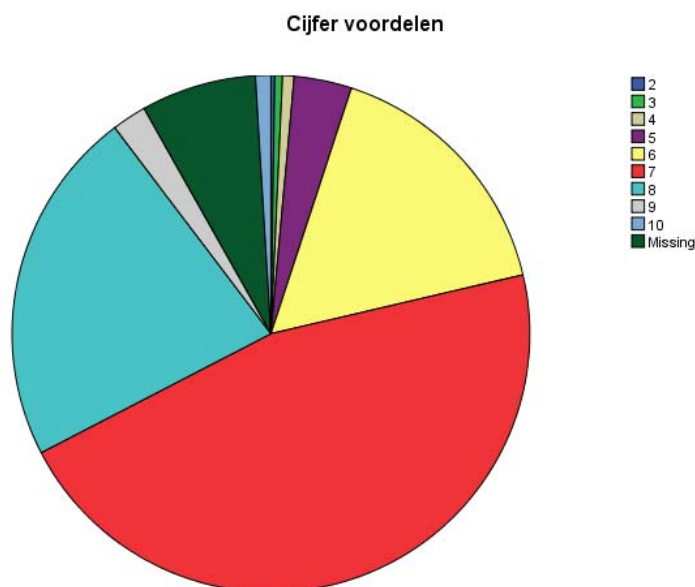
Figuur 4. Voordelen in lidmaatschap

¹⁸ Zie bijlage 10

¹⁹ Zie bijlage 13

5.5 Tevredenheid voordelen

Ondanks de matige bekendheid, het minimale gebruik en het kunnen missen van een groot aantal voordelen is een meerderheid van de leden tevreden met het huidige pakket van voordelen. Uit onderstaande diagram blijkt dat veel mensen de financiële voordelen met een voldoende beoordelen, ongeveer de helft van de respondenten geeft een zeven.



Figuur 5. Diagram cijfer voordelen

5.6 Behoeftes per segment

Het gebruik van de verschillende voordelen per segment is niet heel verschillend²⁰. Behalve dat de ZZP'ers geen tot weinig gebruikmaken van het voordeel op ANKO Verzuim en de commissiekorting op creditcards, is er in geen van de andere gevallen sprake van minder dan 1% gebruik door een bepaald segment. Ieder voordeel is in zekere mate dus aantrekkelijk voor alle segmenten. Van Kappersacties, mijnsalon.ANKO.nl en de Buma- en SENA-heffing maken alle segmenten ongeveer evenveel gebruik.

De grotere bedrijven zoals de ondernemers met personeel en een omzet >€175.000 en de ketens maken vooral gebruik van de privé verzekeringen van de ANKO Verzekeringsdienst, van de ANKO Ondernemersdisk en van De Leestafel. Van PaySquare en EPS wordt heel weinig gebruikgemaakt maar het segment dat hier overduidelijk de meeste behoefte aan heeft zijn ketens en filiaalbedrijven.

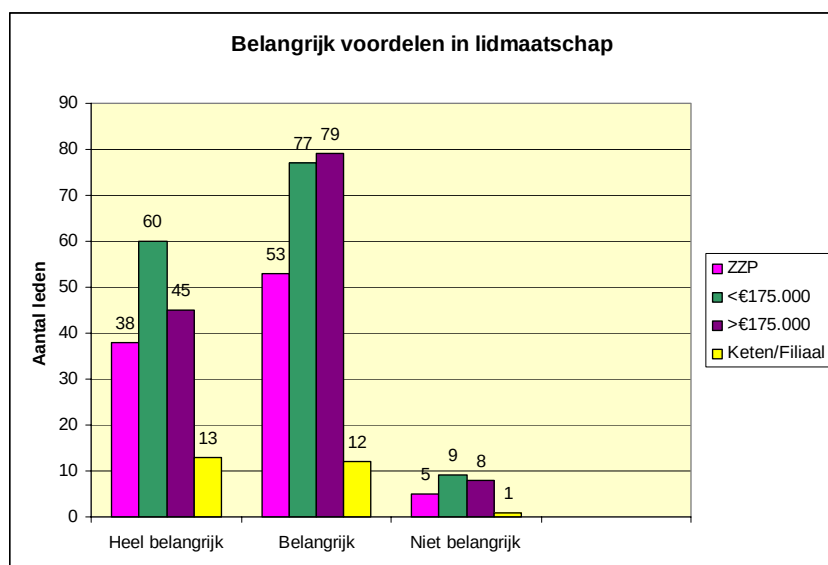
De ondernemers met personeel maken het meest gebruik van BHV.nl en KappersBHV, de zakelijke verzekeringen van de ANKO en van de ANKO Verzuimdienst. De ketens en zelfstandigen zonder personeel (ZZP'er) maken hier minder gebruik van. Het spreekt voor zich dat een ZZP'er geen gebruikmaakt van ANKO Verzuim.

²⁰ Zie bijlage 9

De ZZP'ers en ondernemers met een omzet hoger dan >€175.000 maken vooral gebruik van de GoudenGids/De Telefoongids. De ondernemers met een omzet <€175.000 en ketens maken hier in mindere mate gebruik van.

In onderstaande tabel is te zien hoe belangrijk de verschillende segmenten de voordelen vinden in hun lidmaatschap. De ondernemers met personeel delen veelal dezelfde mening en de meerderheid vindt de voordelen belangrijk. De ketenbedrijven en filialen vinden het belangrijk tot heel belangrijk, er is hierin bijna geen verschil in beoordeling. De ZZP'ers vinden het overwegend belangrijk.

Er is geen significant aantoonbaar verschil in de mate waarin een bepaald segment de voordelen belangrijker vindt dan een ander segment. Bij heel belangrijk varieert het tussen de 34 en 50 procent, bij belangrijk tussen de 46 en 60 procent en bij niet belangrijk tussen de 4 en 6 procent.



Figuur 6. Belangrijk voordelen in lidmaatschap

De cijfers waarmee de verschillende segmenten het huidige pakket van voordelen beoordelen liggen redelijk dicht bij elkaar. Tussen de 12 en 25 procent geeft het een zes, tussen de 48 en 54 geeft het een zeven en tussen de 8 en 26 procent geeft het een acht. Gemiddeld wordt het huidige pakket van financiële voordelen met een zeven gewaardeerd.

Segment salon * Cijfer voordelen											
Count		Cijfer voordelen									
		2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
Segment salon	ZZP	0	0	2	2	17	43	23	2	1	90
	<175.000	0	1	1	7	17	73	37	5	2	143
	>175.000	1	1	0	4	28	63	29	1	1	128
	Keten/Filiaal	0	0	0	2	6	13	2	1	0	24
	Total	1	2	3	15	68	192	91	9	4	385

5.7 Imagoschade

Wanneer een (branche)organisatie samenwerkingsverbanden aangaat met derden brengt dit altijd een risico met zich mee. Wat zijn de effecten van de samenwerkingsovereenkomsten geweest die de ANKO is aangegaan met aanbieders van collectieve contracten?

Uit het kwalitatief onderzoek is gebleken dat sommige leden klachten hebben over een aantal van de voordelen. De negatieve reacties hadden vooral betrekking op het voordeel op de tankpassen (waarmee per 1 mei 2009 is gestopt), de GoudenGids/De Telefoongids en de ANKO Ondernemersdisk. Met de tankpassen kon bijvoorbeeld niet meer internationaal worden getankt tot veel ongenoegen van de leden, De Gouden/Gids probeert eerst zijn eigen advertentie te verkopen i.p.v. dat ze de ANKO-leden het ANKO-voordeel bieden. Bij de ANKO Ondernemersdisk gingen de klachten over het berekenen van de lonen via internet. Uit deze reacties blijkt dat de leden direct dan wel indirect de ANKO aankijken op de ervaringen die zij hebben met de verschillende aanbieders van de financiële voordelen.

Op de lange termijn, wanneer er meer negatieve reacties volgen, kan dit leiden tot gezichtsverlies van de ANKO. Een goede naam opbouwen duurt immers jaren terwijl het afbreken ervan zo is gebeurd. In de meeste gevallen, zoals bijvoorbeeld de Buma en SENA, versterken de voordelen juist het imago van de ANKO.

5.8 Voorwaarden en criteria

De meeste kappers hebben moeite met het benoemen van specifieke voorwaarden en criteria waaraan een financieel voordeel moet voldoen. Enkele quotes welke uit het kwalitatieve onderzoek zijn gekomen zijn:

'Weinig inspanning, eerste actie moet komen vanuit de ANKO'

'Goede korting'

'Vertrouwen hebben dat wat de ANKO aanbiedt ook het goedkoopst is'

'Het moet niet mogelijk zijn om als kapper iets goedkopers af te sluiten'

'Alles wat korting heeft is goed'

'Simpel, voordelig en betrouwbaar'

'Inspanning, het moet vooral makkelijk gaan'

'Makkelijk toegankelijk, laagdrempelig en niet te veel rompslomp'

'Als het geld oplevert is het altijd goed'

'Het moet bij mijn salon passen'

De criteria die de leden stellen aan een financieel voordeel is ten eerste dat het een goed voordeel moet betreffen, het zou niet mogelijk moeten zijn om individueel iets goedkopers te kunnen afsluiten. Daarnaast moet het weinig inspanning kosten, zoals al eerder aangegeven staan ondernemers vaak fulltime in de salon en hebben geen zin en tijd om er heel veel tijd voor uit te trekken. Het moet ze dus zo makkelijk mogelijk gemaakt worden.

Ook wordt er aangegeven dat het bij de salon moet passen, dit is natuurlijk subjectief, maar het zou wel de mogelijkheid kunnen bieden om meer van dezelfde soorten diensten/producten aan te bieden door gebruik te maken van verschillende aanbieders.

De toegevoegde waarde voor de ondernemers is dat ze door gebruik te maken van de verschillende financiële voordelen iets terug krijgen voor de contributie die zij betalen. Het levert ze dus in zekere zin ook geld op. Dit kan de keuze om lid te worden van de ANKO vergemakkelijken. Om gebruik te maken van een financieel voordeel moet, in de meeste gevallen, een actie komen vanuit de kapper tenzij zij een informatiepakket hebben gekregen in het lidmaatschapspakket met inschrijfformulieren of benaderd wordt door de GoudenGids en/of EPS die de acquisitie zelf doen. Wanneer de leden al jaren lid zijn van de ANKO en de ANKO biedt een nieuw financieel voordeel aan dan moet de kapper zelf de eerste actie zetten. De inspanning die het lid momenteel moet leveren voordat hij/zij gebruik kan maken van een voordeel is voor de meeste kappers te groot.

Conclusie

Er mag geconcludeerd worden dat zowel de bekendheid als het gebruik van de financiële voordelen die de ANKO aanbiedt niet heel hoog is. Het deelnemerspercentage dat bekend is met de voordelen en ze ook daadwerkelijk gebruikt is in de meeste gevallen echter hoger dan bij branchevereniging Koninklijke Horeca Nederland (KHN). In principe kun je dus stellen dat de ANKO het ten opzichte van KHN een stuk beter doet.

De onbekendheid komt volgens de leden vooral door tijdgebrek en het mede hierdoor niet kunnen of willen lezen van KappersNieuws. De onbekendheid is tevens een van de mogelijke verklaringen voor het matige gebruik. Gemiddeld maakt 34 procent (uitgezonderd Buma en SENA) van de leden die het voordeel kennen er ook gebruik van oftewel 66 procent doet dat niet. Leden geven aan minder gebruik te maken van het voordeel op de SENA- dan op de Buma-heffing, dit is opmerkelijk aangezien beide worden verwerkt in één factuur. De mate van gebruik zou dus gelijk moeten zijn. Dit toont aan dat er een zekere mate van onduidelijkheid of desinteresse bestaat over deze voordelen.

De leden geven aan dat alle voordelen, behalve de Buma en SENA, gemist kunnen worden. Je kunt dus concluderen dat er weinig waarde wordt gehecht aan de andere voordelen. 94 procent van de leden geeft echter aan de voordelen belangrijk tot heel belangrijk te vinden en vinden het een van de belangrijkste redenen om lid te zijn van de ANKO. Ondanks de matige bekendheid, het minimale gebruik en het kunnen missen van de voordelen geeft ongeveer de helft van de respondenten het huidige pakket van voordelen het rapportcijfer zeven.

Het gebruik van de verschillende voordelen per segment is niet heel verschillend. Je kunt dus stellen dat ieder voordeel in zekere mate voor alle segmenten aantrekkelijk is. Er is geen significant aantoonbaar verschil in de mate waarin een bepaald segment de voordelen belangrijker vindt dan een ander segment. De leden hebben moeite met het benoemen van duidelijke criteria waaraan een financieel voordeel moet voldoen, hieruit blijkt dat er niet voldoende over nagedacht wordt.

De leden kijken de ANKO direct, dan wel indirect, aan op de samenwerkingsovereenkomsten die zij aangaan met derden. In de meeste gevallen, zoals bijvoorbeeld bij de Buma en SENA, versterken de voordelen het imago van de ANKO. Tevens reageren de leden positief op de vraag of ze in de toekomst gebruik willen maken van een aantal van de eerdergenoemde voordelen. Hieruit blijkt dat de leden geprikkeld worden door de enquête en geïnteresseerd zijn in de deelname aan voordelen waarvan ze eerst niet wisten dat ze er waren.

6. Conclusies en aanbevelingen

Om een optimaal pakket van financiële voordelen te laten bijdragen aan het behoud van leden en aan de groei van de ANKO moet er een aantal acties ondernomen worden. De aanbevelingen zijn onderverdeeld in de volgende punten:

- Bekendheid en gebruik vergroten bij leden
- Behoeftes leden achterhalen
- Interne veranderingen

6.1 Bekendheid en gebruik vergroten bij leden

Conclusie

Uit onderzoek is gebleken dat de bekendheid onder de leden per voordeel verschilt. De onbekendheid is vooral te wijten aan tijdgebrek en/of desinteresse en het hierdoor niet kunnen of willen lezen van informatie betreffende de voordelen. De meeste leden die onbekend zijn met de voordelen geven aan dat zij KappersNieuws niet lezen. De leden die wel bekend zijn met de voordelen zijn vaak ondernemers die minder tijd in hun salon doorbrengen en hierdoor meer tijd hebben om zich te verdiepen in het 'ondernemen'. Deze leden geven aan vooral bekend te zijn geworden met voordelen door het lezen van KappersNieuws. Ook geven een aantal leden aan in contact te zijn gekomen met de voordelen door middel van de informatie in het lidmaatschapspakket. De gemiddelde deelname aan een financieel voordeel is echter niet bijzonder hoog en bedraagt ongeveer 17,5 procent.

Advies

Om de bekendheid en het gebruik van de financiële voordelen onder de leden te vergroten zijn diverse acties nodig:

6.1.1 De website

De website is een van de drie gewenste communicatie manieren waarop het lid in contact wil komen met de voordelen²¹. Ongeveer twintig procent van de leden geeft aan het liefst op de hoogte te willen worden gesteld van (nieuwe) voordelen door middel van de website. De functie van de website van de ANKO is het verschaffen van informatie. Het is daarom sterk aan te bevelen om op de korte termijn de website te herordenen met in het bijzonder de informatie over de financiële voordelen. Het is belangrijk om de informatie over de voordelen zo geconcentreerd mogelijk te houden. Er dient alleen informatie te staan over de voordelen bij de pijler financieel voordeel. Vervolgens is het belangrijk dat de kapper een overzicht ziet van alle voordelen zodat hij kan doorklikken naar de gewenste informatie.

Door het opnemen van tabellen per voordeel met daarin 'uw voordeel' is het voor de kapper gelijk duidelijk wat zijn voordeel is en het verkleint de twijfel om deel te nemen. Een andere mogelijkheid die ik aanbeveel, welke weliswaar kostbaarder is, is het opnemen van een voordeelcalculator. Hierin wordt de kapper verzocht een aantal vragen te beantwoorden waarna direct zijn voordeel berekend wordt.

²¹ Zie bijlage 12

Door het digitaliseren van inschrijf- en/of contactformulieren verklein je tevens de inspanning voor de leden. Ook is het van groot belang dat de informatie regelmatig wordt geactualiseerd door de afdeling communicatie.

6.1.2 Introduceren 'financiële voordeel maand'

Er moet minimaal twee keer per jaar intern (binnen het kantoor) extra aandacht besteed worden aan dit onderwerp door middel van het benoemen van de 'ANKO financiële voordelen maand'. Tijdens deze maand zijn alle medewerkers van de ANKO zich extra bewust van de voordelen en moeten er gerichte acties ondernomen worden om de bekendheid te vergroten, bijvoorbeeld door het sturen van een extra mailing met informatie over de voordelen. Uit onderzoek blijkt namelijk dat de leden het liefst op de hoogte willen worden gesteld door middel van de ANKO Actueel²². Ook voor de ledenbezoekers geldt hier dat ze in hun gesprekken extra aandacht moeten besteden aan de voordelen.

6.1.3 Extra ledenbezoeker

De ledenbezoekers spelen een belangrijke rol in het benaderen van de groep leden die druk zijn, niet graag lezen en hierdoor niet op de hoogte zijn van de voordelen. Het is sterk aan te bevelen om één extra ledenbezoeker in dienst te nemen die alleen voor ledenwerving verantwoordelijk is. In 2008 is de ANKO begonnen met het bezoeken van leden. Allereerst was er één ledenbezoeker maar vanwege het succes werd er al vrij snel een tweede ledenbezoeker aangenomen. Vervolgens is er een derde ledenbezoeker aangenomen voor voornamelijk ledenwerving. Deze derde ledenbezoeker is eind 2008 weggegaan en er is nooit een vervanger voor in de plaats gekomen.

De ledenbezoekers drukken zwaar op de begroting maar omdat het inmiddels moeilijker wordt om het ledenaantal te behouden is mijn aanbeveling om in ieder geval het aantal ledenbezoekers uit te breiden van twee naar drie. Door het aannemen van deze ledenbezoeker verhoog je de capaciteit van ongeveer 1.100 bezochte leden naar ongeveer 1.650 leden per jaar²³. In vijf jaar bereik je dan ongeveer 8.000 leden en niet leden. Er zijn circa 19.000 kappers ingeschreven bij de Kamer van Koophandel waarvan er 6.300 lid zijn van de ANKO. Het totaal aantal niet aangesloten kapperondernemers bij de ANKO is dus ongeveer 13.000, hier ligt dus een grote markt open. De nieuw aan te nemen ledenbezoeker moet zich sec richten op de niet aangesloten kapperondernemers (circa 13.000).

Tevens is het belangrijk dat alle ledenbezoekers in staat zijn om bepaalde financiële voordelen direct af te sluiten tijdens een bezoek. Hierdoor wordt de inspanning voor het lid minimaal. Een aantrekkelijke manier om de voordelen in het gesprek onder de aandacht te brengen is consequent, in ieder gesprek, de contributie die het lid betaalt te verrekenen met een aantal voordelen zoals bijvoorbeeld de Verzekering- en Verzuimdienst. In sommige gesprekken gebeurt dit al maar ik adviseer om, indien het lid weinig gebruikmaakt van de voordelen, dit altijd toe te passen. De leden, maar ook de prospects, zien dan vrij snel dat ze door het afsluiten van het ANKO-lidmaatschap en door deelname aan de financiële voordelen hun lidmaatschap snel kunnen terug verdienen.

²² Zie bijlage 12

²³ Uitgegaan van 550 leden per bezoeker (600 is doelstelling ANKO)

Er moet een concreet en meetbaar resultaat zijn na afloop van een ledenbezoek. Dit resultaat kan bijvoorbeeld de deelname aan een financieel voordeel betreffen maar ook een prospect die lid wordt of een lid die zich tijdens het ledenbezoek heeft ingeschreven voor een cursus. Indien een lid of prospect tijdens het gesprek duidelijk aangeeft nergens aan deel te willen nemen dan dient dit gerapporteerd te worden door de betreffende ledenbezoeker. De reden(en) die aangegeven worden door de leden kunnen van belang zijn indien deze veelvuldig voorkomen. Dit verschaft de ANKO meer inzicht in de redenen waarom leden niet willen deelnemen aan bijvoorbeeld een bepaald financieel voordeel en geeft de ANKO de kans daarop te anticiperen.

Uit het kwantitatieve onderzoek blijkt dat de voorkeur van de leden niet direct uitgaat naar het communiceren van de voordelen via de ledenbezoekers²⁴. Uit kwalitatief onderzoek blijkt echter dat veel leden moeite of het te druk hebben om de hardcopy informatie (KappersNieuws) tot zich te nemen. Naar mijn mening is het daarom van belang om deze groep face-to-face te benaderen door een ledenbezoeker.

Het is belangrijk op te merken dat de voordelen niet de aanleiding of het uitgangspunt van het gesprek vormen maar wel een van de speerpunten die behandeld dienen te worden, het is tenslotte een van de pijlers van de ANKO. Door het aantrekken van een nieuwe ledenbezoeker wordt niet alleen de bekendheid van de financiële voordelen verhoogd maar creëert de ANKO ook een stukje waardering bij de leden die, blijkt uit onderzoek, positieve ervaringen hebben met de ledenbezoekers. Tevens ontstaat er de mogelijkheid om meer prospects en 'probleem leden' te bezoeken waardoor de ANKO meer grip krijgt op de in- en uitstroom van leden.

De kosten die hieraan verbonden zijn, kunnen geminimaliseerd worden door te gaan werken met een bonussysteem. De ledenbezoeker/werver krijgt een vast (laag) basissalaris waarna hij beloond wordt afhankelijk van de individuele prestatie. Ik adviseer om ieder afgesloten lidmaatschap en/of afgesloten financieel voordeel met een bonus te belonen. Een gedeelte van deze bonus moet de ANKO zien terug te halen bij de aanbieder. In alle contracten moet worden opgenomen dat er bij een bestaand lid die een financieel voordeel afsluit de ledenbezoeker daar een bonus voor krijgt. Deze bonus moet uiteraard opgebracht worden door de daaraan verdienende partij(en). Hierbij kan ook nog gedacht worden, omdat de ledenbezoekers in dienst zijn van de ANKO, dat de desbetreffende partijen ook de ANKO een bonus geven. Een fictieve berekening (gebaseerd op aannames) uitgaande van de huidige situatie moet de ledenwerver 26 leden werven die vijf jaar lid blijven of 19 leden die 7 jaar lid blijven of 13 leden die 10 jaar lid blijven om zijn eigen kosten per jaar terug te verdienen (break-even)²⁵.

Belangrijk is echter dat het systeem helder, transparant en meetbaar is, er moet dus een vast bedrag worden afgesproken. Het beloningssysteem motiveert en enthousiasmeert de ledenbezoeker om nieuwe leden te werven en om financiële voordelen af te sluiten. Dit resulteert direct in een aanwas van leden hetgeen het bestaansrecht van de ANKO vormt.

²⁴ Zie bijlage 12

²⁵ Zie bijlage 20

6.1.4 De kracht van de herhaling

De leden geven aan bij voorkeur op de hoogte te willen worden gesteld van de voordelen door middel van de ANKO Actueel, KappersNieuws en de website. De kracht van de herhaling is hier belangrijk. Het is sterk aan te bevelen om gestructureerd te communiceren en om bij iedere communicatie het totale pakket van voordelen te noemen. Door herhaling van de boodschap, in dit geval de financiële voordelen, zullen de leden deze herkennen en onthouden.

6.1.5 Informatiemappen

Het is aan te bevelen informatiemappen te maken met daarin inschrijf- en/of contactformulieren die opgestuurd kunnen worden naar nieuwe leden en meegenomen kunnen worden door de ledenbezoekers. Het moet duidelijk en in één oogopslag zichtbaar zijn wat het voordeel voor leden is. Door het opnemen van, de eerder bij de website genoemde, tabellen neem je de onduidelijkheid weg, verlaag je de drempel en door het toevoegen van formulieren (met uiteraard een antwoordenvelop) houd je de inspanning voor de kapper zo laag mogelijk.

In verband met de ANKO brede discussie over het specificeren van de dienstverlening voor de toekomst blijkt uit het onderzoek dat het nu, gezien het huidige pakket, geen zin heeft om de voordelen te segmenteren. Te overwegen valt om in de toekomst, met nieuwe voordelen, segmentspecifieke informatiemappen te maken waarin een top 3 van meest genoten voordelen in het betreffende segment kan worden opgenomen. Dit creëert vertrouwen en geeft de kapper bevestiging mocht hij twijfelen om een voordeel af te sluiten. Dit is in de huidige situatie (gezien het kleine verschil in gebruik van de voordelen per segment) geen aanbeveling maar slechts een suggestie voor toekomstige situaties.

6.1.6 Evenementen

De evenementen en bijeenkomsten die de ANKO jaarlijks organiseert vormen ook een belangrijke rol in de communicatie m.b.t. de financiële voordelen. Op bijvoorbeeld de ANKO Ondernemersdag moet extra aandacht besteed worden aan de financiële voordelen. Belangrijk is dat het niet als verkoopargument van de ANKO wordt gecommuniceerd maar als extra service van de ANKO en als voordeel voor de leden. Waarin duidelijk de rekensom wordt gemaakt tussen de contributie en een aantal voordelen zodat de ondernemer gemakkelijk kan zien wat het hem scheelt.

Een manier om de voordelen op zo'n dag (tevens ook aan te bevelen in de gehele communicatie) onder de aandacht te brengen, is het verbinden van een bekende Nederlander of bekende kapper die informatie geeft over de voordelen. Momenteel gebruiken veel bedrijven dit soort strategieën, te denken valt bijvoorbeeld aan de Postbank/ING of Unox die bekende Nederlanders inzetten in hun reclame-campagnes. Door het verbinden van een persoonlijkheid aan de voordelen zijn mensen eerder geneigd om deel te nemen aan een voordeel.

6.2 Behoeftes leden achterhalen

Conclusie

In zowel het gebruik als de beoordeling van de verschillende voordelen per segment zitten geen grote verschillen. Ieder voordeel is dus in zekere mate aantrekkelijk voor alle segmenten. Het matige gebruik van de voordelen toont niet aan dat de leden geen behoefte hebben om deel te nemen aan een voordeel. Namelijk op de vraag in de enquête of de leden in de toekomst gebruik willen maken van een aantal van de eerdergenoemde voordelen zijn er veel leden die hier positief op antwoorden. Ook zijn er leden die aangegeven dat ze het niet weten of dat ze zich er meer in moeten verdiepen omdat ze denken dat ze nog meer korting kunnen behalen. Hier ligt dus duidelijk nog een taak voor de ANKO.

Advies

Het is van groot belang om met regelmaat de behoefte van de leden te peilen. Gezien de respons van de leden op de enquête financieel voordeel is te stellen dat ze geïnteresseerd zijn in het behalen van financieel voordeel. Door het jaarlijks of tweejaarlijks versturen van een enquête, in een voor de kapper gewenste periode (niet in de buurt van feestdagen) kan de ANKO de wensen achterhalen. Het is belangrijk dit met regelmaat te herhalen, zodat verschuivingen of nieuwe behoeftes tijdig gesignaleerd kunnen worden. Het meer onder de aandacht brengen van de financiële voordelen bij de leden komt de resultaten van de enquêtes ten goede. Leden zijn bekender geworden met de voordelen en kunnen hierdoor beter hun meningen en behoeftes aangeven.

Het achterhalen van de behoeftes moet ook een aandachtspunt van de ledenbezoekers zijn. Door er achter te komen wat de behoeftes van de leden zijn, is het in de toekomst ook mogelijk om zelf bedrijven te benaderen voor het afsluiten van een collectief contract.

6.3 Interne veranderingen

Conclusie

Het huidige pakket van financiële voordelen is 'toevallig' (aldus Rob Vos) tot stand gekomen. Dit heeft geresulteerd in het huidige beleid m.b.t. de financiële voordelen. Er zijn namelijk geen voorwaarden waaraan een voordeel moet voldoen en er zijn ook geen taak- en/of functieomschrijvingen waarin mensen verantwoordelijk worden gesteld. Ook de inhoud van de samenwerkingsovereenkomsten die de ANKO aangaat met aanbieders van collectieve contracten verschillen. Er is intern dus weinig vastgelegd en gestandaardiseerd omtrent de financiële voordelen.

Advies

Er is een aantal interne veranderingen nodig om de financiële voordelen optimaal te laten bijdragen aan de groei van de ANKO en het behoud van leden.

6.3.1 Organisatorisch

Het is sterk aan te bevelen één persoon verantwoordelijk te stellen voor de collectieve contracten en financiële voordelen, in dit geval een medewerker van de afdeling Beleid, Advies en Diensten. Zij delegeert vervolgens een gedeelte van de financiële voordelen naar één persoon bij ledenadministratie. Deze medewerker is verantwoordelijk voor de administratieve vragen en klachtenafhandeling van de leden over de voordelen.

Momenteel zijn de financiële voordelen intern onderverdeeld bij twee medewerkers van de afdeling Beleid, Advies en Diensten met als kenmerk 'ondernemerszaken' en 'sociale zaken', dit vloeit voort uit hun specifieke kennisterrein. Ik adviseer om intern deze verdeling aan te houden in verband met de relaties en contacten met de aanbieders. Beide beleidsmedewerkers moeten echter volledig op de hoogte zijn van elkaars voordelen. Het is echter van groot belang dat deze verdeling ook intern duidelijk bekend is zodat iedereen weet wie welk soort voordeel behandelt.

Wanneer bijvoorbeeld een potentiële aanbieder van een ARBO-gerelateerd voordeel contact opneemt met de ANKO moet iedereen weten dat deze niet naar de Beleidsmedewerker Ondernemerszaken maar naar de Beleidsmedewerker Sociale zaken moet worden doorverbonden. Momenteel is dit nog erg onduidelijk. Er moet een beleidsmedewerker verantwoordelijk worden gesteld voor alle financiële voordelen.

Van alle bovengenoemde betrokkenen moet verwacht worden dat ze alle kennis over alle voordelen hebben. Het mag bijvoorbeeld in de toekomst niet meer voorkomen dat de deelname aan een voordeel zo terugloopt, waarover de ANKO wordt geïnformeerd door de aanbieder, en waar vervolgens geen alarmbellen af gaan en/of acties worden ondernomen. Regelmatig contact met de aanbieders, deelnemerslijsten en evaluatiegesprekken moeten in de toekomst een belangrijke rol spelen om een continue stroom van informatie te ontvangen over de voordelen en om de tevredenheid/ontevredenheid van de leden hierover te achterhalen. Hierdoor kan er in de toekomst op basis van deze resultaten (toe- of afname) worden gehandeld.

Daarnaast is de desbetreffende beleidsmedewerker verantwoordelijk voor het overbrengen van de kennis omtrent de financiële voordelen. Alle betrokken medewerkers moeten volledig op de hoogte zijn van alle ins en outs van alle voordelen. Dit kan bijvoorbeeld door het ieder kwartaal houden van een interne overlegmiddag geleid door de betreffende beleidsmedewerker. Dit voorkomt dat een gesprek bij de verkeerde persoon terecht komt en het maakt het zowel voor de ANKO als voor de leden eenvoudiger en makkelijker.

Het is sterk aan te bevelen dat de ANKO, om bovenstaande veranderingen goed te implementeren, taakomschrijvingen gaat maken waarin onder andere bovenstaande werkzaamheden en verantwoordelijkheden worden vermeld. Het is overigens sterk aan te bevelen om voor alle medewerkers van de ANKO gedetailleerde en afgebakende taak- en functieomschrijvingen op te stellen.

6.3.2 Onderhandelingen

Bestuursleden en kapperondernemers Gerben ter Avest (AMI Kappers) en Teus Brand (Salon Modern Haarmodegroep) geven aan dat zij als ketenbedrijf zelf meer voordeel kunnen behalen door het afsluiten van een collectief contract dan het financiële voordeel wat de ANKO hun aanbiedt. Dit betekent dat de ANKO veel scherper moet onderhandelen. Het moet namelijk niet mogelijk zijn dat een keten meer korting kan krijgen dan een branchevereniging zoals de ANKO met 6.300 leden. Tevens geeft Gerben ter Avest aan dat hij flexibeler is als bedrijf om te veranderen van aanbieder. Deze flexibiliteit kan de ANKO ook bereiken door, zoals hieronder wordt vermeld, te werken met jaarcontracten.

Wanneer de ANKO scherper onderhandelt en dus betere kortingen kan bedingen wordt de ANKO ook weer interessant voor ketens. Om ketens aan de ANKO te binden is aan te bevelen dat de ANKO afspraken moet maken met de aanbieders van collectieve contracten dat naarmate een lid meer afneemt, dus in dit geval bijvoorbeeld een ketenbedrijf, het lid een hogere korting krijgt. Hierdoor wordt de ANKO interessanter voor ketenbedrijven.

6.3.3 Juridisch

Ik adviseer de ANKO om uniformiteit aan te brengen in de overeenkomsten die zij aangaan met aanbieders van financiële voordelen. In elke onderhandeling wordt natuurlijk toegegeven op een aantal punten. Ik adviseer de ANKO echter om in ieder geval te trachten de volgende punten in een overeenkomst op te nemen:

- Bij voorkeur afsluiten van een overeenkomst voor één jaar
- Opzeggingstermijn van drie maanden of korter
- Tussentijdse opzegging
- Prijsafspraken
- Exclusief beschikbaar voor ANKO-leden
- Kosten/opbrengsten ANKO
- Geheimhoudingsverklaring
- Aansprakelijkheid
- Werken op basis van exclusiviteit of juist niet
- Maandelijks rapporteren van aantal deelnemers
- Jaarlijks of tweemaaljaarlijks evalueren
- Promotie en communicatiewijze vastleggen
- Rapporteren van veranderingen of gebeurtenissen die de samenwerking beïnvloeden
- Schriftelijk akkoord bij wijzigingen overeenkomst
- Verplicht inschakelen van een mediator in geval van een geschil tussen beide partijen
- Toepasselijk recht
- Boeteclausule

6.3.4 Voorwaarden ANKO

Het is voor de ANKO belangrijk te weten waaraan een financieel voordeel intern getoetst moet worden wil het interessant zijn. De voornaamste reden voor de ANKO is dat de voordelen die ze aanbieden bedrijfsondersteunend voor de kapperondernemer zijn. Om dit te kunnen realiseren adviseer ik de ANKO om het inzicht van de ondernemersadviseurs te gebruiken m.b.t. de winst- en verliesrekening van een kapper²⁶. Hierdoor ziet de ANKO wat de kostenposten zijn voor een ondernemer en waar de ANKO als branchevereniging het beste voordeel op kan aanbieden willen ze bedrijfsondersteunend zijn. Deze gegevens moet de ANKO altijd en consequent gebruiken om een potentieel voordeel te toetsen.

Het is ook belangrijk aandacht te besteden aan de verschillende beleidsterreinen (ondernemerszaken, onderwijs en sociale zaken) en de daaruit voortvloeiende voordelen. De thema's/onderwerpen van elk beleidsterrein dienen op een zo concreet mogelijke manier aangeboden te worden aan de leden, d.w.z. dat de leden er direct iets mee kunnen. Een financieel voordeel is in dit geval een goed voorbeeld van een vertaling. Bij het beleidsterrein ondernemerszaken met het thema winkelcriminaliteit kan een concreet financieel voordeel bijvoorbeeld rampaaltjes zijn.

Uit een winst- en verliesrekening²⁷ blijkt bijvoorbeeld dat de hoogste kosten, voor een kapper met personeel, de personeelskosten zijn. Voordelen in het huidige pakket die direct bijdragen aan deze personeelskosten zijn bijvoorbeeld de ANKO Verzekeringdienst en ANKO Verzuim.

Daarnaast adviseer ik om alle verplichte uitgaven voor een ondernemer te inventariseren zodat de ANKO daar als branchevereniging gericht voordeel op kan aanbieden. De leden geven in de enquête duidelijk aan voordeel te willen behalen op uitgaven die verplicht zijn²⁸. Enkele voorbeelden van nieuwe voordelen kunnen in dat geval brandblussers, noodverlichting, energie en pinautomaten zijn.

Andere aanbevolen voorwaarden die intern aan een financieel voordeel moeten worden gesteld zijn:

- Kosteloos

In principe moet het aangaan van een samenwerkingsovereenkomst kosteloos zijn voor de ANKO, ideaal is als het geld oplevert. Kosteloos houdt in dat de overeenkomst de ANKO geen direct geld kost. De ANKO hoeft dus geen extra middelen moeten in te zetten met uitzondering van personele activiteiten.

- Minimaal aantal deelnemers

Het vaststellen van het minimaal aantal deelnemers is per overeenkomst afhankelijk. Niet elk voordeel is bijvoorbeeld voor elk segment interessant waardoor er rekening gehouden dient te worden met het vaststellen van deelnemers. Ook het werken op basis van meerdere aanbieders beïnvloedt het aantal deelnemers.

²⁶ Zie bijlage 7

²⁷ Zie bijlage 18

²⁸ Zie bijlage 11

De ANKO moet per contract kwalificeren wat de doelgroep is, het gewenste aantal deelnemers, het minimum aantal deelnemers en wat de bandbreedte is. Op basis daarvan kan de ANKO gericht de doelgroep benaderen.

- Voor tenminste één segment interessant te zijn

- De inspanning voor de ondernemer verkleinen

De inspanning van de ondernemer alvorens hij gebruik kan maken van een voordeel moet zo laag mogelijk zijn. Beperk de 'rompslomp' voor de kapper.

- Exclusief voor ANKO-leden beschikbaar te zijn

- Trachten de beste/prijs kwaliteit verhouding te zijn

Het is van belang dat het voordeel dat de ANKO aanbiedt over een goede prijs/kwaliteit-verhouding beschikt. In de regel moet het voor individuele kappers en ketens niet mogelijk zijn iets goedkopers tegen minimaal dezelfde kwaliteit af te sluiten.

- Betrouwbare wederpartij

Het is voor het imago van de ANKO van belang een samenwerking aan te gaan met een betrouwbare wederpartij. Door navraag te doen bij andere brancheverenigingen kan een beeld gevormd worden van de wederpartij.

- Beschikken over alle informatie m.b.t. een lid

Naast de deelnemerslijsten die maandelijks dienen te worden gestuurd naar de ANKO is het voor de ANKO ook van groot belang dat zij weten welke leden van welk voordeel gebruikmaken. De aanbieders van financiële voordelen moet ook een lijst met nieuwe leden doorgeven aan de ANKO zodat dit verwerkt kan worden in het systeem van de ANKO. Het is voor zowel de ledenadministratie als voor de ledenbezoekers en de betrokken beleidsmedewerkers van belang dat zij over de volledige informatie van een lid beschikken.

Door het toetsen van een potentieel financieel voordeel op bovengenoemde punten ontstaan er duidelijke doelen die zorgen voor de totstandkoming van het gewenste pakket van financiële voordelen. Door vervolgens het potentieel voordeel voor te houden aan een klankbordgroep kan getest worden of het inderdaad een interessant voordeel is voor de leden van de ANKO. Er moet op deze manier uiteindelijk een financieel voordeel ontstaan, dat op de lange termijn resulteert in een pakket, dat zowel interessant is voor de ANKO als voor haar leden.

Geraadpleegde literatuur

Baarda, D.B. & Goede, M.P.M. de (2006). *Basisboek Methoden en Technieken*. Wolters-Noordhoff Groningen. Houten.

Baarda, D.B. & Goede, M.P.M. de & Dijkum, C.J. van (2003). *Basisboek Statistiek met SPSS*. Wolters-Noordhoff Groningen. Houten.

Berge, L.J.A.M. ten & Oteman, M.P.(2004). *Inleiding Organisatiekunde*. Uitgeverij Coutinho. Bussum.

Berkel, J. van (1999). *Statistiek met Excel 2003*. Faculteit Economie en Management.

Braas, C. & Couwelaar, R. van & Kat, J. (2001). *Rapporteren*. Wolters-Noordhoff Groningen. Houten.

Gomez-Mejia, L. & Balkin, D. & Cardy, R. (2005) *Personeelsmanagement*. Pearson Education Benelux. Amsterdam.

Verhage, B. (2004). *Grondslagen van de marketing*. Wolters-Noordhoff Groningen. Houten.

Zeijl, A.M.M.M. van, (2006). *Vermogensrecht*. Wolters-Noordhoff Groningen. Houten.

(2004) *Studiewijzer en Reader Bedrijfsprocessen*. Faculteit Economie en Management.

Bijlagen

Bijlage 1 Hoofd- en deelvragen

Op welke manier kan een optimaal pakket van collectieve contracten op een positieve manier bijdragen aan het behoud van leden en aan de groei van de ANKO?

1. Wat verstaat de ANKO onder collectieve contracten?

- In welke categorieën zijn ze in te delen?
- Op welke manieren kun je deze onderscheiden? (reclame, financieel, juridisch)
- Op welke segmenten zijn ze gericht?

2. Op welke manier komt een collectief contract op dit moment tot stand?

- Welke eisen worden er vanuit de ANKO gesteld aan een collectief contract?
- Hoe komt een collectief contract juridisch tot stand?
- Wie is verantwoordelijk voor deze contracten en waarom?

3. Zijn de ondernemers (kappers) bekend met de collectieve contracten?

- Indien ja, Op welke manier zijn zij in contact gekomen met de contracten?
- Maken zij gebruik van deze collectieve contracten? Indien nee, waarom niet?
- Indien nee, wat veroorzaakt deze onbekendheid?
- Wat kan de ANKO doen om de onbekendheid weg te nemen?

4. In hoeverre zijn de gebruikers van collectieve contracten tevreden over de aangeboden dienst?

- Wat ligt hieraan ten grondslag?
- Hoe staan zij tegenover de verschillende contracten?

5. Wat is de toegevoegde waarde voor de ondernemers?

- Wat levert het de kappers op?
- Welke inspanningen moeten zij hiervoor leveren?

6. Waar moet een collectief contract uit bestaan wil het zowel interessant zijn voor de ANKO als voor haar leden?

- Wat zijn de voorwaarden en criteria van de ANKO?
- Wat zijn de voorwaarden en criteria voor de leden?

7. Verschillen de behoeftes van collectieve contracten per segment?

- Welk segment heeft welke behoeftes?
- Is er de mogelijkheid om de collectieve contracten te segmenteren?
- Is er een significant aantoonbaar verschil in beleving van de collectieve contracten tussen de verschillende segmenten?

8. Wat is het effect van de samenwerkingsverbanden die de ANKO aangaat met derden voor collectieve contracten op het imago van de ANKO?

9. Welke acties moet de ANKO ondernemen om de collectieve contracten succesvol te maken?

- Welke acties moet de ANKO intern ondernemen m.b.t. het succesvolle gebruik van collectieve contracten?
- Welke acties moeten zij nemen m.b.t. communicatie richting de leden?
- Welke acties moeten zij nemen richting de aanbieders van collectieve contracten?

Bijlage 2 Gesprek Rob Vos - Directeur

Rob Vos werkt al ongeveer 16 jaar bij de ANKO, hiervoor heeft hij in de uitgeversbranche gewerkt. Volgens hem is het huidige pakket van financiële voordelen 'toevallig' tot stand gekomen. Er is begonnen met het aanbieden van de Buma als financieel voordeel en langzaam werd het pakket uitgebreid.

Het huidige pakket van voordelen is volgens Rob Vos verkeerd tot stand gekomen. Het is 'natte vinger' werk geweest en het is nooit gestandaardiseerd. De eisen waaraan volgens hem een financieel voordeel moet voldoen is dat het interessant moet zijn voor een bepaalde groep, het moet een minimaal aantal deelnemers hebben en er moeten geen kosten aan zijn verbonden (liefst opbrengsten).

Iwo is intern min of meer verantwoordelijk voor de collectieve contracten. In het begin was er één iemand verantwoordelijk voor de collectieve contracten namens de ANKO, Nuvo, Mitex en CPW. Dit heeft uiteindelijk geen gestalte gekregen vanuit de ANKO omdat er gestreefd werd naar verdergaande samenwerking waar de ANKO geen behoefte aan had.

Je moet in de toekomst ook zelf bedrijven benaderen voor het aangaan van een samenwerkingsovereenkomst echter wel naar aanleiding van de wensen van de leden. Het moet bovendien wel in relatie zijn met de 'in en om salon' wens van de ANKO. Aan het aangaan van samenwerkingsverbanden zit volgens Rob Vos altijd een risico maar in de regel versterkt het het imago juist. ANKO doet het volgens Rob Vos het best van alle andere brancheverenigingen voor kappers in Europa. De rol van de organisatie kan variëren. De ANKO is het grootst en het sterkst.

De ideale situatie volgens Rob Vos is dat het voor de ANKO duidelijk is wat de wensen van de leden zijn en op basis daarvan kan je keuzes maken. Aan deze voorwaarden zou een overeenkomst minimaal moeten voldoen. Ook is het belangrijk continu te checken of er genoeg gebruik van wordt gemaakt e.d. tevens is het van belang om jaarlijks te evalueren. Daarnaast moet je bij voorkeur één iemand verantwoordelijk stellen. De aard van de contacten moet per product duidelijk zijn en het voordeel moet bewust en goed gecommuniceerd worden. Je moet gestructureerd het voordeel aan de man brengen en daarbij vervolgens continu het pakket laten zien. Rob Vos vindt niet dat er iemand, in dit geval de verantwoordelijke, in staat moet zijn om een overeenkomst op te stellen. Hij geeft aan daar wel iemand anders voor te hebben.

Bijlage 3 Gesprek Gert-Jan Deben – Manager Beleid, Advies en Diensten

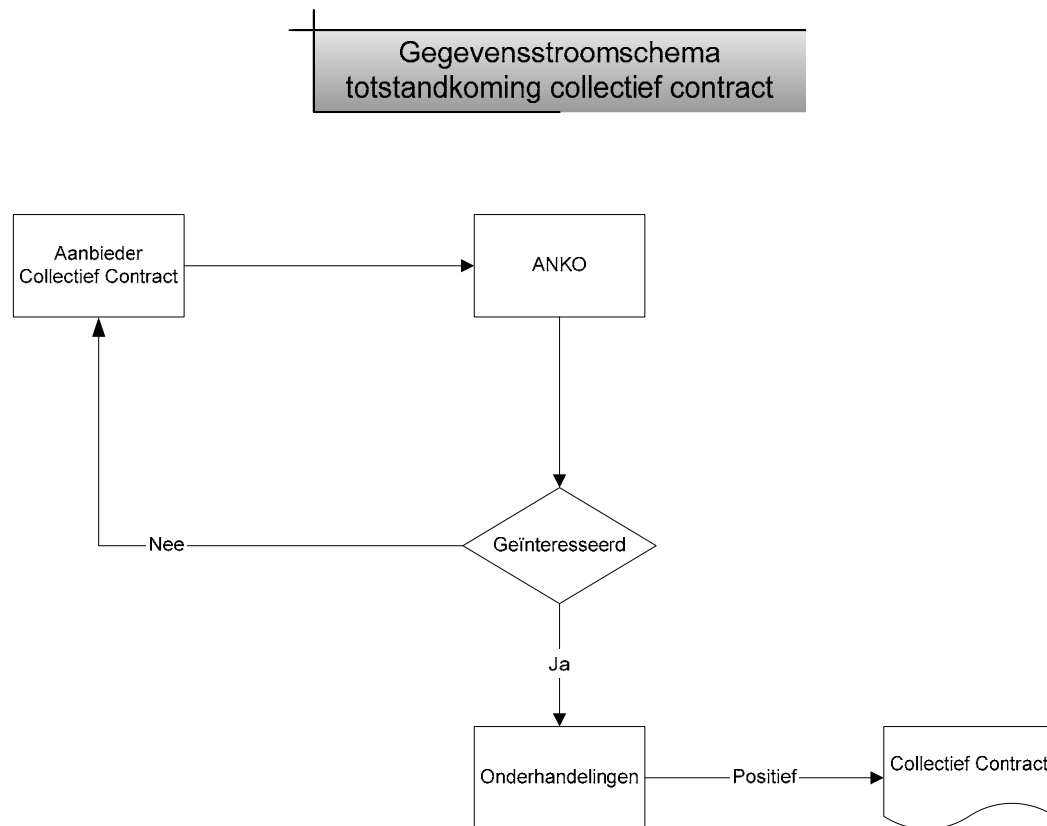
Gert-Jan is anderhalf jaar werkzaam bij de ANKO. Hiervoor heeft hij bij de NUVO gezeten, een branchevereniging voor de optiekbusiness.

Het huidige pakket is volgens hem toevallig tot stand gekomen. Brancheverenigingen gingen op een gegeven moment ook financiële voordelen aanbieden. Het bieden van financieel voordeel is nooit de core business geweest van brancheverenigingen.

Leden weten vaak niet wat de ANKO voor voordelen aanbiedt. De financiële voordelen moeten de ondernemer ondersteunen in de primaire bedrijfsvoering. Ze moeten volgens hem direct een relatie hebben tot de ondernemer c.q. kapper waar de leuke voordelen als erbij worden gezien.

Gert-Jan vindt dat het gestructureerder moet wat leidt tot een actueel pakket. Hij onderscheidt de financiële voordelen in fundamentele zaken voor de ondernemer en in 'kettingen en kralen'. Een evenwichtig pakket tussen beide is de ambitie. Waarin, volgens Gert-Jan, ook de mogelijkheid ligt om bedrijven zelf te benaderen om een collectief contract aan te gaan. Gert-Jan hecht veel waarde aan het imago, het moet niet te commercieel worden, de ANKO is een vereniging. Hij geeft met de woorden 'Keep It Simple Stupid' aan dat het vooral simpel moet zijn.

Bijlage 4 GSS huidige situatie



Bijlage 5 Ledenbezoeken

Ledenbezoek 1

Strickers Haarmode - Bilthoven

Meneer is 21 jaar kapper. De kapperszaak is overgegaan van vader op zoon op kleinzoon. Hij maakt geen gebruik van de collectieve contacten die worden aangeboden door de ANKO, 'het is te veel gedoe'. Hij benaderd de ANKO soms wel voor advies en leest KappersNieuws. Later in het gesprek blijkt dat hij wel verzekeringen heeft lopen via de ANKO. Hij verzint zelf veel acties voor zijn personeel, bijvoorbeeld korting op een fitnessabonnement. Ook hanteert hij een beloningssysteem, wanneer de medewerkers de omzettargets halen krijgen ze een bonus. Het belangrijkste volgens hem is dat het de kapper weinig inspanning kost om een te genieten van voordeel. Hij is van mening dat het het handigst is wanneer de ANKO ieder jaar (ergens in oktober) een brief stuurt waarin je als kapper kan aankruisen van welke van de aangeboden voordelen je wilt gebruik maken. De eerste actie moet dus vanuit de ANKO komen en niet vanuit de kapper.

Ledenbezoek 2

Pauline Haarmode - Maartensdijk

Pauline is al 24 jaar kapster. Ze maakt alleen gebruik van de automatische kortingen zoals de Buma en SENA. Ze denkt dat ze haar verzekeringen en verzuim via de ANKO heeft lopen maar ze weet het niet zeker. Ze heeft een tijdje de leestafel geprobeerd maar is er mee gestopt. Bij de leestafel mag je de bladen na afloop houden en dit vond zij niet prettig omdat ze met alle bladen bleef zitten. Ze heeft geen duidelijk beeld van alle voordelen die worden aangeboden door de ANKO. Dit komt volgens haar door tijdgebrek. Een collectief contract moet voldoen aan een goede korting. Ze heeft geen specifieke suggesties en mist op het moment niets in het aanbod.

Ledenbezoek 3

Kapsalon La Belle - Renswoude

Alida heeft afgelopen januari haar kapperssalon geopend. Zij is, blijkt aan het einde van het gesprek, nog geen lid van de ANKO.

Ledenbezoek 4

Huiden's Kapsalon - Utrecht

Mevrouw maakt alleen gebruik van de Buma- en SENA-heffing. Verzekeringen heeft ze elders. Ze heeft geen behoefte om over te stappen, ze zit al jaren ergens anders.

Ledenbezoek 5

Salon Artistique - Zeist

Hij heeft in het bestuur van de ANKO gezeten. Hij is bekend met alle financiële voordelen en maakt ook bijna overal gebruik van. Heeft ook zijn verzekeringen via de ANKO, ook heeft hij voor zijn medewerker een verzekering afgesloten en zij is veel goedkoper uit. Hij is in contact gekomen met de voordelen door middel van Kappersnieuws.

Een collectief voordeel moet voordeel bieden. Hij zegt dat hij uit gaat van vertrouwen dat wat de ANKO aanbiedt ook het goedkoopst is. Het zou niet mogelijk moeten zijn dat je als kapper elders iets voordeligers kan afsluiten.

Ledenbezoek 6

Haarmode Ellis & Pierre - Utrecht

Ze is op de hoogte van de voordelen die aangeboden worden door ANKO doordat ze KappersNieuws leest. Ze maakt echter op de Buma en SENA na nergens gebruik van. Ze heeft al jaren een ander leestafel abonnement en neemt niet de moeite om over te stappen. Ze heeft verder geen suggesties of toevoegingen.

Ledenbezoek 7

Hairfashion Kida - Utrecht

Ze is niet op de hoogte van alle financiële voordelen die de ANKO aanbiedt en ze maakt er zodoende ook geen gebruik van. Ze leest niet graag en ze leest dus ook niet KappersNieuws, wel de ANKO Focus zegt ze. Verder heeft ze een boekhouder waar ze alles aan uit besteed. Ze kan geen specifieke criteria/voorwaarden noemen waaraan een financieel voordeel moet voldoen. Alles wat korting geeft vindt ze goed.

Ledenbezoek 8

Coiffure la Papillote - Maartensdijk

Ze heeft geen verzekeringen/verzuim lopen via de ANKO. Haar man doet het allemaal zegt ze. Ze benadrukt dat ze het erg druk heeft, ze is ondernemer, kapper, moeder en ook nog echtgenoot. Ze leest KappersNieuws en ziet vervolgens de financiële voordelen die aangeboden worden. Echter als ze KappersNieuws weg legt is ze het meteen weer vergeten. Ze vindt het wel heel erg belangrijk om als ANKO lid bepaalde financiële voordelen te genieten. Een financieel voordeel moet volgens haar vooral simpel, voordelig en betrouwbaar zijn. Ze heeft weinig tijd dus het moet ook zo min mogelijk inspanning vergen.

Ledenbezoek 9

De Salon van Sandra – De Bilt

Ze heeft sinds dat ze lid is veelvuldig gebruik gemaakt van de ANKO. Ze heeft alles eigenlijk bij de ANKO neergelegd zodat zij alles verder kunnen regelen, zo ook de financiële voordelen. Ze maakt dan ook gebruik van diverse voordelen bijvoorbeeld de leestafel, de ondernemersdisk en een gedeelte

van de verzekeringen lopen via de ANKO. Zij vindt echter het aspect advies van de ANKO ook heel erg belangrijk al dan niet het belangrijkste. Ze heeft ook derden offertes laten zien van de ANKO waardoor ze vervolgens een grotere korting kreeg bij een bedrijf. Ze heeft als suggestie voor de ANKO dat zij duidelijker moeten uitleggen wat ze doen, wat hun positie is en wanneer je om hulp kan vragen. Dat is in haar ogen nu nog onduidelijk bij veel kappers. Ook zou ze graag willen dat de ANKO iets aanbiedt op het gebied van reclame of marketing zou gaan doen.

Ledenbezoek 10

Kapsalon Aaron – Zeist

Meneer is bekend met de financiële voordelen die de ANKO aanbiedt maar maakt nergens gebruik van. Hij wist de tankpassen te noemen maar hij heeft geen auto, dus niet relevant voor hem. Hij is al 15 jaar lid. Zijn vrouw werkt bij een verzekeringsmaatschappij dus zij hebben al heel goedkoop hun verzekeringen kunnen afsluiten en overweegt hierom ook niet om dit te doen via de ANKO verzekeringsdienst.

Ledenbezoek 11

Vanan Kappers – Bunnik

Ze is op de hoogte van de financiële voordelen die de ANKO aanbiedt. Ze is al lang lid en zodoende in de loop der jaren bekend geworden met de voordelen. Ze heeft een abonnement op De Leestafel en ze maakt gebruik van Da Vinci, beide lopen niet via de ANKO. Ze heeft wel gebruik gemaakt van telefonie via de ANKO maar ze vond dat uiteindelijk veel gedoe omdat je aparte aansluitingskosten moest betalen, 'het zorgde voor twee keer zo veel werk'. Ze vindt advies en hulp belangrijker dan de financiële voordelen. 'ik vind het geneuzel, het schiet niet op. Ze vindt het veel werk en het levert uiteindelijk niet veel op. 'Wij zijn gewoon kappers he'. Ze weet niet precies welke verzekering ze heeft, wanneer Michel de ANKO Verzekering uitlegt lijkt ze geïnteresseerd.

Ledenbezoek 12

Mickey's Coiffures – Maarn

Echtpaar heeft drie salons waarvan 1 knip-in. Meneer is 62 jaar en ze denken er over na om te stoppen. Ze hebben regelmatig contact gehad met de ANKO hierover maar geven aan geen klik gehad te hebben met de ANKO medewerker die hun begeleidde. Ze maken alleen gebruik van De Leestafel via de ANKO. Ze hebben geen ANKO verzekeringen, ze zijn erg trouw aan hun huidige verzekeringsmaatschappij. Dat gaat nu goed en ze zeggen 'niet zo van die verandermensen' te zijn. Ze vinden het altijd belangrijk om voordeel te genieten maar het is geen 'issue'. De voordelen wegen niet zwaar in het totale lidmaatschap, ze vinden advies en collectieve belangenbehartiging veel belangrijker. Ze lezen KappersNieuws en zijn tevreden over de voordelen die aangeboden worden.

Ledenbezoek 13

Kapsalon Dick – Zeist

Meneer is niet bekend met de financiële voordelen die de ANKO aanbiedt, hij heeft hier naar eigen zeggen geen tijd voor. Meneer denkt er over na om te stoppen met de salon, er wordt een afspraak gemaakt met Han Eggen om dit verder te bespreken. Hij heeft verder nooit iets over de voordelen gelezen of er over nagedacht. Hij zegt echter wel KappersNieuws te lezen.

Ledenbezoek 14

Knip-oog Hairstyling – Soest

Mevrouw heeft nu drie jaar haar eigen salon. Ze is bekend met de financiële voordelen die de ANKO aanbiedt. Ze gebruikt de Buma- en SENA-heffing, ze heeft BHV gedaan en De Leestafel. Ze heeft geen verzekeringen maar is niet tevreden over haar huidige pakket. Ze gaat het vergelijken met die van de ANKO. Ze vindt het prettig om als ANKO lid bepaalde financiële voordelen te genieten maar het is niet heel belangrijk. Het is misschien iets wat haar net over de sloot heeft getrokken om toch lid te worden maar ze geeft aan dat het nooit een echte afweging is geweest. Ze heeft geen suggesties voor nieuwe voordelen, 'elk voordeel is goed'. Ze probeert KappersNieuws te lezen maar ze heeft tijd te kort. Ze geeft aan dat zij bij haar lidmaatschap een pakket kreeg met inschrijfformulieren die de ANKO aanbiedt. Dit vond zij erg handig. De inspanning die zij moet leveren alvorens gebruik te kunnen maken van een voordeel is van belang. Het moet vooral makkelijk gaan. Ze zou eventueel geïnteresseerd zijn in het leasen van een auto via de ANKO.

Ledenbezoek 15

Wavelenght – Huizen

Mevrouw is niet geheel bekend met de voordelen die ANKO aanbiedt. Ze maakt gebruik van Buma SENA en de HBA, ook heeft ze verzekeringen via de ANKO Verzekeringsdienst. Ze is hiermee in aanraking gekomen door de informatie die ze hierover heeft gekregen. Een opmerking die ze heeft is dat een vriend van haar via de Horeca Nederland met korting een pin apparaat kon aanschaffen, zij moet echter, omdat de ANKO hier geen korting op biedt, de volle mep betalen.

De laatste tijd heeft mevrouw meer tijd en rust hierdoor leest ze meer en is ze meer op de hoogte van alle dingen die de ANKO doet. Ze is gebeld door de GoudenGids/De Telefoongids en ze is niet geattendeerd op de korting die ze kan krijgen via de ANKO.

Ze vindt het belangrijk om voordelen te genieten. 'Anders ben je een dief van je eigen portemonnee'. Tevens is ze tevreden over het huidige pakket voor zo ver ze er mee bekend was. Voorwaarden waaraan een voordeel moet voldoen weet ze niet, wanneer het voordeel oplevert is het altijd goed.

Suggesties voor nieuwe voordelen zijn: korting op de aanschaf van een pin apparaat. Koffie, Cafe Bar? Auto-lease zal volgens haar interessant zijn voor grote ondernemingen.

Ledenbezoek 16

Hairfix's – Utrecht

Meneer heeft de ANKO tot nu toe weinig gebruikt. Alleen bij aan-/verkoop heeft hij contact gehad met Rob Bakker. Hij zegt alle financiële voordelen te gebruiken behalve verzekeringen. Hij heeft wel vergeleken maar het was niet goedkoper. Het genieten van voordelen is geen overweging geweest om lid te worden. Het altijd kunnen stellen van vragen, de hulp en de back-up is de reden voor zijn lidmaatschap.

Hij zou het liefst op de hoogte willen worden gesteld van nieuwe voordelen d.m.v. KappersNieuws en andere bekende kanalen. Hij vindt de voordelen nu belangrijk en is tevreden over het huidige pakket.

Meneer zou niet voor 100 euro weg gaan bij een bekende/bevriende verzekeringsman die veel voor hem betekent. Hij gaat niet voor een paar euro over stappen. Er zijn geen specifieke voorwaarden volgens hem waaraan een voordeel moet voldoen. 'Alles waar je voordeel uit haalt is natuurlijk goed'.

Ledenbezoek 17

Fancees – Utrecht

Meneer heeft zijn lidmaatschap eigenlijk min of meer overgenomen van zijn vader die ook kappers is geweest. De financiële voordelen waren daarin geen overweging. Hij maakt gebruik van de Buma- en SENA-heffing en HBA. Hij maakt geen gebruik van De Leestafel, heeft wel een andere leespakket. Hij wist niet dat je als ANKO-lid voordeel kan krijgen bij De Leestafel. Hij heeft de verzekeringen van de ANKO overwogen maar hij kan via zijn neef een goedkopere verzekering krijgen. De Verzuim verzekering heeft hij wel.

Hij is tevreden over het huidige pakket van voordelen. 'Als het geld oplevert is het altijd goed'. Hij is bekend geworden met de voordelen door middel van de mailing en door de bijeenkomsten waar hij regelmatig naar toe gaat. Hij kan geen voorwaarden opnoemen waaraan een voordeel moet voldoen wil het interessant zijn voor hem als kapper. Voordeel op koffie zal goed zijn, hij heeft de Cafe Bar. Een suggestie voor een nieuw voordeel zou korting zijn op vaktechnische cursussen.

Halverwege het gesprek komt zijn broer de salon in, ook hij heeft een kapsalon. Het samen sterk zijn is voor hem de reden geweest om lid te worden van de ANKO. Hij maakt gebruik van de verzuimdienst, Verzekeringen en de GoudenGids/De Telefoongids. De broer was wel op de hoogte van de korting op De Leestafel maar het past volgens hem niet in zijn salon.

Ledenbezoek 18

Bon Soigne – Zeist

Ze gebruikt de Buma- en SENA-heffing, ze maakt geen gebruik van de verzekeringen. Wel heeft ze de verzekeringen vergeleken maar de ANKO Verzekering leverde geen voordeel op. De Leestafel en de BHV gebruikt ze wel of heeft ze gedaan via de ANKO. Van het Energiecentrum heeft ze nog nooit gehoord, mijnsalon.ANKO.nl heeft ze ooit ingevuld maar nooit gebruikt.

Ze vindt de financiële voordelen van de ANKO niet belangrijk. Ze ziet de ANKO als een organisatie waar je terecht kan voor hulp en advies. Ze is dan ook niet door de kortingen over de streep getrokken voor het lidmaatschap. Ze is in contact gekomen met de voordelen door haar lidmaatschap toen ze lid werd. Ze is tevreden over het huidige pakket van voordelen. Een voorwaarde voor haar is dat het voordeel bij haar salon moet passen. Ze zou bijvoorbeeld geen andere koffie nemen, die minder lekker is, omdat je daar via de ANKO korting op kan krijgen.

De huidige manier van benaderen m.b.t. de financiële voordelen is prima. Ze zou het niet prettig vinden om door een ledenbezoeker op de hoogte te worden gesteld. Dit vindt ze opdringerig en niet bij een vereniging passen. 'Het moet geen wervingspraatje worden'.

De periode waarin zij het liefst ingelicht wilt worden is in de zomer-/vakantieperiode.

Bijlage 7 Interview Gerben ter Avest – AMI Kappers

Gerben Ter Avest is eigenaar van AMI Kappers en penningmeester bij de ANKO. Op 1 maart 1989 startte hij met een kapperszaak in Borculo, inmiddels staat er op de gevel van ongeveer 52 vestigingen 'AMI Kappers'. AMI Kappers is een van de aangesloten ketenbedrijven bij de ANKO.

Gerben geeft aan dat het als lid van de ANKO altijd belangrijk is om financieel voordeel te genieten. Er zijn echter een aantal andere factoren die dit beïnvloeden zoals bijvoorbeeld relaties en leveranciers die klanten zijn waardoor je niet altijd gebruik kunt maken van de voordelen die de ANKO aanbiedt. Hij kijkt echter nooit naar de voordelen van de ANKO. Hij kan als bedrijf seinde zelf goedkoper inkopen dan dat de ANKO aanbiedt. Tevens is hij als bedrijf flexibeler om te wisselen van aanbieder.

Hij geeft aan dat kappers niet rationeel maar emotioneel zijn. Verzekeringen zijn heel erg emotioneel voor de kapper. Je moet ze persoonlijk benaderen, de ANKO mist deze expertise. Hij geeft aan dat er ergens tien gouden regels zijn opgesteld m.b.t. de financiële voordelen en die zijn erg belangrijk. Tevens geeft hij aan dat de ANKO absoluut niet moeten beginnen met het aanbieden van financieel voordeel op koffie, hij vraagt of we vervolgens ook met koekjes komen. Volgens Gerben worden leden steeds kritischer en de ANKO moet niet te veel gaan aanbieden. Hij zegt dat als je de kostendruk van ondernemers zo laag mogelijk wil houden moet je eerst een P/L statement zien wil je weten waar je dit voordeel kan behalen. De financiële voordelen die de ANKO nu aanbiedt dragen daar niet aan bij.

Hij geeft aan dat je of heel erg actief als branchevereniging moet omgaan met het aanbieden van financiële voordelen doormiddel van het opzetten van een aparte BV. Of je moet een aantal kleine dingen aanbieden. Hij zegt echter wel dat je moet oppassen voor het oplopen van imago schade.

Bijlage 8 Interview Teus Brand – Salon Modern Haarmodegroep

Teus Brand is directeur van Salon Modern Haarmodegroep en bestuurslid van de ANKO. Salon Modern Haarmodegroep heeft inmiddels 18 vestigingen en een eigen opleiding in Gorinchem. Salon Modern Haarmodegroep is tevens een van de aangesloten ketenbedrijven bij de ANKO.

De heer Brand is bekend met de financiële voordelen die de ANKO aanbiedt. Hij maakt gebruik van de Buma- en SENA-heffing en de HBA korting, hij maakt geen gebruik van De Leestafel of van de ANKO verzekeringen. Hij geeft aan dit zelf goedkoper te kunnen regelen. Hij is heel lang lid van de ANKO en hierdoor dus op de hoogte van wat ze doen, zo ook de voordelen. Hij leest tevens KappersNieuws. Teus Brand vindt het als ANKO lid heel belangrijk om bepaalde financiële voordelen te genieten, 'hierdoor krijg je wat terug voor je contributie'. Hij denkt dat de ANKO op het gebied van leermiddelen nog financieel voordeel kan behalen. Hij staat goed tegenover het aanbieden van koffie, als de ANKO collectief iets kan afspreken met bijvoorbeeld de Cafe Bar en het zou op een goede manier ingekleurd worden dan zou hij hier zeker gebruik van maken. Hetzelfde geldt voor gas, licht en water.

Hij is tevreden over de verschillende voordelen van de ANKO. De korting op de Buma- en SENA-heffing vindt hij een goede afspraak, je moet het ten slotte toch betalen dus als het collectief geregeld is het helemaal mooi. Als een voordeel bij zijn onderneming past gaat hij er op in. Hij denkt dat er op het gebied van automatisering bijvoorbeeld softwarepakketten nog voordelen te behalen. De toegevoegde waarde van de voordelen voor hem is vooral de compensatie die het oplevert met de contributiegelden.

Een voordeel moet volgens de heer Brand natuurlijk voordeel opleveren en het moet makkelijk toegankelijk zijn. Het moet niet te veel voeten in de aarde hebben. Laagdrempelig, niet te veel rondslomp. Zijn medewerkers moeten op kantoor niet dagen bezig zijn met het invullen van een formulier. Als suggesties voor nieuwe voordelen noemt hij iets op omtrent de salarisadministratie.

Bijlage 9 Enquête

Enquete financieel voordeel

Als belangenbehartiger, vraagbaak en adviseur van de Nederlandse Kappersbranche heeft de ANKO met een aantal organisaties afspraken gemaakt om u diverse voordelen te bieden. Zo kunt u onder andere via het ANKO-lidmaatschap profiteren van kortingen op de Buma-, en SENA-heffing, De Leestafel en privé en zakelijke verzekeringen. Graag horen wij wat u van de verschillende financiële voordelen op de producten en diensten vindt en welke u mist. U kunt dit laten weten door onderstaande vragenlijst in te vullen. Dankzij uw bijdrage kan de ANKO de voordelen nog beter op u afstemmen, zodat u optimaal voordeel uit uw lidmaatschap kunt halen.

De enquête bestaat uit 15 vragen en neemt ongeveer vijf minuten van uw tijd in beslag. U kunt de enquête invullen tot en met 5 april.

1. In welk segment past uw salon?

- ☐ Ondernemer zonder personeel
- ☐ Ondernemer met personeel omzet < € 175.000,-
- ☐ Ondernemer met personeel omzet > € 175.000,-
- ☐ Keten/filiaalbedrijf

2. Waar is uw salon gevestigd?

- ☐ In een stads-/dorpscentrum
- ☐ In een winkelcentrum
- ☐ In een woongebied (woonwijk, buiten het centrum, etc.)
- ☐ Aan huis
- ☐ Anders, namelijk...

5. Wat zijn voor u de drie belangrijkste redenen om lid te zijn van de ANKO?

6. Met welke financiële voordelen, diensten en/of producten bent u bekend? (meerdere mogelijkheden)

- ☐ Korting op BHV.nl trainingen
- ☐ Korting op Kappers BHV
- ☐ 44% korting op Buma-heffing en administratief gemak
- ☐ Korting op SENA-heffing en administratief gemak
- ☐ Voordeel op de ANKO Verzekeringsdienst (privé verzekeringen)
- ☐ Voordeel op de ANKO Verzekeringsdienst (zakelijke verzekeringen)
- ☐ Voordeel op de ANKOVERZUIM (begeleiding bij ziekte)
- ☐ Voordelig adverteren in de Gouden Gids & De Telefoongids
- ☐ Korting op Mastercard, Visa en Meastro met PaysSquare
- ☐ Korting op Mastercard, Visa en Meastro met EPS
- ☐ Korting op De Leestafel
- ☐ 20% - 25% korting op Kappersacties.nl
- ☐ De ANKO Ondernemersdisk
- ☐ Gratis gebruik van mijnsalon.anko.nl
- ☐ Geen van allen

7. Van welke onderstaande financiële voordelen, diensten en/of producten maakt u gebruik?

- ☐ Korting op BHV.nl trainingen
- ☐ Korting op Kappers BHV
- ☐ 44% korting op Buma-heffing en administratief gemak
- ☐ Korting op SENA-heffing en administratief gemak
- ☐ Voordeel op de ANKO Verzekeringsdienst (privé verzekeringen)
- ☐ Voordeel op de ANKO Verzekeringsdienst (zakelijke verzekeringen)
- ☐ Voordeel op de ANKOVERZUIM (begeleiding bij ziekte)
- ☐ Voordelig adverteren in de Gouden Gids & De Telefoongids
- ☐ Korting op Mastercard, Visa en Meastro met PaysSquare
- ☐ Korting op Mastercard, Visa en Meastro met EPS
- ☐ Korting op De Leestafel
- ☐ 20% - 25% korting op Kappersacties.nl
- ☐ De ANKO Ondernemersdisk
- ☐ Gratis gebruik van mijnsalon.anko.nl
- ☐ Geen van allen

8. Geef aan welke financiële voordelen, diensten en/of producten u absoluut niet wilt missen?

- ☐ Korting op BHV.nl trainingen
- ☐ Korting op Kappers BHV
- ☐ 44% korting op Buma-heffing en administratief gemak
- ☐ Korting op SENA-heffing en administratief gemak
- ☐ Voordeel op de ANKO Verzekeringsdienst (privé verzekeringen)
- ☐ Voordeel op de ANKO Verzekeringsdienst (zakelijke verzekeringen)
- ☐ Voordeel op de ANKOVERZUIM (begeleiding bij ziekte)
- ☐ Voordelig adverteren in de Gouden Gids & De Telefoongids
- ☐ Korting op Mastercard, Visa en Meastro met PaysSquare
- ☐ Korting op Mastercard, Visa en Meastro met EPS
- ☐ Korting op De Leestafel
- ☐ 20% - 25% korting op Kappersacties.nl
- ☐ De ANKO Ondernemersdisk
- ☐ Gratis gebruik van mijnsalon.anko.nl
- ☐ Alle bij vraag 7 ingevulde antwoorden
- ☐ Geen van allen

9. Van welke van bovengenoemde financiële voordelen wilt u in de toekomst gebruikmaken?

.....

.....

.....

.....

.....

10. Op welke manier wilt u het liefst op de hoogte worden gesteld over nieuwe financiële voordelen?

- ☐ ANKO Actueel
- ☐ KappersNieuws
- ☐ De website www.anko.nl
- ☐ Telefonisch via aanbieder product/dienst
- ☐ Via een ANKO-ledenbezoeker/-adviseur/-medewerker
- ☐ Collega kapper
- ☐ Folder in KappersNieuws
- ☐ Niet bekend
- ☐ Anders, namelijk...

.....

.....

.....

11. Heeft u suggesties voor nieuwe financiële voordelen waarop u voordeel wilt verkrijgen?

.....

.....

.....

.....

12. Ik waardeer de huidige financiële voordelen van de ANKO met het cijfer...

.....

.....

.....

13. Hoe belangrijk vindt u het aanbod van financiële voordelen in uw lidmaatschap?

- ☐ Heel belangrijk
- ☐ Belangrijk
- ☐ Niet belangrijk

14. Indien wij u mogen benaderen voor eventuele toelichting vul dan uw salonnaam en plaats in.

.....

.....

.....

15. Ruimte voor aanvullende opmerkingen of tips:

.....

.....

.....

Hartelijk dank voor het invullen. U kunt de enquête retourneren met bijgevoegde antwoordenvolp.

Bijlage 10 Bekend collectieve contracten

Segment salon * BHV.nl					
Count					
		BHV.nl			
		ja	nee	3	Total
Segment	ZZP	22	76	1	99
salon	<175.00	71	82	0	153
	0				
	>175.00	71	65	0	136
	0				
	Keten	11	15	0	26
	Filiaal				
	Total	175	238	1	414

Segment salon * KappersBHV					
Count					
		KappersBHV			
		ja	nee	3	Total
Segment	ZZP	21	77	1	99
salon	<175.00	70	83	0	153
	0				
	>175.00	65	71	0	136
	0				
	Keten	6	20	0	26
	Filiaal				
	Total	162	251	1	414

Segment salon * Buma				
Count				
		Buma		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	77	22	99
salon	<175.000	136	17	153
	>175.000	124	12	136
	Keten	26	0	26
	Filiaal			
	Total	363	51	414

Segment salon * SENA				
Count				
		SENA		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	78	21	99
salon	<175.000	134	19	153
	>175.000	120	16	136
	Keten	24	2	26
	Filiaal			
	Total	356	58	414

Segment salon * Verzekeringen privé				
Count				
		Verzekeringen prive		
		ja	nee	Total
Segment salon	ZZP	49	50	99
	<175.000	73	80	153
	>175.000	82	54	136
	Keten/Filiaal	16	10	26
	Total	220	194	414

Segment salon * Verzekeringen zakelijk

Count				
		Verzekeringen zakelijk		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	50	49	99
salon	<175.000	92	61	153
	>175.000	99	37	136
	Keten	17	9	26
	Filiaal			
	Total	258	156	414

Segment salon * Verzuim

Count				
		Verzuim		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	19	80	99
salon	<175.000	108	45	153
	>175.000	96	40	136
	Keten	19	7	26
	Filiaal			
	Total	242	172	414

Segment salon * GoudenGids/Telefoongids

Count				
		GoudenGids/Telefoongids		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	49	50	99
salon	<175.000	88	65	153
	>175.000	94	42	136
	Keten	18	8	26
	Filiaal			
	Total	249	165	414

Segment salon * PaySquare

Count				
		PaySquare		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	19	80	99
salon	<175.000	33	120	153
	>175.000	46	90	136
	Keten	12	14	26
	Filiaal			
	Total	110	304	414

Segment salon * EPS

Count				
		EPS		
		ja	nee	Total
Segment salon	ZZP	14	85	99
	<175.000	27	126	153
	>175.000	41	95	136
	Keten/Filiaal	9	17	26
	Total	91	323	414

Segment salon * De Leestafel

Count				
		De Leestafel		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	50	49	99
salon	<175.000	86	67	153
	>175.000	99	37	136
	Keten	17	9	26
	Filiaal			
	Total	252	162	414

Segment salon * Kappersacties

Count				
		Kappersacties		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	27	72	99
salon	<175.000	48	105	153
	>175.000	56	80	136
	Keten	7	19	26
	Filiaal			
	Total	138	276	414

Segment salon * Ondernemersdisk

Count				
		Ondernemersdisk		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	36	63	99
salon	<175.000	84	69	153
	>175.000	98	38	136
	Keten	16	10	26
	Filiaal			
	Total	234	180	414

Segment salon * mijnsalon.ANKO.nl

Count				
		mijnsalon.ANKO.nl		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	42	57	99
salon	<175.000	86	67	153
	>175.000	82	54	136
	Keten	15	11	26
	Filiaal			
	Total	225	189	414

Bekend	Ja (aantal)	Nee (aantal)	Totaal	Bekend percentage
BHV.nl	175	238	413	42%
KappersBHV	162	251	413	39%
Buma	363	51	414	88%
SENA	356	58	414	86%
Verzekering privé	220	194	414	53%
Verzekering zakelijk	258	156	414	62%
ANKO verzuim	242	172	414	58%
GoudenGids/De Telefoongids	249	165	414	60%
PaySquare	110	304	414	26%
EPS	91	323	414	22%
De Leestafel	252	162	414	61%
Kappersacties	138	276	414	33%
ANKO Ondernemersdisk	234	180	414	57%
Mijnsalon.ANKO.nl	225	189	414	54%

Bijlage 11 Antwoorden enquête vraag 9

Alle onderstaande antwoorden zijn rechtstreeks overgenomen uit de enquête, er heeft geen correctie plaatsgevonden in taal- en/of formuleringsfouten.

korting vhw trainingen, ANKO vezuim en degene waarvan ik al gebruik maak
meer van de verzekerings diensten
korting op mastercard
geen
Mastercard, BHV, Leestafel
weet ik nog niet
geen
geen
BHV, Kappersacties
Zie aankruisingen
allen misschien?
ANKOverzuim.nl
nvt
ik ben tevreden zo
BUMA SENA
Verzekeringen?
? meer info is wenselijk
BHV ANKOverzuim Korting Mastercard etc. Korting kappersactie Ondernemersdisk
Goudengids verzekeringsdienst
Moet me er eens in verdiepen want er valt voor mij nog wel wat kortingen uit te behalen
VERZEKERINGEN?
Geen idee
niet
verzekeringen
Geen andere dan reeds gebruikt
Geen
privéverzekeringen korting BHV cursus

Voor alle bij vraag 7 genoemde voordelen en mogelijk nog van meer voordelen mits ze voordeliger zijn en voor mijn bedrijf van belang zijn. Ik mis bij de antwoorden HBA toch ook een belangrijke korting voor georganiseerden.

ik maak van drie gebruik, de anderen heb ik op een andere manier ingevuld. zoals de bhv, verzekeringen, bladen, actie's.
Geen idee
Graag alle
Geen
SENA / Buma / verzekeringen
Gezien mijn leeftijd van niet zo veel meer (65 jaar)
Waarschijnlijk van ANKO verzekeringsdienst ivm nog lopende huidige contracten.
Van alle aangekruiste voordelen / kappersacties
welke wij reeds gebruiken
Zelfde
geen
Mogelijk Leestafel?
korting bhv trainingen
ANKO verzuim?
matercard, visa en maestro weet alleen niet heel goed hoe ik nu contact moet opnemen om dit in werk te stellen dat is me nog onduidelijk
mogelijk ANKO verzekeringdienst, rechts- bijstand
?
?
Geen, anders had ik dat inmiddels gedaan.
?
geen idee

geen anders had ik het wel

geen

voordelen verzekeringsdiest buma SENA ?????????

Met alles wat net zoveel kwaliteit heeft als mijn huidige aanbieder maar wat mij financieel minder geld kost waardoor ik mijn winst hoger maak.

?

BHV

Nog niet bekend

het liefst alle

Geen

weet ik nog niet, maar zeker wel de korting op de ziektekosten

korting op credit cards

daar moeten we ons nog verder in verdiepen

?

Ondernemersdisk ANKO verzuim

nvt

Verzekeringen en verzuim

geen

ANKO ondernemersdisk

Verzekeringen, verzuim, ondernemersdisk, mijnsalon.ANKO.nl

Onbekend

Buma SENA BHV

Buma heffing

als het zo blijft niets.

?

Weet niet

Geen

Dhr Koudijs

Adverteren GoudenGids

waarschijnlijk de leestafel

De aangevinkte

?

GoudenGids / Telefoongids. Ik was telefonisch benaderd voor julile aanbod!

Dezelfde diensten als altijd misschien nog Mastercard

mijnsalon.ANKO.nl

De Leestafel

Kappers BHV

bhv korting op mastercRD VISA

korting op mastercard, en op verzekeringen

Alleen degenen die aangevinkt zijn onder 8

verzekeringen

Goudengids, Leestafel, kappersacties

Weet ik niet. Maar vind wel belangrijk dat er gebruikt van kan worden gemaakt.

verder niets

verzekeringen, korting Mastercard, Kappersactie's.nl

voldoende

?

Geen

Alle

zoveel mogelijk

alle bij vraag 7 ingevulde antwoorden

weet niet

Alle aangevinkte antwoorden van vraag 8 + evt. de leestafel

sean buma gg.tel visa

nvt

van degene die ik nu al gebruik

BHV trainingen/kappers actie

weet nog niet

geen

dezelfde

Elk pakket waar ik mijn voordeel in zie, dit zal altijd afhankelijk zijn van het aanbod ten opzichte van de markt.

Als ik tijd heb wil ik de verzuimverzekering een keer vergelijken de aangevinkten!

zoals aangevinkt

alle

prive verzekeringen

ik maak ook gebruik van een texaco tank-pas, dat wil ik graag zo houden

verzekeringen zakelijk prive

??

ik word dit jaar 69 dus niet meer zo belangrijk

Ik ben van mening dat er veel meer financiële voordelen zouden moeten zijn op verplichte zaken zoals ziekteverzuimverzekering (aangevraagd nooit iets van gehoord), leasecontracten, etc... zodat lidmaatschap rendabel wordt. Is maar een idee, want in deze moeilijke tijden zullen leden snel kiezen om lidmaatschap stop te zetten. Ik bedoel ik krijg geen klanten door lid van ANKO te zijn.

Die ik ingevuld heb

BHV

Als ik er meer over weet, wel meerdere.

NVT

voorlopig nog van geen andere

mastercard

geen idee

korting op HBA met de Buma heb ik niet te maken

rechtsbijstand zakelijk en prive

?

korting op mastercard e.a.

de leestafel

Verzekering, verzuim, Kappers BHV,

korting op SENA heffing

tot nu toe geen.

korting op buma en SENA

20 % - 25 % korting op kappersacties.nl

BHV trainingen

Korting buma/SENA evt. verzekeringen en mastercard

Buma SENA heffing. Mijn salon

niet

?

van alles

de aangevinkte punten

BHV training

Goudengids

Als het meer voordeel biedt dan wij zelf kunnen bedingen alles.

de korting op mastercard payssquare

nog geen idee

ANKO verzuim/verzekeringsdienst zakelijk

misschien wel alles

Geen

mijnsalon.ANKO.nl

Prive verzekeringen zodra ik personeel heb meerdere natuurlijk

Van alle bovengenoemde opties

Zoals nu, hoop niet ziek te worden, maar indien nodig: voordeel op ANKO Verzuim.

geen

geen

zie vraag 8

Ik laat vanaf vandaag door mijn assistent onderzoeken wat de voordelen zijn

Bhv

?

geen idee

Alle bij vraag 7 ingevulde antwoorden

?

misschien bhv, verzuim, korting via EPS en de rest ongewijzigd zoals bij vraag 7 ingevuld

ANKO verzuim

adventeren gouden gids en telefoongids

misschien de bhv

weet niet

idem als vraag acht

zie vraag 8

Kortinkorting op Kappers BHV 44% korting op Buma-heffing en administratief gemak op BHV.nl trainingen

?

de aangekruiste

?

korting mastercard en visa card

mastercard

Dat wat ik al heb aangegeven

buma SENA

indien mogelijk van alle die ik in vraag 8 heb aangekruisd.

leestafel, kappersacties, bhv

de aangevinkte

kappers bhv training

ANKO ondernemersdisk bhv trainingen

korting mastercard

Het zou fijn zijn als de Gouden Gids/ De telefoongids op de hoogte zouden zijn van deze regeling, bij ons was er iemand van de telefoongids en die wist nergens van.

aangekruiste bij 8.

de bovenstaande antwoorden

nvt

allen

de reeds aangekruiste

alle bij 7 ingevuld

korting op mastercard

?

?

verzekeringsdienst

Alle bij vraag u ingevulde antwoorden

geen idee

waarschijnlijk geen

geen

weet ik nog niet??

is allemaal nog te bezien

geen

korting buma/SENA, bhv, verder nog niet bekend.

Korting op kappers BHV

korting leestafel korting visa ANKO ondernemersdisk

geen

Voordeel prive verzekeringen Voordeel telefoongids Kortingen Buma en SENA

weet nog niet

Buma en SENA korting, korting op telefoonkosten (Aspider)

Bijlage 12 Gebruik collectieve contracten

Segment salon * BHV.nl

Count				
		BHV.nl		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	5	93	98
salon	<175.000	34	118	152
	>175.000	24	112	136
	Keten	2	24	26
	Filiaal			
	Total	65	347	412

Segment salon * KappersBHV

Count				
		KappersBHV		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	9	89	98
salon	<175.000	29	123	152
	>175.000	15	121	136
	Keten	1	25	26
	Filiaal			
	Total	54	358	412

Segment salon * Buma

Count				
		Buma		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	62	36	98
salon	<175.000	132	20	152
	>175.000	118	18	136
	Keten	26	0	26
	Filiaal			
	Total	338	74	412

Segment salon * SENA

Count				
		SENA		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	61	37	98
salon	<175.000	127	25	152
	>175.000	115	21	136
	Keten	21	5	26
	Filiaal			
	Total	324	88	412

Segment salon * Verzekeringen privé

Count				
		Verzekeringen prive		
		ja	nee	Total
Segment salon	ZZP	11	87	98
	<175.000	18	134	152
	>175.000	26	110	136
	Keten/Filiaal	5	21	26
	Total	60	352	412

Segment salon * Verzekeringen zakelijk

Count				
		Verzekeringen zakelijk		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	13	85	98
salon	<175.000	45	107	152
	>175.000	46	90	136
	Keten	6	20	26
	Filiaal			
	Total	110	302	412

Segment salon * Verzuim

Count				
		Verzuim		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	1	97	98
salon	<175.000	65	87	152
	>175.000	55	81	136
	Keten	8	18	26
	Filiaal			
	Total	129	283	412

Segment salon * GoudenGids/Telefoongids

Count				
		GoudenGids/Telefoongids		
		s		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	25	73	98
salon	<175.000	26	126	152
	>175.000	33	103	136
	Keten	4	22	26
	Filiaal			
	Total	88	324	412

Segment salon * PaySquare

Count				
		PaySquare		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	4	94	98
salon	<175.000	3	149	152
	>175.000	7	129	136
	Keten	2	24	26
	Filiaal			
	Total	16	396	412

Segment salon * EPS

Count				
		EPS		
		ja	nee	Total
Segment salon	ZZP	1	97	98
	<175.000	2	150	152
	>175.000	4	131	135
	Keten/Filiaal	1	25	26
	Total	8	403	411

Segment salon * De Leestafel

Count				
		De Leestafel		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	13	85	98
salon	<175.000	28	124	152
	>175.000	43	92	135
	Keten	9	17	26
	Filiaal			
	Total	93	318	411

Segment salon * Kappersacties

Count					
		Kappersacties			
		ja	nee	22	Total
Segment	ZZP	8	90	0	98
salon	<175.00	13	138	1	152
	0				
	>175.00	12	124	0	136
	0				
	Keten	2	24	0	26
	Filiaal				
	Total	35	376	1	412

Segment salon * Ondernemersdisk

Count				
		Ondernemersdisk		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	8	90	98
salon	<175.000	31	121	152
	>175.000	45	91	136
	Keten	8	18	26
	Filiaal			
	Total	92	320	412

Segment salon * mijnsalon.ANKO.nl

Count				
		mijnsalon.ANKO.nl		
		ja	nee	Total
Segment	ZZP	25	73	98
salon	<175.000	48	104	152
	>175.000	41	95	136
	Keten	5	21	26
	Filiaal			
	Total	119	293	412

Gebruik	Ja (aantal)	Nee (aantal)	Totaal	Percentage gebruik
BHV.nl	65	347	412	16%
KappersBHV	54	358	412	13%
Buma	338	74	412	82%
SENA	324	88	412	78%
Verzekering privé	60	352	412	15%
Verzekering zakelijk	110	302	412	27%
ANKO verzuim	129	283	412	31%
GoudenGids/De Telefoongids	88	324	412	21%
PaySquare	16	396	412	4%
EPS	8	403	411	2%
De Leestafel	93	318	411	23%
Kappersacties	35	376	411	8%
ANKO Ondernemersdisk	92	320	412	22%
Mijnsalon.ANKO.nl	119	293	412	29%

Bijlage 13 Willen missen

Segment salon * BHV.nl

Count				
		BHV.nl		
		niet willen missen	wel willen missen	Total
Segment salon	ZZP	12	86	98
	<175.000	47	104	151
	>175.000	28	108	136
	Keten/Filiaal	3	23	26
	Total	90	321	411

Segment salon * KappersBHV

Count				
		KappersBHV		
		niet willen missen	wel willen missen	Total
Segment salon	ZZP	14	84	98
	<175.000	38	113	151
	>175.000	29	107	136
	Keten/Filiaal	2	24	26
	Total	83	328	411

Segment salon * Buma

Count				
		Buma		
		niet willen missen	wel willen missen	Total
Segment salon	ZZP	67	31	98
	<175.000	132	19	151
	>175.000	119	17	136
	Keten/Filiaal	24	2	26
	Total	342	69	411

Segment salon * SENA

Count				
		SENA		
		niet willen missen	wel willen missen	Total
Segment salon	ZZP	66	32	98
	<175.000	126	25	151
	>175.000	114	22	136
	Keten/Filiaal	22	4	26
	Total	328	83	411

Segment salon * Verzekeringen privé

Count				
		Verzekeringen privé		
		niet willen missen	wel willen missen	Total
Segment	ZZP	20	78	98
salon	<175.000	29	122	151
	>175.000	35	101	136
	Keten/Filiaal	6	20	26
	Total	90	321	411

Segment salon * Verzekeringen zakelijk

Count				
		Verzekeringen zakelijk		
		niet willen missen	wel willen missen	Total
Segment	ZZP	18	80	98
salon	<175.000	53	98	151
	>175.000	44	92	136
	Keten/Filiaal	6	20	26
	Total	121	290	411

Segment salon * Verzuim

Count				
		Verzuim		
		niet willen missen	wel willen missen	Total
Segment	ZZP	7	91	98
salon	<175.000	69	82	151
	>175.000	53	83	136
	Keten/Filiaal	8	18	26
	Total	137	274	411

Segment salon * GoudenGids/Telefoongids

Count				
		GoudenGids/Telefoongids		
		niet willen missen	wel willen missen	Total
Segment	ZZP	32	66	98
salon	<175.000	35	116	151
	>175.000	21	115	136
	Keten/Filiaal	5	21	26
	Total	93	318	411

Segment salon * PaySquare

Count				
		PaySquare		
		niet willen missen	wel willen missen	Total
Segment	ZZP	6	92	98
salon	<175.000	14	137	151
	>175.000	15	121	136
	Keten/Filiaal	2	24	26
	Total	37	374	411

Segment salon * EPS

Count				
		EPS		
		niet willen missen	wel willen misse n	Total
Segment	ZZP	5	93	98
salon	<175.000	10	139	149
	>175.000	15	121	136
	Keten/Filiaal	3	23	26
	Total	33	376	409

Segment salon * De Leestafel

Count				
		De Leestafel		
		niet willen missen	wel willen missen	Total
Segment	ZZP	13	85	98
salon	<175.000	36	115	151
	>175.000	40	96	136
	Keten/Filiaal	8	18	26
	Total	97	314	411

Segment salon * Kappersacties

Count				
		Kappersacties		
		niet willen missen	wel willen missen	Total
Segment	ZZP	15	83	98
salon	<175.000	24	127	151
	>175.000	19	117	136
	Keten/Filiaal	5	21	26
	Total	63	348	411

Segment salon * Ondernemersdisk

Count				
		Ondernemersdisk		
		niet willen missen	wel willen missen	Total
Segment	ZZP	15	83	98
salon	<175.000	35	115	150
	>175.000	40	96	136
	Keten/Filiaal	10	16	26
	Total	100	310	410

Segment salon * mijnsalon.ANKO.nl

Count				
		mijnsalon.ANKO.nl		
		niet willen missen	wel willen missen	Total
Segment	ZZP	26	72	98
salon	<175.000	43	108	151
	>175.000	26	110	136
	Keten/Filiaal	5	21	26
	Total	100	311	411

Bijlage 14 Gesprekken ANKO medewerkers

Gesprek Najat – Medewerker ledenadministratie

Leden nemen vooral contact op om adres gegevens door te geven, facturen aan te vragen en ook over de collectieve contracten. De klachten gaan vooral over facturen die verkeerd geboekt zijn. De leden bellen niet met suggesties en geven ook niet aan of ze iets missen. De leden die bellen weten vaak niet precies welke financiële voordelen de ANKO aanbiedt. Volgens Najat zien de leden de ANKO als iets om op terug te vallen, iets professioneels en geeft het status in plaats van het verkrijgen van financieel voordeel.

Een veel gehoorde klacht op het moment m.b.t. de collectieve contracten is dat De Telefoongids de leden benaderd namens de ANKO en ze dwingt om te adverteren. Ook gebeurt het dat de leden aangeven dat De Telefoongids net doet alsof ze de ANKO niet kennen zodat ze in gaan op hun eigen aanbiedingen. Najat legt dit probleem vervolgens bij Iwo neer. Een andere klacht m.b.t. de financiële voordelen die de ANKO aanbiedt zijn de klachten over de Ondernemersdisk. Dit gaat met name over het berekenen van de lonen wat tegenwoordig via internet moet gebeuren. Een tijd geleden zijn de tankpassen veranderd en kon men niet meer internationaal tanken, er zijn vervolgens veel opzeggingen geweest m.b.t. deze aanbieding. Internationaal tanken is vervolgens heringevoerd maar de ANKO kreeg er niet veel feedback op.

Volgens Najat houden kappers niet van lezen daarom zijn juist de ledenbezoeken handig. Arjan en Michel hebben echter te weinig tijd. Leden kunnen telefonisch van een aantal financiële voordelen lid worden, echter niet van alle. Een formulier invullen en terug sturen wordt vaak gezien als te veel moeite. De leden kunnen nu zich nu ook aanmelden via internet.

De reden voor het opzeggen is vaak omdat het lidmaatschap te duur is. Ook geven ze aan geen reden te hebben om lid te blijven. Tijdens de telefonische opzegging benadrukken de medewerkers van de ANKO wel de financiële voordelen die bij een lidmaatschap komen kijken. Bedrijfsbeëindiging is ook een reden om te zeggen, de ANKO vraagt vervolgens om de gegevens van de kapper die het overneemt en stuurt een informatie pakket.

De toegevoegde waarde voor de leden is het advies dat aangeboden wordt. De reactie hierop zijn echter niet altijd positief. Er wordt soms ook aangegeven dat 'ze het zelf ook wel hadden kunnen bedenken'.

Gesprek Han Eggen - Ondernemersadviseur

Han Eggen werkt al ruim 2.5 jaar bij de ANKO. Hij is nooit eerder in aanraking geweest met collectieve contracten. Leden nemen contact op met hem wanneer zij bijvoorbeeld een salon willen starten of beëindigen. Er zijn geen specifieke aandachtspunten gesteld vanuit de ANKO aan een gesprek die hij voert met leden. Hij stuurt het liefst het gesprek zo dat het lid zelf nadenkt en komt met een oplossing. Er wordt tijdens een gesprek nooit specifiek aandacht besteed aan de financiële voordelen.

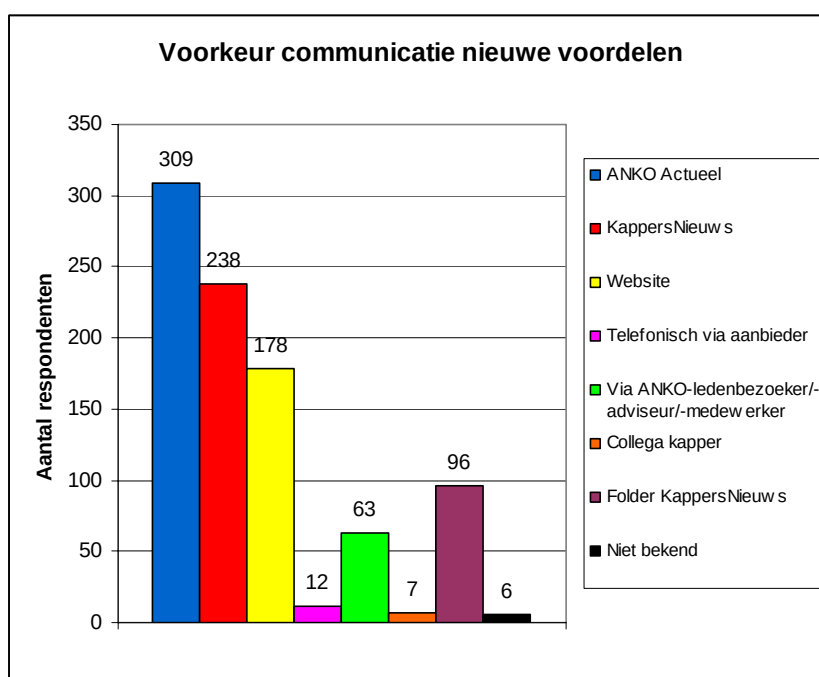
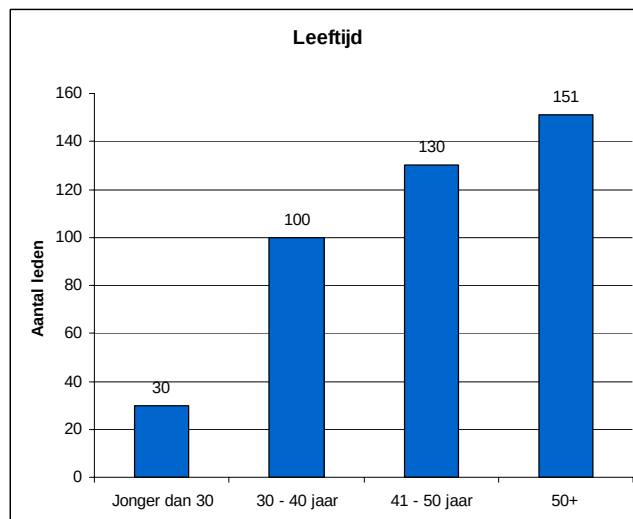
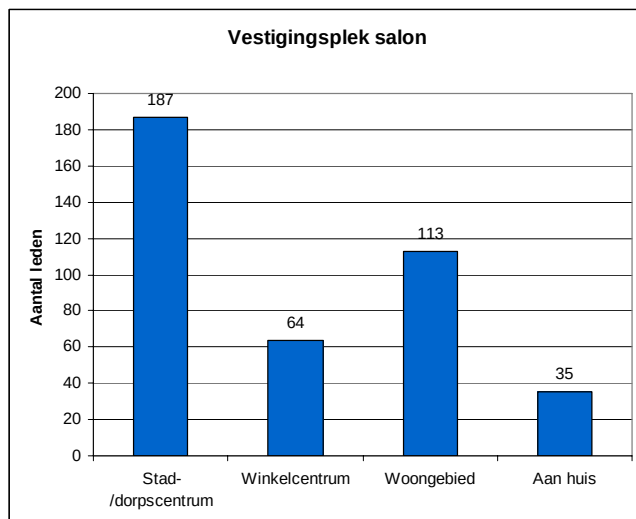
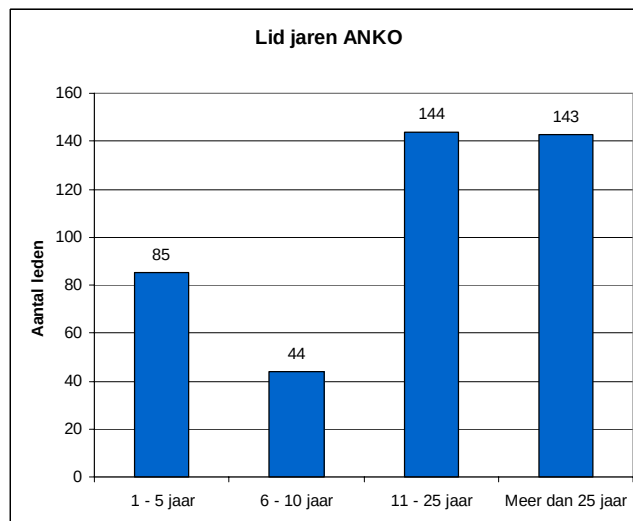
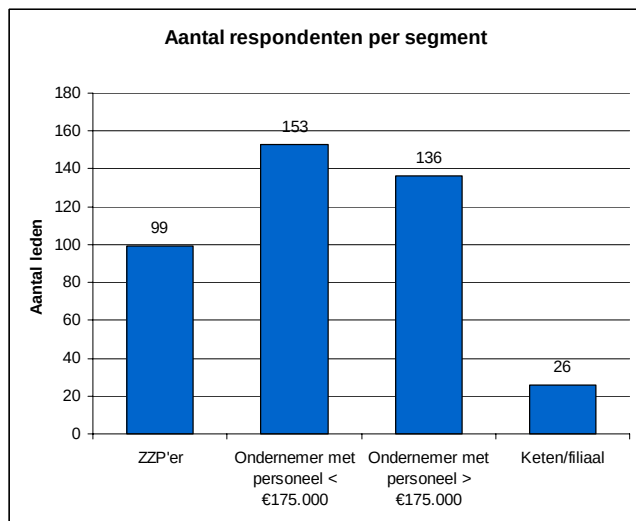
Het is voor hem een ondersteunend verkoop argument. Als bedrijven bedrijfseconomisch slecht draaien kan het aan de orde komen. Zijn advies omtrent de financiële voordelen van de ANKO dat er beter gecommuniceerd moet worden naar de leden.

Vragen die ik kan opnemen zijn:

Wanneer is een lid het meest geïnteresseerd in het behalen van financieel voordeel?

In welke tijdsperiode in het jaar is het lid het meest geïnteresseerd in financieel voordeel?

Bijlage 15 Algemene informatie enquête



Bijlage 16 Antwoorden open vragen enquête

Waar is uw salon gevestigd?

3 salons, 2x dorpscentrum, 1x stadion
 Aan de rand van een dorpscentrum
 Centraal in Nijmegen buiten het centrum
 Buitengebied
 ambulante
 1 salon aan huis de andere 3 in dorps kern of stadscentrum
 1x woonwijk 1x ringweg 1x centrum
 centrum en woongebied
 ambulante
 sportcentrum
 ziekenhuis
 ambulante
 in een verzorgingshuis
 ambulante
 een van de 6 in een doorgaande weg met enkele andere winkels in de directe omgeving
 ambulante kapster.
 havengebied met woon/werk recreatie
 Ambulante
 Ambulante
 in een sportcentrum
 op een afstand van een winkelcentrum
 1 salon in woongebied 2 salons in stads centrum
 tegen het centrum aan
 aan de Reeuwijkse plassen nabij Horeca.
 aan huis op een industrie/winkelstraat
 verschillende soorten locaties
 ambulante
 Zorgcentrum
 kapster aan huis
 In een ziekenhuis
 bedrijventerrein
 Ambulante werkzaam
 rand van centrum, nog net vrij parkeren.

Wat zijn voor u de drie belangrijkste redenen om lid te zijn van de ANKO?

vertrouwen, kennis, voordeel

voor als er steun nodig is, of als ik zelf dingen niet weet

collectief belangen behartigen voor de gehele bedrijfstak

belangenbehartiging ondernemersadvies

kortingen. Verder vind ik dat de ANKO weinig doet voor een zzp-er. Contributie vind ik te hoog !

ruggespraak bij alle bijkomende ondernemers zaken

Belangenbehartiging

voordelen buma haffingen, e.d. en raad bij vragen betreft personeel

1 dat je op de hoogte gehouden wordt van ontwikkelingen in onze branche 2 financiële voordelen 3 samen sterk

ondernemende ondersteuning advies collectief

Lid zijn van een vakorganisatie. Lezen over nieuwe regels en wetten Kortingsregelingen

Het samen sterk zijn. advies kunnen krijgen voor eventuele problemen.

Informatie, collectieve belangen, vraagbaak, kortingen

Georganiseerd zijn, belangenbehartiging, CAO

Informatief, georganiseerd

advies bijstand (juridisch)

Echt geen idee

Als werkgever georganiseerd te zijn CAO technische aspecten Andere overkoepelende activiteiten

Informatie CAO

Op de hoogte blijven van alle vernieuwingen in onze bedrijfstak

Branche gerichte informatie Samen sterk als kapperbranche Zakelijk informatie voor ondernemersgebeuren

Alle informatie die je nodig hebt krijg je!

Adviezen over ondernemerschap adviezen over personeel Raad van een advocaat (advies) over personeel

CAO, Buma SENA, HBA

zie punt 15

Voorlichting Hulp bij diverse problemen (personeel) CAO onderhandelingen

Dat er iemand voor je is als er problemen zijn.

verzuim.nl informatie

Aktuele informatie algemeen Herkenbaarheid CAO onderhandeling

ANKO actief voor de kapper kan goed terecht voor advies oa Hr Bakker Ik voel mij daar prettig bij

Kortingen lonen algemene informatie

Samen sta je sterker Kortingen B/S etc.

Alle belangen worden goed behartigd

om wetenswaardigheden te vernemen, betreffend personeel zaken. aan andere zaken wordt te weinig aandacht op gevestigd. o.a. diploma's-vestiging beleid, ambulante kapper!

personeels voorwaarden BTW kortingsregelingen

laatste nieuws omtrend zaken rondom kapperszaken-ondersteuning-belangenbehartiging kappers

Je moet lid zijn van deze club Belangen in de Branche CAO Voordelen (financieel)

samen sterk financieel voordeel goede cao

begeleiding en ondersteuning

1. contact met collega's. 2. op de hoogte blijven van diversen activiteiten 3. financiële voordelen

financieel voordeel hulp waar nodig KN magazine

op de hoogte blijven

Informatie m.b.t. cao en personeel Juridische bijstand en advies in het algemeen Belangenbehartiger

Altijd op de hoogte worden gehouden in de branche

Op de hoogte blijven Voor advies Kortingen

Voor mode ontwikkelingen / salaris gegeven CAO / voorwaarden voor CAO Diverse informatie die wordt verstrekt

Je wordt goed op de hoogte gehouden over van alles Bep. kortingen

Hou vast Goe donderbouwd En met vragen kun je altijd terecht

COLLECTIEF, OPLEIDINGEN, DUIDELIJK

- Als er problemen zijn met personeel dat je iemand achter je hebt staan. - In het begin van mijn zaak wel vragen via de telefoon roten deels voer personeelszaken. - Dat je op de hoogte blijft van de CAO

info advies

Organisatie = macht. betere meer service van derden (verzekeringen bijvoorbeeld)

- Georganiseerd - Vinger aan de pols btw - Uitstraling

herkenning

Bedrijfsinformatie Korting Belangenbehartiging

Ik kan niet eens drie redenen bedenken

samen sta je sterker ANKO verzuim info kanaal

- Informatie over het kappersvak dus technisch - Informatie over sociaal - economische zaken lonen CAO etc. - Als collectief is er meer te bereiken in de wereld

informatie, rechtshulp, vraagbak

CAO's

Om op de hoogte te blijven

Ik denk er heel sterk over om mij lidmaatschap op te zeggen.

Branchebelang Collectief verzekeringen Informatie kappers bedrijven

Ik ben van alles op de hoogte

voor de cao

Solidariteit / samen sterk / voordelen

Als ondernemer ben je dat verplicht!

Adviseur over CAO en regelingen in de kappersbranche

Vaknieuws Samen sterk Financieel voordeel

- Belangenbehartiger voor de branche (ANKO is voor mij imago van het vak, btw lobby enz) -
Informatieverstrekker - Voordeel (financieel) voor leden

Goed advies Korting Op de hoogte blijven met oa CAO enz

bedrijfsinformatie en algemeen

Collectiviteit Belangenbehartiging Voordeel op verzekeringen enz

Georganiseerd Juridische mogelijkheden CAO geregeld

Vakorganisatie vraagbaak

het hoort bij een zaak. kortingen. en adviezen

- gezamenlijk staan wij sterk - inkoop voordeel - informatie over branche

ondersteuning vraagbaak kortings voordeel heffingen

Advies Informatie Voordelen

voordeel en het op de hoogte blijven van allerlei zaken

veel financiële kortingen

bundeling krachten, advies, kosten besparend

info over het kappers vak in alle opzichten

Vaktechnische info en kortingsregelingen

info cao, back evt bij juridische problemen, personeel problemen cq adviezen

Bescherming werkgeversbelang Collectieve prijsafspraken Kappersnieuws

kortingen voordelen informatie

informatie kortingen/ financiële voordelen gezamenlijke belangenbehartiging

op de hoogte te worden gehouden van alles tot nu toe heb ik nog niet echt 3 belangrijke dingen
waarvoor ik gekozen heb om ANKO lid te zijn

branche belangen behartiging informatie bank

advies, kortingen, iets om op terug te vallen

begeleiding up to date info samen sterk

financieel voordeel financieel voordeel financieel voordeel

Kappers nieuwtjes

Behartigen van werkgeversbelangen in de breedste zin van het woord.

korting, steun bij zakelijke dingen, informatie

omdat ik kapper ben

Branche info nieuwe mode bedrijfsadvies in alle opzichten

geen idee vertel het mij.....

samen sta je sterk je blijft met alles op de hoogte uitstraling naar buiten toe

juridisch advies, cao, collectiviteit

samen sterk

vanalles op de hoogte te blijven wat in kappersgebied afspeeld

op de hoogte blijven vragen beantwoord krijgen

Voor informatie over personeel. Voor zakelijke informatie. De kortingen op diensten en producten.

vak technisch informatie v ondernemers kortingen

het nieuws en veelzijdige info

Samen sta je sterker

de ANKO komt voor je op, ANKO advies, collectieve korting buma en stemra.

vertouwen in dat er iemand achter je staat als het nodig is, en op de hoogte blijven van veranderingen waar we als kapper mee te maken hebben.

altijd op de hoogte van wat er in het kappersvak omgaat.

vertegenwoordiging belangenbehartiging

Verenigd Administratieve ondersteuning lonen etc

Bescherming Feedback

Begeleiding - voordeel ivm buma etc -Gemakkelijk

1. Samen sterk 2. Informatie bron 3. Advies (ondersteuning bij problemen)

Collectiviteit

Solidariteit

Om georganiseerd te zijn

voor alle vragen kan je terecht verzekeringen korting op bepaalde dingen

Samen sterk

De eventuele adviezen op gebied van personeel. De kortingen. Branche gericht. Verzekeringen Buma SENA enz. Altijd op de hoogte door mailing + magazine! Cao veranderingen, lonen.

Belangen van de kapper BTW

Op de hoogte blijven in kappersland Diverse kortingen Stukje meebetalen voor de belangenbehartiging (btw enz)

Kortingen en andere voordelen

Samen sterk Bron van informatie Advies ondersteuning bij problemen

Ondersteuning

Gezamenlijk een vuist maken Nieuwste ontwikkelingen in het kappersbranche Financieele samenwerkingsverbanden

Btw lobby, kortingen, en advies, Cao

op de hoogte zijn en blijven van branchevernieuwingen. raad kunnen vragen

dat er iemand achter je staat, voor eventuele problemen

Kortingen georganiseerd met meerdere kappers advies

vraagbaak

omdat een vakorganisatie je meestal gelijk de nieuwste informatie kan geven

Op de hoogte blijven van alle nieuws in het kappersvak, weten waar ik terecht kan als ik vragen heb!

collectieve belangenbehartiging financiële voordelen zoals verzekeringen etc vraagbaak bij personeelsproblemen

om de kwaliteit voor doelgroep

meer betrokkenheid bij het vak en vakgenoten, Sommige financiële voordelen

gewoonte

*makkelijk voor als ik bv personeelsadvies nodig heb *herkenbaarheid voor klanten *

als jonge ondernemer 1968 veel begeleiding van ANKO altijd lid tot segmentlid geweest ANKO positief meegemaakt positieve ervaring begeleiding bedrijfs overname 2008

Belangen behartiger Voordelen

Op de hoogte blijven van de actuele situatie. Contact met collega. Met evt probleem iemand met alle kennis achter de hand

Gezamenlijk sterk btw cao

Info Korting Betrokkenheid in branche

advies bij ondernemerszaken kennisoverdracht ANKO als belangen behartiger voor de kappersbranche

Juridisch advies, informatie kappersbranche

BTW verlaging Samen een front vormen

Ruggesteun bij conflictsituatie financiële voordelen ondersteunen belang van kappers

Het terug kunnen vallen naar een bond samen met de bond ben je sterk hebben bijna alle verzekeringen bij jullie

Diverse kortingen, juridische advies enz belangenbemiddeling

Belang voor mij en mede collega samen zijn we sterk

gezamenlijke belangenbehartiging advies kunnen inwinnen vakblad, collectieve verzekeringen

Je hoort lid te zijn van een bond Kortingen Informatie

Goede informatie Juridische hulp Goed verzekeringspakket

informatie, begeleiding, kortingen

geïnfomeerd blijven

saamhorigheid kennis uit eerste hand financiële voordelen

buma SENA heffing, CAO plus advies personeel, kappersnieuws.

Voordelen, informatie, vaknieuws

Steun In alles!! de verzek schouten zeer slecht zoek snel wat anders !!

ondersteuning en op de hoogte blijven wat er speelt

samen sta je sterk. juridisch en fin. advies

Erbij horen Op de hoogte blijven

Personeelszaken Belangenbehartiging CAO

Toendertijd had ik personeel en via de ANKO bleef je beter op de hoogte omtrent personeel

Informatief

- In geval van rechtshulp - In geval vragen over CAO - Als je wilt weten wat mijn rechten en plichten zijn.

Vak/beroepsinformatie, kortingen, juridische info

Salarisontwikkeling BTW tarief Problemen met personeel (advies)

vakvereniging die belangen behartigd erkenning herkenning

Belangenbehartiging Juridische bijstand Kortingen

weet ik nog steeds niet

centrale aanpak kappers problematiek collectieve kortingen

ik kan altijd met vragen bij jullie terecht. financieel voordeel

op hoogte blijven steun/advies punt

Samen sterk Informatie Positieve uitstraling kappers vak

Voor de CAO gegevens

Voordelen Buma SENA heffing Voorgezorgd dat BTW tarief 6% is Samen sterker als alleen

Informatie over alles op kappers gebied

Op de hoogte blijven van alles wat de ANO te bieden heeft

Samen sterk info op alle gebieden Specialisten

Spreekbuis van de kapper

Personeelszaken Branchebelang Kortingen

CAO Op de hoogte blijven van de ontwikkelingen

Dat ik op de hoogte blijf van alle veranderingen

backup in het ondernemen, en dat er een organisatie is die met me mee denkt omdat ik het alleen moet doen

Je kan altijd informatie vragen Juridische steun en support Je wordt altijd goed op de hoogte gehouden van alle ontwikkelingen op het kappers ondernemerschap

belangenbehartiging div. kortingen

cao, hulp bij vragen

collectief

collectieve voordelen en bekendheid

op de hoogte van wat er bezig is in het kappersvak

Samenhorigheid (steun) samen sterk (backup) samen ertegenaan in goede en slechte tijden. (advies)
het hoort erbij

branche informatie, bundeling van de branche, ondersteuning bij vragen/problemen

ergens bij horen, informatie, feedback

1 BUNDELING VAN KRACHTEN 2 SAMENHORIGHEID 3 UP TO DATE BLIJVEN

CAO kortingen advies

informatie collectief naar instanties (sterke gesprekspartner) kortingen (toen ik lid werd was dit nog niet volgens mij)

1 snel met alles op de hoogte 2 personeel 3 vragen die snel beantwoord worden

Serieuze uitstraling naar de klant

1 vraagbaak 2 voordeel 3 samen sta je sterk

georganiseerd zijn om evt dingen te bereiken.

geen menig

ondersteuning kortingen alle acties die ondernomen worden door ANKO

financiële voordelen op de hoogte gehouden worden van laatste ontwikkelingen vraagbaak

Op de hoogte blijven van de ontwikkelingen in de kappers branch Cao vraag baak bij problemen in de zaak

collectief

c.a.o. bij de hand te hebben advies A.N.K.O. op de hoogte blijven van ontwikkelingen

backfeet, tips, voordelen.

1 grote organisatie die opkomt voor mijn belangen. op de hoogte blijven met alle ontwikkelingen zowel op financieel als op vaktechnisch gebied.

vak org. informatie

feedback kunnen krijgen als dat nodig is

info advies gez diensten

omdat het toch wel duidelijk is dat samenwerking heel belangrijk is. En dat daar meer doot bereikt kan worden

collectiviteit, kortingen, juridisch advies

Kortingen hulp bij problemen het gevoel ergens op terug te kunnen vallen

vaststelling CAO info en gezamenlijk standpunten verdedigen(BTW)

samen sterk staan, financiële voordelen

vaktechnische info

vraagbaak en makkelijk omdat je op de hoogte blijft van alle zaken die belangrijk voor de kapper zijn.

om bv collectief iets voor elkaar te krijgen. (btw lobby)

kortingen bedrijfs geschillen informatie branche

ondersteuning begeleiding advies

belangenbeharing solidariteit fin. voordeel

informatie, btw, SENA

Juridisch advies Algemeen advies (meestal t.a.v. personeel) Zakelijk advies

Ondersteuning, financieel voordeel, groepsgevoel

informatie, juridische hulp, begeleiding

kappers georganiseerd. collectieve dienstverlening zakelijke dienstverlening speciaal voor kappers

de cao, de btw, en andere zaken

Plek waar ik terecht kan voor advies en vragen

advies cursussen up to date blijven

collectiviteit goede voorlichting op diverse terreinen

geen idee

kortingen en info

1) belangebehartiging voor ondernemen in de Branche is een must 2) financieel voordeel op div. terreinen 3) vraagbaak voor de ondernemer

juridische deskundigheid vraagbaak cao aangelegenheden interessante seminars

Goede ondersteuning, en de vele nieuwe regelgeving.

ondersteuning en info

op de hoogte blijven. Advies, personeel

kortingen advies informatie

Voor als er ooit problemen zijn

branche org een pre

Collectief sterk zijn financiële voordelen informatie

Op de hoogte blijven.CAO.Ondernemersvragen en personeelsvragen

advies tbv personeelszaken, juridisch advies,

de kortingen de brood nodige informatie en wanneer nodig de juridische dienst

kwaliteitsoogpunt, juridische steun, formulieren

Om op de hoogte te blijven en de salon disk en natuurlijk de kortingen

cao, juridische ondersteuning waar mogelijk en personeelsadvies

Korting op buma SENA enz goed info kanaal juridische hulp

op de hoogte blijven van cao mode en de voordelen van verzekeringen e.d.

BTW Financiële voordelen up to date and finger on the pulse

+advies +tips +kappersnieuws en trends

Je krijgt toch nooit een blijk van langdurig lidmaatschap, dus we wachten maar!

- algemene belangenbehartiging - vaktechnische informatie - financiële voordelen

op de hoogte blijven van alles

vroeger het vestigings beleid, en ANKOnieuws plus financiële voordelen.

Informatie die up to date is Ondersteuning Financieel voordeel

hulp bij eventuele vestiging kwesties samen staan we sterk

belangen behartiging. personeel

personeel advies ondersteuning management

korting op HBA informatie over zaken kappersnieuws en looks 'georganiseerd zijn'

begeleiding, ondersteuning, informatie

belangen behartigen gezamenlijke buma enzo

BTW verlaging, Kortingen cao besprekingen

Samen zijn we sterk

Kwaliteitsaanduiding; Advisering; Financiële voordelen

1)collectieve belangenbehartiging richting overheid en werknemersorganisaties 2)back-up voor personeelsaangelegenheden 3)informatie omtrent ondernemen in de kappersbranche

hulp voordeel informatie

advies kortingen informatie

Goede organisatie voor alle leden.

Bijblijven op allerlij gebied.

kortingen evt hulp voor div bijblijven

volop informatie kortingen

Op de hoogte blijven van... Seizoen haarmode Shows Medewerksters CAO

Advies, Werkgeversbelang, Financiële voordeelen

hulp, nieuwe snuffjes, kortingen

informatie over personeel

gewoonte ik heb er eigenlijk niets aan

- vragen over personeel - financiële voordelen - advies vragen b.v. huurcontract etc.

-belangenbehartiging -voorlichting -ANKO Verzekering

vraagbaak voor ondernemersvragen

Personeel

Personeel

1:Belangenbehartiging kappers in het algemeen. 2:informatievoorziening regels en wetten etc.
3:Financiële diensten.

1 Help daar waar nodig. 2 Informatie. 3

nieuwe dingen op tijd horen financieel voordeel gemak

N.v.t

ANKOverzekeringsdienst infotheek ANKOverzuim

informatie

kortingen, informatie in kappersbranche de ontwikkelingen, begeleiding als er problemen zijn. advies van de juristen.

1. het is verplicht om bij een branche organisatie aangesloten te zijn. 2. een branche organisatie bedingt belangrijke aspecten, zoals bv. de 6% BTW handhaving. 3. collectieve afspraken bij bv. verzekeringen, bume-, SENA-heffing

advies over allerhande zaken

HR Informatie advies

Nieuwste modellijn Update lonen etc. Samen sterker (bv 6%btw tarief enz)

Voorlichting, Kostenbesparing (Buma Stemra)en Juridische ondersteuning

mijn vraagbaak 1) vakkennis 2) zakelijk info/wijzigingen 3)

advies personeel, juridische bijstand, info

weten wat er speelt in en rondom ons vak/bedrijven C.A.O. personeel etc.

wet regels, nieuws, tips

Samen staan we sterk Voorlichting over diverse onderwerpen Kortingen

personeel advies

Samen sterk, Haarmodelijn, advies.

ontwikkelingen kappers branche vragen tot betrekking personeel

advies voor ondernemers vragen personeel, juridisch info avond over nieuwe wet en plichten enz.

personeel

bijblijven met alles Hulp toen ik nog personeel had nogmaals hulp en diensten heb ik vragen, hebben jullie altijd een antwoord

1. Om terug te kunnen vallen op een gespecialiseerde bedrijfsorganisatie als ik zelf met een probleem zit welke ik niet kan oplossen. 2. Massa maakt macht. BV. De jarenlange actie van de ANKO om het BTW in het lage tarief te houden. 3. Toch ook de kortingen en voordelen op de diensten en producten

Belangenbehartiging, advies

erkenning

financiële voordelen begeleiding en aanspreekpunt.

collectief sterk als branche personeelsbegeleiding cao

gezamenlijke acties Kortingen ondersteuning

Vraag centrum. Ik probeer zoveel mogelijk gebruik te maken van de ANKO voordelen. Kan wel nog beter

Collectieve belangen behartiging Vraagbaak tav personeel/juridisch ed. Op de hoogte blijven wat speelt

kortingen op verschillende dingen op de hoogte blijven van alles wat er in de kapperswereld gaande is altijd kunnen terug vallen met evt. vragen

samen sterk, gezamenlijk "dingen" aangaan, info en ondersteuning.

Belangenbehartiging Kortingen Informatie

zekerheid en belangenbehartiging

geen idee

aangesloten zijn bij een vakorganisatie de collectieve belangenbehartiging advies

ondersteuning op ondernemersgebied op de hoogte van het laatste nieuws kortingen/voordeel

belangenbehartiging branche specifieke knowhow financieel voordeel

Sterke organisatie van/voor kappers Financiële voordelen De infotheek van de ANKO

op de hoogte zijn van nieuwe ontwikkelingen en steun aan goede organisatie

feedback bij knelpunten, informatie

1.vakinformatie 2.kortingen 3.hulp waar nodig

informatie

betrouwbare info, vraagbaak, gezamenlijk sterk staan.

ik ben lid omdat ik als werkgever op de hoogte moet zijn van cao en personeelszaken

voordeel SENA je hoort lid te zijn van de ANKO

CAO regeling BTW onderhandeling

op de hoogte blijven van de ontwikkelingen in ons vak. de juiste c.a.o.

Belangenbehartiging, informatievoorziening, collectieve voordelen

collectieve belangen behartiging, cao

cao.

advies.hulp en nieuwtjes

om bijgestaan te worden in zowel pers als zakelijke diensten

zou het niet wezen het moet

om op de hoogte te blijven van veranderingen enz.en vroeger met personeelszaken

Belangenbehartiging, individueel advies bij zakelijke kwesties, financieel voordeel

bundelen kennis, cao, wildgroeikappers aan huis halt toeroepen(oneerlijke concurrentie) belangenver.
komt professioneel over naar buiten toe

ik weet t eigenlijk niet!!!

Goed om een organisatie achter je hebben die je belangen behartigt,

mijn ouders waren al lid

collectiviteit behartiging van belangen

Onderdeel zijn van branche organisatie Op de hoogte blijven

branche-info personeelsperikelen, voorheen

belangenbehartiging werkgevers

samen sterker staan ,juridisch advies, personeel advies

1.toegang tot informatie 2. vraagbaak

-op de hoogte blijven van nieuwe ontwikkelingen -korting BHV -vaknieuws

gezamenlijk belang

juristen die je waar nodig direct te woord staan. het cao inclusief loontabellen.samen staan we sterk,bv
het btw-verhaal

rechtsbijstand kennis jaren geleden personeel

Advies,personeelszaken en weten wat er speelt in de branche

Advies bij personeelszaken. Advies bij voorschriften bedrijfsvoering Op de hoogte blijven van alle ontwikkelingen

1. op de hoogte blijven van veranderingen 2. kortingen op Senna,Buma etc. 3. informatief
op de hoogte blijven van alle nieuwtjes. het vakblad lezen. de voordelen die de ANKO bied.

Rechtszekerheid en als vraagbaak

1. brancheorganisatie 2. juridischae bijstand 3. financieel voordeel

hulp bij ondernemersvragen kortingsregelingen altijd op de hoogte van de laatste ontwikkelingen
belangenbehartiger adviesfunctie keurmerk

belangenbehartiging werkgevers kappersbranche, know how, hulp bij ondernemersvraagstukken
informatie.belangenbehartiging.korting op een enkelgeval

Samen sterk zijn Advies Voordelen

Vraagbak en advies . Komt op voor onze belangen als werkgever

Hoop op steun bij eventuele problemen met personeel,huisvesting, conflicten met klanten.

cao

cao

ANKO kan je terecht met vragen

voordeel advies informatie

Collectieve belangenbehartiging, juridische bijstand, voordeel en informatie

Buma en SENA, op de hoogte blijven.

geen idee eigenlijk, zien het nut er ook niet van in

op de hoogte blijven

op de hoogte te blijven van allerlei dingen. korting bij bep.instanties.

personeel nieuwtjes

samen sta je sterk

Op de hoogte te zijn met van alles wat voor de kapper/ondernemer belangrijk kan zijn. collega's ontmoeten. een financieel voordeel te hebben op producten en diensten.

cao informatie opkomen belang werkgevers info over personeelszaken

informatie over zaak en personeel.

Raad bij personeelsvraagstukken Op tijd cao gegevens te krijgen op tijd loonberekeningen te krijgen

kappersnieuws kortinghba btw tarief

cao informatie, contracten personeel

- Op de hoogte gehouden worden wat er allemaal speelt in het kappersvak. - Professionaliteit. - Ergens op terug kunnen vallen mochten er problemen ontstaan.

informatie, belangenbehartiging.

advies support informatie

Dat de btw 6% blijft door het werk van de ANKO.

kortingen

korting Buma, SENA en ondernemersdisk

info en diensten

hoogte blijven bume SENA advies

weten waar je terecht kunt als j ergens mee zit

cao overleg europees overleg kappers belangen

Belangrijk om uit te dragen dat we voldoen aan alle eisen, en bij de ANKO zitten.

Advies, belangenbehartiging

Van welke van bovengenoemde financiële voordelen wilt u in de toekomst gebruikmaken?

korting vhw trainingen, ANKO vezuim en degene waarvan ik al gebruik maak

meer van de verzekerings diensten

korting op mastercard

geen

Mastercard, BHV, Leestafel

weet ik nog niet

geen

geen

BHV, Kappersacties

Zie aankruisingen

allen misschien?

ANKOverzuim.nl

nvt

ik ben tevreden zo

BUMA SENA

Verzekeringen?

? meer info is wenselijk

BHV ANKOverzuim Korting Mastercard etc. Korting kappersactie Ondernemersdisk

Goudengids verzekeringsdienst

Moet me er eens in verdiepen want er valt voor mij nog wel wat kortingen uit te behalen

VERZEKERINGEN?

Geen idee

niet

verzekeringen

Geen andere dan reeds gebruikt

Geen

privéverzekeringen korting BHV cursus

Voor alle bij vraag 7 genoemde voordelen en mogelijk nog van meer voordelen mits ze voordeliger zijn en voor mijn bedrijf van belang zijn. Ik mis bij de antwoorden HBA toch ook een belangrijke korting voor georganiseerden.

ik maak van drie gebruik, de anderen heb ik op een andere manier ingevuld. zoals de bhv, verzekeringen, bladen, actie's.

Geen idee

Graag alle

Geen

SENA / Buma / verzekeringen

Gezien mijn leeftijd van niet zo veel meer (65 jaar)

Waarschijnlijk van ANKO verzekeringsdienst ivm nog lopende huidige contracten.

Van alle aangekruiste voordelen / kappersacties

welke wij reeds gebruiken

Zelfde

geen

Mogelijk Leestafel?

korting bhv trainingen

ANKO verzuim?

matocard, visa en maestro weet alleen niet heel goed hoe ik nu contact moet opnemen om dit in werk te stellen dat is me nog onduidelijk

mogelijk ANKO verzekeringdienst, rechts- bijstand

?

?

Geen, anders had ik dat inmiddels gedaan.

?

geen idee

geen anders had ik het wel

geen

voordelen verzekeringsdienst buma SENNA ??????????

Met alles wat net zoveel kwaliteit heeft als mijn huidige aanbieder maar wat mij financieel minder geld kost waardoor ik mijn winst hoger maak.

?

BHV

Nog niet bekend

het liefst alle

Geen

weet ik nog niet, maar zeker wel de korting op de ziektekosten

korting op credit cards

daar moeten we ons nog verder in verdiepen

?

Ondernemersdisk ANKO verzuim

nvt

Verzekeringen en verzuim

geen

ANKO ondernemersdisk

Verzekeringen, verzuim, ondernemersdisk, mijnsalon.ANKO.nl

Onbekend

Buma SENNA BHV

Buma heffing

als het zo blijft niets.

?

Weet niet

Geen

Dhr Koudijs

Adverteren GoudenGids

waarschijnlijk de leestafel

De aangevinkte

?

GoudenGids / Telefoongids. Ik was telefonisch benaderd voor julile aanbod!

Dezelfde diensten als altijd misschien nog Mastercard

mijnsalon.ANKO.nl

De Leestafel

Kappers BHV
bhv korting op mastercRD VISA
korting op mastercard, en op verzekeringen
Alleen degenen die aangevinkt zijn onder 8
verzekeringen
Goudengids, Leestafel, kappersacties
Weet ik niet. Maar vind wel belangrijk dat er gebruikt van kan worden gemaakt.
verder niets
verzekeringen, korting Mastercard, Kappersactie's.nl
voldoende
?
Geen
Alle
zoveel mogelijk
alle bij vraag 7 ingevulde antwoorden
weet niet
Alle aangevinkte antwoorden van vraag 8 + evt. de leestafel
sean buma gg.tel visa
nvt
van degene die ik nu al gebruik
BHV trainingen/kappers actie
weet nog niet
geen
dezelfde

Elk pakket waar ik mijn voordeel in zie, dit zal altijd afhankelijk zijn van het aanbod ten opzichte van de markt.

Als ik tijd heb wil ik de verzuimverzekering een keer vergelijken
de aangevinkten!
zoals aangevinkt
alle
prive verzekeringen
ik maak ook gebruik van een texaco tank-pas, dat wil ik graag zo houden
verzekeringen zakelijk prive
??
ik word dit jaar 69 dus niet meer zo belangrijk

Ik ben van mening dat er veel meer financiële voordelen zouden moeten zijn op verplichte zaken zoals ziekteverzuimverzekering (aangevraagd nooit iets van gehoord), leasecontracten, etc... zodat lidmaatschap rendabel wordt. Is maar een idee, want in deze moeilijke tijden zullen leden snel kiezen om lidmaatschap stop te zetten. Ik bedoel ik krijg geen klanten door lid van ANKO te zijn.

Die ik ingevuld heb
BHV
Als ik er meer over weet, wel meerdere.
NVT
voorlopig nog van geen andere
mastercard
geen idee
korting op HBA met de Buma heb ik niet te maken
rechtsbijstand zakelijk en prive
?
korting op mastercard e.a.
de leestafel
Verzekering, verzuim, Kappers BHV,
korting op SENA heffing
tot nu toe geen.
korting op buma en SENA
20 % - 25 % korting op kappersacties.nl
BHV trainingen
Korting buma/SENA evt. verzekeringen en mastercard

Buma SENA heffing. Mijn salon
niet
?

van alles
de aangevinkte punten
BHV training
Goudengids

Als het meer voordeel bied dan wij zelf kunnen bedingen alles.
de korting op mastercard payssquare
nog geen idee
ANKO verzuim/verzekeringsdienst zakelijk
misschien wel alles

Geen

mijnsalon.ANKO.nl

Prive verzekeringen zodra ik personeel heb meerdere natuurlijk

Van alle bovengenoemde opties

Zoals nu, hoop niet ziek te worden, maar indien nodig: voordeel op ANKOVerzuim.

geen

geen

zie vraag 8

Ik laat vanaf vandaag door mijn assistent onderzoeken wat de voordelen zijn

Bhv

?

geen idee

Alle bij vraag 7 ingevulde antwoorden

?

misschien bhv, verzuim, korting via EPS en de rest ongewijzigd zoals bij vraag 7 ingevuld

ANKOVerzuim

adventeren gouden gids en telefoongids

misschien de bhv

weet niet

idem als vraag acht

zie vraag 8

Kortinkorting op Kappers BHV 44% korting op Buma-heffing en administratief gemak op BHV.nl
trainingen

?

de aangekruiste

?

korting mastercard en visa card

mastercard

Dat wat ik al heb aangegeven

buma SENA

indien mogelijk van alle die ik in vraag 8 heb aangekruisd.

leestael, kappersacties, bhv

de aangevinkte

kappers bhv training

ANKO ondernemersdisk bhv trainingen

korting mastercard

Het zou fijn zijn als de Gouden Gids/ De telefoongids op de hoogte zouden zijn van deze regeling, bij ons was er iemand van de telefoongids en die wist nergens van.

aangekruiste bij 8.

de bovenstaande antwoorden

nvt

allen

de reeds aangekruiste

alle bij 7 ingevuld

korting op mastercard

?

?

verzekeringsdienst
Alle bij vraag u ingevulde antwoorden
geen idee
waarschijnlijk geen
geen
weet ik nog niet??
is allemaal nog te bezien
geen
korting buma/SENA, bhv, verder nog niet bekend.
Korting op kappers BHV
korting leestafel korting visa ANKO ondernemersdisk
geen
Voordeel prive verzekeringen Voordeel telefoongids Kortingen Buma en SENA
weet nog niet
Buma en SENA korting, korting op telefoonkosten (Aspider),

Op welke manier wilt u het liefst op de hoogte worden gesteld over nieuwe financiële voordelen?

Met een ANKO ledenbezoeker heb ik nog geen ervaring maar vindt dat wel een erg sterke zet (ben ook benieuwd of dat werkt en succesvol is)

via email
email
e-mail
mail
email
via e-mail
email
via email of nieuwsbrief
ooit eens een contact met een medewerker zou na 33 jaar welkom zijn
via email
brief
via mail
via mail
email
per e-mail
Kappers nieuws geeft wijinig nieuws het gaat daar veel te veel om de kleding van de vrouwen (te veel bloot!)

Mail
mail
via e-mail
zoals nu per mail.
absoluut niet telefonisch, vind dit zeer storend !!!

Persoonlijk vind ik het prettig als ik gewoon een brief krijg, die kan ik sneller lezen als bv. een mail want ik doe niet zoveel met de computer.

via email
e-mail
via e-mail
Met nieuwsbrief via e-mail
Via email.

Heeft u suggesties voor nieuwe financiële voordelen waarop u voordeel wilt verkrijgen?

e-mail
nee
Vind de HBA heffing voor mij persoonlijk waardeloos, heb er niets aan.
collectief internet en pin
Op dit moment niet.

ANKO korting inventaris kapsalon
Kredieten, hypotheeken, leningen goedkoper
ga zo door
pin betalingen
leasse contracten, koffie enz, reclame,
Centrale inkoopkorting voor zzp'rs bij leveranciers?
salon automatiseringen telefoon en internet verbinding
Per post

curcussen, gala's haartrends 4 seizoenen, inkoop arbo producten (verbanddood, brandbluizers, afzuig
instal. blusdeken, noodverlichting) dit is allemaal verplicht in nederland gezamenlijke inkoop goedkoper.

Ja SENA en Buma hiervoor elemaal vrijstelling krijgen voor het kappersbedrijf. Ik vind dat je voor
luisteren wel mag betalen maar niet als toevallig de radio aanstaat dat moet gratis zijn. Stichting Repro
recht is ook onzin ik maak geen kopien dus werk aan de winkel en afschaffen voor kappers

kappersbenodigheden als scharen, föhnen. voor mijn werknemers zou ik graag zien dat de bijdrage
voor kinderopvang geschrapt word.

heb ik niet vind nu mijn contrubutie aan de hoge kant voor het gebruik wat ik er van maak realiseer me
dit na deze vragenlijst

Energie
regelmatig op de hoogte worden gehouden wbt subsidie's
Inkoop producten
collectieve inkoop
pin

eind maken aan goedkoop verkopen via kapperswinkels ed en de zogenaamde thuiskapsters of aan
huis vestigingen

Gezamenlijke inkoop waardoor je meer korting haalt.

Korting op overstappen op pinnen via ADSL ipv analoge lijn bij via bijvoorbeeld CCV services;
Overstappen op ADSL + bellen aanbieders mits 99,9% betrouwbare verbinding

Ik heb bijvoorbeeld ziekte verzuim en arbo veel goedkoper geregeld dan bij jullie kan!

Nee maar richt je meer op het algemeen belang van de kappers/leden. Bestrijden beunhazen toetzen
op rechtmatige vestiging van bedrijven kwaliteit HBA campagne verbeteren

Ga zo door!

Energiekosten, gas licht en water

nee

Alles wat geld opleverd zodat het lidmaatschap goedkoper wordt.

Ik ben een kleine ondernemer: weinig ziekteverzuim. Als iemand eventueel ziek blijft en de
begeleiding daarvan als er iets mis zou gaan iemand die dat allemaal aan je voorlegt hoe en wat te
doen en dat dat niet te veel kosten met zich mee brengt.

Nee maar richt je vooral op het algemeen belang. - Bestrijden beunhazen - Tegengaan onrechtmatige
vestiging - Kwaliteit van de HBA campagnes verbeteren.

ziektekosten verzekering
mail
Hairstyle beurs
Bank en pin transacties Stagebegeleiding
centrale inkoop hier kunnen jullie veel meer doen.

bank zaken, stroom, gas
energie

Goedkoper ANKO lidmaatschap

CURSUSSEN IN VAKGEBIED

telefoneren.....

Een samenwerking met een kappersgroothandel.

jurist (is al?)

Ik vind dat je als lid van de ANKO toch nog en behoorlijk uur tarief moet betalen voor advies. Als je kijkt naar wat ik als kapper per uur verdien dan vind ik de verhoudingen erg scheef.

korting HBA

gezamenlijke inkoop van veel voorkomende producten.

advies personeel e.d.

Bedrijfskleding

Als kleine ondernemer zonder personeel korting op de contrebutie, deze is in 6 jaar bijna verdubbeld. De korting waar ik gebruik van kan maken valt bijna weg tegen de contrebutie die betaald moet worden.

ANKO muziek speciaal voor kapsalon ontwikkelen. mp3, harddisk etc.

Lidmaatschap vakbladen cursus

autoverzekering

kortingen bedingen bij aanbieders van adsl/bellen/pinnen contracten of online agenda's speciaal voor de kapper.

Koffiemachine-abonnement Pinautomaat-abonnement

nuon, gemeente belastingen, de kappersbranche te beschermen, door binneneen straal van 1.5 km slechts een kapper aanwezig mag zijn. Prijs afspraken door alle kappers die niet beneden een bepaalde prijs mogen zitten.

Een coöperatieve inkooporganisatie voor professionele kappersbedrijven gevestigd in winkelpanden/winkelcentra dus niet toegankelijk voor de thuisknipper of zwartwerker die zich niet of nauwelijks bijschoold.

één a4 met daarop alle subsidies waar je als ondernemer met personeel in het kappersvak aanspraak op kan doen en hoe te handelen om daar gebruik van te maken

Eigenlijk alles wel.

alle collectieve voordelen zijn goed al maak je daar niet altijd gebruik van

inkoop bij groothandel, betere brandstof voordelen (zie mkb brandstof), buitenlandse studiereizen (hotel, vlucht), golf tarieven in Nederland (sportfaciliteiten), energiebesparende producten/diensten, software/hardware,

een arbeidsongeschiktheidsverzekering, waarbij je als je nooit een uitkering krijgt, op t einde van de looptijd een geldbedrag krijgt, net als levensverzekering

ik zou wel wat meer willen weten over afschrijfposten bij de belasting, aangaande bijv. bedrijfskleding, zelf opleiden van personeel.

korting pin bet.

Zoals boven beschreven is het wel zo handig als, in ons geval de telefoongids medewerkers ook op de hoogte zijn van de regeling.

personeelsadvies

pincontracten en bankdiensten (stortingen, wisselen, pintransacties etc...), ccv en de banken gebruiken ondernemer als melkkoe

iets met pensioenen.

abonnementsprijs. Vind ik te hoog. heb nl. maar 4 kapsters in dienst, terwijl filialen in verhouding een stuk minder betalen.

een korting van stagevergoeding als men een erkend leerbedrijf is.

electra, gas, water. internet/telefoon pin

Bij energie maatschappijen, leasebedrijven van fietsen, auto's enz. Eventueel banken bv kortingen op leningen.

Ruimte voor aanvullende opmerkingen of tips:

ik kan u nog een voordeel voor de kapper aanbieden

duidelijkheid over profijtbeginself

ipv de ANKO verzekerings dienst zou ik liever centraal beheer zien !

ga vooral zo door en beter!

Ik mis de brandstofpas bij de kortingen

Ik ben nog maar twee dagen werkzaam dus heb weinig van doen met de financiële voordelen, mijn leeftijd is 70 jaar.

Is er misschien korting te verkrijgen als je maar 1 personeelslid hebt voor 10 uur per week?

De adviseurs advocaten beter antwoorden geven ze gaan niet rechtstreeks beantwoorden meestal een draai er om heen.

Overbodige enquête! Jullie doen het al jaren erg goed!!!

Als de ANKO in de toekomst bestaansrecht wil hebben dan zult u zonder meer iets meer aan de wildgroei in de thuisknip markt moeten doen!! Want dit neemt ontzettend in omvang toe, en er is geen controle op b.v. buma of SENA of BHV en zoals u kunt bedenken geen belasting.

goede zaak betreffende btw regeling proficiat!!!

Kappersacties, deze zijn beneden de maatstaven voor fatsoenlijke marketing, oudbollig, ouderwets, en goedkoop in elkaar geflanst. Maar goed dat ligt buiten de ANKO aangezien het een apart bedrijf is

Ga zo door

Succes

Ik snap niet dat de ANKO kapsalons aan huis / garage lid laat worden

De informatie over het voordeel of o de voordelen meerdere malen plaatsen in bald of op een andere manier. Evt met rekenvoorbeelden van andere partijen naast elkaar zatten zodat het voordeel zichtbaar is ten opzichte van ...

maal weinig gebruik van de ANKO

ANKO komt ook op voor belangen kapper. ik denk dat het opkomen voor de leden wat dichterbij huis kan. bijvoorbeeld de huidige wildgroei van garages. Tegelijkertijd besef ik ook dat Nederland juridisch gebonden is aan regels en dat ANO niet altijd iets kan doen.

Lidmaatschap is vreselijk duur geworden

Ongetwijfeld is binnen jullie aanbod meer interessant voor onze salon . Tijd ontbreekt om te zoeken alles uit

Prima die 6% BTW !!!!

Eindelijk aanpak van gevestigde zaken in woonhuizen enz!!!

Ik zou meer vakgerichte info hebben. door al die extra dingen wordt er veel werk tegen kosten verricht dus duurder lidmaatschap per jaar. En die vindt ik best veel voor wat ik er gebruik van kan maken.

ANKO zou zich meer met (versterken van) beroepsopleidingen moeten bezighouden. De huidige kwaliteit van het onderwijs is om te huilen.

ANKO zou zich meer moeten inzetten om de kwaliteit van het beroepsonderwijs te verbeteren. dat is nu op een dramatisch slecht niveau.

Wij zijn blij met de ANKO omdat we er als het nodig is altijd op terug kunnen vallen.

Ik heb net een bezoek gehad van ANKO ledenzoecker en daarbij voor en nadelen verteld.

Een leerling opleiden hoort de leerling/stagiare niet te betalen. dit moet gezien worden als goodwill en aanvulling van het onderwijs

Mijn salon is een klein bedrijf met 1 parttime medewerker en ik vind de hoogte van het lidmaatschap erg hoog voor zo'n klein bedrijf. ik zou dus graag verschil willen zien in de prijs tussen een bedrijf met of zonder personeel dus meer verschil in salons met veel of weinig personeel.

Doe wat aan de thuiskappers (beunhaas) Tegenwoordig kan iedereen met een cursus kapper worden. Bijvoorbeeld drempel hoger leggen.

Blijf met zes procent btw tarief

zelfs toen we 25 jaar bestonden van ANKO geen enkel teken. wij vragen ons vaak af of lidmaatschap betalen het belangrijkste is.

Contributie bedrag is erg hoog!

Voorlichting en fiscaal aspect bedrijfsbeëindiging in de toekomst

Wat doet de ANKO aan het flink toenemend aantal kappers?

Ik mis een forum op de website (ANKO) nergens kunnen wij ondernemers overleggen , suggesties enz neerleggen, een groot gemis van zo'n mooie website!

ziekteverzuim verzekering op het internet veilen. Credit cards via bsportal (duitsland) laten accepteren

blijf een bond voor kapsalons in bedrijfspanden en neem afstand van kapsalons in garage's of schuren

Ik vond het bezoek van Arjan ten Elzen erg leuk en leerzaam, jammer dat er weinig tijd was.

Als branche organisatie zal je onafhankelijk moeten zijn. Financiële voordelen mogen daarom niet de belangrijkste voordelen van ANKO zijn of worden. Sterk maken voor zaken als BTW tarief, goed onderwijs, juridische en zakelijke ondersteuning zouden de kernactiviteiten moeten zijn en blijven. Kan de ANKO de verleiding weerstaan om te groeien naar een commerciële onderneming of wordt/ blijft de ANKO een onafhankelijke branche organisatie? Dit lijkt mij een belangrijke vraag.....

dat je overal van op de hoogte wordt gehouden

Heb nog steeds niets gehoord mbt mijn langdurigvlidmaatschap. Wacht dus nog op twee spelden.
blok101@zonnet.nl

protesteren tegen gemeente wat betreft oneerlijke concurrentie.vestigen in, in woonhuizen
,garages,schuurtjes .

jullie doen goed werk en zijn altijd vriendelijk als je vragen hebt
Wil graag iemand van de verzekeringen spreken.

Graag zouden wij zien dat de vergoeding voor stage in onze branche naar een aanvaardbaar en
markt conforme niveau zou dalen, zodat het aantrekkelijker word om een (echt) leerbedrijf te zijn.

Misschien is het mogelijk om met gemeentes te praten over de vele kapsalons die overal mogen
beginnen. onder het mom van aan huis gerelateerde beroepen.

het vak beschermen tegen zwartwerkers

De ANKO zou kunnen onderzoeken of er voldoende draagkracht is voor een inkoop cooperatie onder
de grotere bedrijven.

korting ziektenkosten is eigenlijk gelijk aan een gewone verzekering dus geen koting!

Financiele voordelen zijn voor mij een bijkomstig feit met het lidmaatschap. Is prettig maar geen
hoofdrede om lid te zijn.

meer overzichtelijke internetsite ANKO,meer duidelijk maken welke diensten jullie kunnen aanbieden
en tegen welke tarieven.

ga vooral door met wat jullie aan het doen zijn.

ANKO doet in mijn ogen te weinig voor de salons geen aanpak bij illegaal kappen en zwaar onder de
prijs werken

Waardeloos verhaal ANKOVERZUIM formulier ingevuld verstuurd fx/mail niet op terug gereageerd
daarom maar weer voor 5 jaar contract afgesloten bij huidige vrzekering.

werk aan deze enquête mee maar hoop dat hier geen misbruik van wordt gemaakt !!! [dat ik niet wordt
overladen met info en reclame

Nogmaals ik ontvang liever gewoon een brief met informatie.

Ik heb denk ik 3 maanden geleden opgebeld, n.a.v een stukje in de ANKO dat als je langer als 10jaar
lid was hiervoor een speldje kreeg. Ik had toen de toezegging dat ik deze kreeg en alles was
genoteerd. Maar tot de dag vandaag heb ik nog steeds niets ontvangen. Misschien dat hier ook eens
naar gekeken kan worden.

Ik ben pas sinds okt.2008 lid en heb mij nog niet echt verdiept in alle aangeboden diensten van de
ANKO.

Bijlage 17 Benchmarks

Bovag - Heeft een aparte BV die de contracten afsluit

1. Hoe is jullie pakket van financiële voordelen tot stand gekomen?

Door te kijken wat de leden nodig hebben, wat het aanbod is en daar spelen we op in. Het is belangrijk dat het contract van toegevoegde waarde is.

2. Stellen jullie eisen of hebben jullie criteria opgesteld waaraan een collectief contract moet voldoen? Zo ja, welke?

Ja dit heeft vooral te maken met of het solvabel is, producten moeten van hoge kwaliteit zijn en het moet een marktconforme scherpe prijs zijn. Een individu zou meer geld kwijt zijn dan een aangesloten Bovag lid.

3. Onderscheiden jullie je voordelen in categorieën?

Ja we hebben enerzijds de verzekeringsmaatschappij, welke allerlei contracten aan bied op het sociale vlak en anderzijds hebben we contracten die met commercie te maken hebben.

4. Hebben jullie ook een keuzemogelijkheid voor de leden betreffende de contracten, dus meerder aanbieders voor een vergelijkbaar product?

Ja we hebben verschillende aanbieders voor een vergelijkbaar product. Zo hadden we ook eerst De Telefoongids en de GoudenGids maar dat is nu één geworden. De voorwaarden moeten heel goed zijn willen we exclusiviteit verlenen. De uiteindelijke keuze voor het gebruik ligt natuurlijk bij het lid van de brancheorganisatie.

5. Hebben jullie je leden gesegmenteerd?

Zo ja, bieden jullie de verschillende groepen leden verschillende collectieve contracten aan?

Ja de leden zijn gesegmenteerd en we bieden ze ook verschillende contracten aan. Voor elke categorie hebben we een aparte webshop. We bieden algemene producten aan zoals toiletpapier wat iedereen nodig heeft maar de specifieke dingen zijn gescheiden.

6. Controleren jullie regelmatig of de collectieve contracten nog aan de wensen van de leden voldoen?

Ja, we benchmarken regelmatig of de prijzen en condities nog voldoen. We controleren en updaten.

7. Op welke manier peilen jullie de behoeftes van de leden om eventueel nieuwe collectieve contracten aan te gaan?

Doormiddel van enquêtes e.d.

8. Benaderen jullie bedrijven ook zelf om een collectief contract aan te gaan?

Ja, door het aanbod te toetsen bij de leden. Tijdens vergaderingen zitten er veel clubs waarin een potentieel voorgelegd kan worden. Er wordt in de markt gekeken of het aanbod deugd. Er wordt een vergelijking gemaakt met nagenoeg soortgelijke aanbieders, er wordt ook internationaal gekeken.

9. Hebben jullie samen met andere brancheorganisaties gewerkt om een collectief contract af te sluiten waardoor er betere voorwaarden konden worden bedongen?

De Bovag heeft ook een TNL winkel waarbij nog meer leden zijn aangesloten. Ook hebben ze nog een VAKO leden winkel waardoor we een groot potentieel hebben.

10. Op welke manier communiceren jullie de collectieve contracten naar de leden toe?

Email website, van alles.

11. Toetsen jullie wat het effect is van de samenwerkingsovereenkomsten die jullie aan gaan op het imago van jullie organisatie? Zo ja, op welke manier?

Ja we hebben afspraken over wat we verwachten en dat toetsen. Tevens toetsen we ten alle tijde of bedrijf voldoet aan de hand van de gestelde criteria.

KNS – Wim van de Brink, w.vandenbrink@knsnet.nl

- 1. Hoe is jullie pakket van financiële voordelen tot stand gekomen?**
-
- 2. Stellen jullie eisen of hebben jullie criteria opgesteld waaraan een collectief contract moet voldoen? Zo ja, welke?**
Nee.
- 3. Onderscheiden jullie je voordelen in categorieën?**
Nee.
- 4. Hebben jullie ook een keuzemogelijkheid voor de leden betreffende de contracten, dus meerder aanbieders voor een vergelijkbaar product?**
Alleen voor de verzekeringen hebben we twee aanbieders voor ziektekosten. Verder is het heel beperkt. We hebben bijvoorbeeld geen tweede aanbieder voor koffiezet apparaten. Ik (Wim vd Brink) ben van mening dat je dan niet het maximale uit je voordeel kunt halen. Veel bedrijven willen exclusiviteit en niet met een concurrent geconfronteerd worden.
- 5. Hebben jullie je leden gesegmenteerd?**
Zo ja, bieden jullie de verschillende groepen leden verschillende collectieve contracten aan?
We hebben de leden wel gesegmenteerd maar gebruiken deze segmentatie niet voor de collectieve contracten. We bieden per segment geen verschillende collectieve contracten aan.
- 6. Controleren jullie regelmatig of de collectieve contracten nog aan de wensen van de leden voldoen?**
Nee. Als de leden klachten hebben gaan we in overleg met de contractant maar we hebben geen eigen metingsysteem.
- 7. Op welke manier peilen jullie de behoeftes van de leden om eventueel nieuwe collectieve contracten aan te gaan?**
We peilen niet specifiek waaraan behoefte is.
- 8. Benaderen jullie bedrijven ook zelf om een collectief contract aan te gaan?**
Bedrijven benaderen ons of er komt vanuit de ledengroepen een signaal. Vervolgens gaan we onderzoeken of het collectief voordeel heeft. Ook benaderen we andere brancheorganisaties voor referenties.
- 9. Hebben jullie samen met andere brancheorganisaties gewerkt om een collectief contract af te sluiten waardoor er betere voorwaarden konden worden bedongen?**
Nee.
- 10. Op welke manier communiceren jullie de collectieve contracten naar de leden toe?**
Via de email, website, mailing, vakblad.
- 11. Toetsen jullie wat het effect is van de samenwerkingsovereenkomsten die jullie aan gaan op het imago van jullie organisatie? Zo ja, op welke manier?**
Nee. Maar we vragen wel referenties aan bij brancheorganisaties en op basis daarvan kunnen we inschatten of het een betrouwbare partij is.

GEBRA

1. Hoe is jullie pakket van financiële voordelen tot stand gekomen?

-

2. Stellen jullie eisen of hebben jullie criteria opgesteld waaraan een collectief contract moet voldoen? Zo ja welke?

Nee dat doen we niet, we toetsen het aan het verstand.

3. Onderscheiden jullie je voordelen in categorieën?

Nee.

4. Hebben jullie ook een keuzemogelijkheid voor de leden betreffende de contracten, dus meerder aanbieders voor een vergelijkbaar product?

Voor sommige wel. Bijvoorbeeld van creditcard maatschappijen en bij de tankpassen. Deze groepen hanteren allebei een ander tarief voor verschillende onderdelen, het lid kan zelf kiezen wat voor hun het voordeligst is naargelang het uitgavenpatroon e.d. Het sociale pakket, de verzekeringen en het verzuim hebben we bij één verzekeraar onder gebracht om de onderhandelingsmacht te behouden.

5. Hebben jullie je leden gesegmenteerd?

Zo ja, bieden jullie de verschillende groepen leden verschillende collectieve contracten aan?

Ze hebben hun leden wel gesegmenteerd, maar bieden ze geen verschillende contracten aan.

6. Controleren jullie regelmatig of de collectieve contracten nog aan de wensen van de leden voldoen?

Nee dat doen we niet. We hebben hier geen systeem voor, in principe toetsen ze het aan het aantal deelnemers.

7. Op welke manier peilen jullie de behoeftes van de leden om eventueel nieuwe collectieve contracten aan te gaan?

We hebben een bestuur, dat bestaat uit diverse ondernemers. Het bestuur vormt eigenlijk het klankbord voor het secretariaat. Ook bellen we ondernemers op wanneer ze denken dat er ergens vraag naar is om te kijken of het ze aanpreekt. We horen wat er speelt vanuit de achterban, via telefoon, via bestuur en wat ze onderweg tegen komen. Als we iets overwegen om aan te bieden bellen we ook met ondernemers of ze dat willen.

8. Benaderen jullie bedrijven ook zelf om een collectief contract aan te gaan?

Soms benaderen we zelf ook organisaties en soms worden we benaderd en gaan we daar op in. Ook horen we soms wat van andere organisaties en gaan we vervolgens kijken of het ook wat voor ons is. We benaderen zelf ook brancheorganisaties om te kijken hoe het daar gaat (referenties). De prijs is niet altijd doorslaggevend.

9. Hebben jullie samen met andere brancheorganisaties gewerkt om een collectief contract af te sluiten waardoor er betere voorwaarden konden worden bedongen?

Ja we werken samen met vbb voor de tankpassen.

10. Op welke manier communiceren jullie de collectieve contracten naar de leden toe?

Via de website, accountmanagers, gebra informatief, leden brochure en vakbladen.

11. Toetsen jullie wat het effect is van de samenwerkingsovereenkomsten die jullie aan gaan op het imago van jullie organisatie?

We toetsen niet wat de samenwerkingsovereenkomsten hebben op het imago van de Gebra. We zien wel dat er een risico is. We hebben eerder ervaren met samenwerken die we zijn aangegaan dat een partner de term Gebra gebruikte. Geen positieve ervaring. Verbinden onze naam dan ook niet meer.

Horeca Nederland – dhr Maat

1. **Hoe is jullie pakket van financiële voordelen tot stand gekomen?**
-
2. **Stellen jullie eisen of hebben jullie criteria opgesteld waaraan een collectief contract moet voldoen? Zo ja, welke?**
Ja, minimum eisen zijn betrouwbaar, kwaliteit, continuïteit.
3. **Onderscheiden jullie je voordelen in categorieën?**
Ja, hygiëne e.d. zie website voor een compleet overzicht.
4. **Hebben jullie ook een keuzemogelijkheid voor de leden betreffende de contracten, dus meerder aanbieders voor een vergelijkbaar product?**
Dat is niet standaard maar we streven er wel naar. Het lukt niet altijd op alle vlakken omdat er soms maar één aanbieder is zoals bij auteursrechten. Soms is het zo dat er één uit springt en dan gaan we daarvoor. We spreken nooit exclusiviteit af.
5. **Hebben jullie je leden gesegmenteerd?**
Zo ja, bieden jullie de verschillende groepen leden verschillende collectieve contracten aan?
Ja we onderscheiden zeven sectoren. We gaan uit van een mantel overeenkomst. We gaan een afspraak aan waar in principe alle leden gebruik van kunnen maken. De leden kunnen vervolgens zelf een keuze maken of het desbetreffende voordeel interessant is voor hun.
6. **Controleren jullie regelmatig of de collectieve contracten nog aan de wensen van de leden voldoen?**
Ja we toetsen op markt conformiteit. We informeren ook regelmatig bij andere brancheorganisaties.
7. **Op welke manier peilen jullie de behoeftes van de leden om eventueel nieuwe collectieve contracten aan te gaan?**
Op de website hebben we een apart venster met ideeën en suggesties. Ook de buitendienst peilt wat de behoeftes zijn, zij zijn eigenlijk de oren en ogen in het veld. Ook kijken we zelf wat interessant is en worden we ongevraagd benaderd door organisaties voor het aangaan van een overeenkomst.
8. **Benaderen jullie bedrijven ook zelf om een collectief contract aan te gaan?**
We worden regelmatig benaderd met een concreet voorstel. We kijken ook zelf waar kansen liggen en benaderen partijen vervolgens zelf.
9. **Hebben jullie samen met andere brancheorganisaties gewerkt om een collectief contract af te sluiten waardoor er betere voorwaarden konden worden bedongen?**
We hebben contacten met andere brancheorganisaties waarmee we informatie uit wisselen. Alleen de brandstofkortingsregeling (tankpassen) hebben we uitbesteed bij een andere brancheorganisaties omdat zij het systeem al helemaal hadden ingericht.
10. **Op welke manier communiceren jullie de collectieve contracten naar de leden toe?**
Doormiddel van de website waarin een aparte pagina is voor ledenvoordeel, we hebben een nieuwsbrief en een magazine. Ook brengen we jaarlijks een boekje uit met ledenvoordeel. We werken sporadisch met directe mails Telefonie gebruiken we ook nauwelijks, we zijn van mening dat de ondernemers al genoeg lastig gevallen worden.
11. **Toetsen jullie wat het effect is van de samenwerkingsovereenkomsten die jullie aan gaan op het imago van jullie organisatie? Zo ja, op welke manier?**
Niet direct op het imago. We krijgen wel signalen terug van leden. We toetsen wel het succes doormiddel van het aantal deelnemers. We verlenen in beperkte mate onze naam en logo. We zijn wel terughoudend, we houden zelf de regie. We willen wel graag dat de contractant op de website een aparte omgeving creëert voor hun leden. We besteden dus ook uit maar er moet wel afgetikt worden.

UNETO-VNI

1. Hoe is jullie pakket van financiële voordelen tot stand gekomen?

Aanvankelijk was sprake van een min of meer 'toevallige' match, op grond van aanbod uit iemands netwerk en van vraag uit de achterban.

Met de toename van het aantal cont(r)acten, ontstaat dan vanzelf een proces waarbij meer pro-actief en gestructureerd wordt gekeken waar omissies in het pakket zitten.

Vervolgens is er beleid geformuleerd, teneinde de transparantie te bevorderen, de 'overkill' aan aanbiedingen te beheersen en de beheerkosten te beteugelen. Belangrijk daarbij is dat wij niet uitsluitend op financiële voordelen focussen, maar vooral ook op kwaliteit.

2. Stellen jullie eisen of hebben jullie criteria opgesteld waaraan een collectief contract moet voldoen? Zo ja, welke?

De belangrijkste eis is dat het moet passen in de geformuleerde strategie van de brancheorganisatie. Kort door de bocht betekent dat dat een collectief contract moet bijdragen aan het bedrijfsrendement van de individuele leden ofwel ondersteunend is aan de bedrijfsvoering, door kwaliteitsverhoging, efficiencyverbetering en/of kostenverlaging.

Daarnaast mag het niet concurreren met de core business van eigen leden.

Ook hebben we toetspunten m.b.t. de aanbieder: is hij een 'A-merk', landelijk operationeel e.d. en welke meerwaarde heeft een contract t.o.v. geen-contract.

Voorts wordt gesondeerd of de leden wel behoefte hebben aan een dergelijke propositie.

3. Onderscheiden jullie je voordelen in categorieën?

Ja, maar uitsluitend naar inhoud van het aanbod.

4. Hebben jullie ook een keuzemogelijkheid voor de leden betreffende de contracten, dus meerder aanbieders voor een vergelijkbaar product?

In principe niet, maar het komt voor dat de core business van een aanbieder overlapt met de side business van een andere aanbieder.

5. Hebben jullie je leden gesegmenteerd?

Zo ja, bieden jullie de verschillende groepen leden verschillende collectieve contracten aan?

Ja, wij hebben onze leden gesegmenteerd, maar niet voor de collectieve contracten.

Het aanbod van de collectieve contracten is voor alle leden, maar vanzelfsprekend is het ene contract voor een specifieke doelgroep (bijv. installatiebedrijven) veel interessanter dan het andere (bijv. technische detailhandel) en v.v.

6. Controleren jullie regelmatig of de collectieve contracten nog aan de wensen van de leden voldoen?

Dit punt meegenomen in het tweejaarlijkse Leden tevredenheidsonderzoek. Voorts vindt ad hoc sondering plaats, naar aanleiding van signalen of in verband met komende contractverlenging.

7. Op welke manier peilen jullie de behoeftes van de leden om eventueel nieuwe collectieve contracten aan te gaan?

Op dezelfde wijze als bij vraag 6.

8. Benaderen jullie bedrijven ook zelf om een collectief contract aan te gaan?

Dat komt voor; met name i.g.v. vergelijkend shoppen.

9. Hebben jullie samen met andere brancheorganisaties gewerkt om een collectief contract af te sluiten waardoor er betere voorwaarden konden worden bedongen?

Nee, maar er is wel ad hoc communicatie over bijv. ervaringen met een bepaalde aanbieder.

10. Op welke manier communiceren jullie de collectieve contracten naar de leden toe?

Op de besloten ledensite is een speciale site over collectieve contracten en andere samenwerkingsverbanden waar voor de individuele leden profijt is te behalen.

Nieuwe contracten worden dan ook op de openings-nieuwssite geplaatst.

Voorts is er een flyer met het complete overzicht; deze wordt regelmatig geüpdatet.

11. Toetsen jullie wat het effect is van de samenwerkingsovereenkomsten die jullie aan gaan op het imago van jullie organisatie? Zo ja, op welke manier?

Nee, dat wordt niet getoetst, maar wij horen wel geluiden dat het beschikken over zo'n pakket nieuwe leden over de drempel helpt. Voorts weten we uit ervaring dat goede contracten leden ervan kunnen weerhouden om het lidmaatschap op te zeggen.

Bijlage 18 Voorbeeld winst- en verliesrekening

Brutoresultaat 2005 moet zijn €155.640 i.p.v. €165.640. Netto resultaat wordt dan €48.230

Overzicht winst- en verliesrekening "Kapsalon 6791" (afgerond op € 5,—)

	<u>2005</u>	<u>2006</u>	<u>2007</u>
Netto-omzet	€ 184.695	€ 180.535	€ 194.510
Kostprijs-omzet	<u>€ 29.055</u>	<u>€ 28.400</u>	<u>€ 29.645</u>
Brutoresultaat	€ 165.640	€ 152.135	€ 164.865
<u>Bedrijfskosten</u>			
Personeelskosten	€ 67.325	€ 56.455	€ 59.130
Huisvestingskosten	€ 10.940	€ 12.120	€ 13.270
Reclame-/verkoopkosten	€ —	€ 1.940	€ 1.510
Algemene kosten/Renten	€ 23.165	€ 25.540	€ 22.185
Afschrijvingen	<u>€ 5.980</u>	<u>€ 5.275</u>	<u>€ 4.305</u>
Totale bedrijfskosten	€ 107.410	€ 100.330	€ 100.400
Netto resultaat	<u>€ 58.230</u>	<u>€ 51.805</u>	<u>€ 64.465</u>

Bijlage 19 Voorbeeld collectief contract

Samenwerkingsovereenkomst

DLT Media BV – De Leestafel
Kryptonstraat 2
2718 TD Zoetermeer

hierna te noemen DLT

en

ANKO, Algemene Nederlandse Kappers Organisatie
Gooierserf 400
1276 KT Huizen

hierna te noemen ANKO

maken de volgende afspraken:

1. Uitgangspunten

- 1.1 DLT levert binnen Nederland tijdschriftenpakketten aan o.a. kappers.
- 1.2 ANKO is een branche organisatie die de belangen van aangesloten kappers behartigt.
- 1.3 DLT heeft binnen haar abonnementsbestand een groot aantal kappers. Deze bestaande abonnees hebben zich individueel geabonneerd bij DLT. DLT heeft in haar bestand zowel ANKO leden als niet ANKO leden. Van de abonnees bij DLT die ANKO lid zijn, heeft DLT hiervan +/-50% geworven op eigen initiatief.
- 1.4 Alle ANKO leden blijven leden van de ANKO.
- 1.5 Alle abonnees van DLT blijven eigendom van DLT.
- 1.6 Geheimhoudingsverklaring
 - 1.6.1 Alle informatie die bovengenoemde ondernemingen wederzijds aan elkaar verstrekken met betrekking tot de onderneming in het algemeen, elkaars marketing en communicatiestrategieën, adressenbestanden en andere data zal door partijen strikt geheim worden gehouden.
 - 1.6.2 Informatie en met name de adressenbestanden zullen niet voor andere doeleinden worden gebruikt dan voor onderling tussen partijen overeengekomen marketinginspanningen.
 - 1.6.3 De informatie omtrent elkaars bedrijven, met name de adressenbestanden worden op een zodanige manier bewaart, dat ongeoorloofde toegang hiertoe wordt voorkomen. Partijen maken geen kopieën van de Informatie.
 - 1.6.4 Op deze geheimhoudingsverklaring is Nederlands recht van toepassing. Geschillen voortvloeiend uit deze geheimhoudingsverklaring worden beslecht door de arrondissementsrechtbank te Den Haag.
- 1.7 Middels deze overeenkomst trachten partijen structureel samen te werken teneinde de leden van de ANKO een prijsvoordeel te geven op de producten van DLT.

2. Voordeel en voorwaarden voor ANKO leden

- 2.1 ANKO leden krijgen in het eerste abonnementsjaar voorafgaand aan de abonnementsperiode 3 maanden gratis en een leesrek kado. Deze startersaanbieding geldt voor zowel het Leestafelpakket als het Selectpakket. De korting van de startersaanbieding in het eerste jaar is altijd groter dan de structurele korting in het tweede jaar.
- 2.2 De startersaanbieding geldt alleen voor nieuwe abonnees die zich bij DLT aanmelden en ook lid zijn van de ANKO.

- 2.3 Vanaf het tweede abonnementsjaar krijgt een abonnee bij DLT die ook lid is van de ANKO nog eens een korting van € 12,00 over dat betreffende abonnementsjaar.
- 2.4 Voor bestaande abonnees bij DLT die ook lid zijn bij de ANKO geldt het structurele voordeel ook vanaf het tweede jaar. De korting gaat pas gelden vanaf de verlengingsdatum van het abonnement, ook als het abonnement al langer dan 2 jaar heeft gelopen.
- 2.5 Abonnees die zich als lid uitschrijven bij de ANKO worden per volgende facturatieperiode opgehoogd naar de reguliere abonnementsprijzen.
- 2.6 De voordelen voor de leden van de ANKO gelden zolang de samenwerkingsovereenkomst tussen partijen geldt. Mocht de samenwerkingsovereenkomst beëindigd worden dan wordt per volgende facturatieperiode de abonnementsprijs aan de reguliere abonnementsprijs van DLT aangepast.

3. Exclusiviteit en best deal principe

- 3.1 ANKO en DLT spreken af exclusief samen te werken op het aanbieden van een tijdschriftenpropositie aan kappers in Nederland.
- 3.2 ANKO streeft er naar al haar leden hetzelfde voordeel aan te bieden. ANKO leden worden door DLT geen betere aanbieding gedaan dan de geldende korting zoals in deze overeenkomst is opgenomen.
- 3.3 De aanbiedingen en kortingen volgende uit dit contract gelden alleen voor ANKO leden en dus niet voor niet-ANKO leden en oud-ANKO leden.

4. Werkwijze

- 4.4 Maandelijks stuurt de ANKO een lijst met ANKO leden die hun ANKO lidmaatschap hebben beëindigd. DLT zet deze exit-leden om naar de reguliere DLT prijs.
- 4.5 Maandelijks stuurt de ANKO een lijst met nieuwe ANKO leden, waarna DLT éénmalig een gratis pakket naar de deze nieuwe leden toestuur.

5. Marketing

- 5.1 DLT zal 3 mailingen per jaar naar ANKO leden verzenden. De ANKO stelt briefpapier en enveloppen ter beschikking. De tekst en aanbieding wordt in samenspraak opgesteld. De exacte data kunnen binnen een bepaalde periode variëren en worden in onderling overleg vastgesteld. DLT geeft de voorkeur de mailingen te verzenden in januari (ltp), mei (Select), oktober (ltp/Select).
- 5.2 1 x per jaar wordt de aanbieding via een Insert in kappersnieuws kenbaar gemaakt.
- 5.3 1 x per jaar verschijnt er een redactioneel artikel in kappersnieuws (mogelijk in zelfde editie als insert).
- 5.4 Tijdens de jaarlijkse kappersbeurs worden er folders uitgedeeld.
- 5.5 De e-mail adressen van de ANKO leden worden getest op het informeren over de ANKO-DLT propositie, bij succes zal de aanbieding via e-mail herhaald worden. DLT levert hiervoor de initiële tekst aan.
- 5.6 De ANKO zal de producten van DLT jaarlijks kosteloos opnemen in de ANKO wegwijzer.
- 5.7 DLT zal redactionele tekst aanleveren voor op de ANKO website en elektronisch nieuwsbrief.
- 5.8 DLT levert een banner aan voor op de web site van de ANKO. De ANKO zal deze banner kosteloos plaatsen.
- 5.9 Voor invulling en planning van alle bovengenoemde gezamenlijke marketing activiteiten geldt, dat betreft de uiting en exacte data, hiervoor onderlinge afstemming tussen partijen dient plaats te vinden. Tevens geldt voor bovengenoemde gezamenlijke marketingactiviteiten dat deze kosteloos geschieden. Uitzondering zijn de mailingen, waarbij de uitvoering en kosten voor porto en verpakken bij DLT liggen.

6. Periode

- 6.1 Deze overeenkomst gaat in per 1 januari 2007.
- 6.2 Deze overeenkomst wordt aangegaan voor een periode van 3 jaar, met inachtneming van een opzegtermijn van 6 maanden, waarna deze overeenkomst telkens met een jaar wordt verlengd.




7. Veranderingen organisatorisch en product

7.1 Beide partijen spreken af dat veranderingen in hun diensten / producten / organisatie, die invloed kunnen hebben op deze samenwerking tijdig kenbaar gemaakt dienen te worden.

8. Operationeel

8.1 Een opsomming van de overige operationele punten die uit deze overeenkomst volgen staan hieronder vermeld:

- De bestanden van DLT dienen gecontroleerd te worden op lidmaatschap van de ANKO. In april 2006 is dit door de ANKO voor het laatst gedaan. DLT kan nogmaals een overzicht sturen van haar kappers, waarna de ANKO-leden hieruit gefilterd kunnen worden. Voor eind december 2006 zal dit nogmaals gebeuren. Dit zal 2 x per jaar herhaald worden in de maanden juni en december.
- De 3 mailingen per jaar worden verpakt en verzonden door DLT. DLT geeft de voorkeur aan dit te doen in de maanden januari, mei en oktober. Er wordt gezamenlijk een brief opgesteld. DLT zorgt voor de eerste opzet. FIAT volgt door ANKO. De brief wordt door ANKO van een digitale handtekening voorzien. Vervolgens stelt de ANKO de gegevens van haar leden (NAW + contactpersoon), alsmede briefpapier, enveloppen en een digitale handtekening van de ANKO-verantwoordelijke ter beschikking. DLT draagt de kosten voor het verzenden en verpakken van de mailingen.
- Tijdens de kappersbeurzen in Kortrijk (België) en Rotterdam (NL) zal de ANKO flyers over de producten van DLT uitdelen. Hoe dit zal gebeuren (actief of passief, met of zonder medewerker DLT) dient in onderling overleg nog bepaald te worden.
- DLT wil jaarlijks het personeel van de ANKO een gratis pakket aanbieden. Voor de zomervakantie (juli) of voor de Kerstdagen (december). ANKO geeft vooraf aan deze periode de exacte aantallen door.
- DLT is van mening dat de producten van DLT buitengewoon geschikt zijn om gezamenlijke acties te doen om nieuwe leden te werven voor de ANKO. Bijvoorbeeld door voor nieuwe leden de Leestafel gedurende de eerste 6 maanden gratis aan te bieden (3 maanden op kosten van DLT en 3 maanden op kosten van de ANKO). Dit onderwerp dient nog nader besproken te worden.
- De toezegging inzake de administratiekosten, zoals besproken met Rob Vos, is dat er jaarlijks (december) wordt bekeken hoeveel ANKO-leden er een abonnement bij DLT hebben en dat de ANKO DLT jaarlijks de volgende factuur stuurt: Aantal abonnees x € 1,00 = € xxx (excl. BTW) administratiekosten.

ANKO

Name: R. Vos

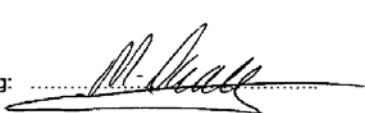
Date: 23/01/07

DLT Media

Name: M. Ouass

Date: 25-01-2007

Handtekening: 

Handtekening: 

Bijlage 20 – Berekening ledenwerver

Kosten ANKO ledenbezoeker (auto-, pensioen- en salariskosten)	€64.000
Contributie-opbrengsten lid per jaar	€ 500

500×5 (jaar lid) = €2500	$€64.000 / €2500 = 26$ (25.6) leden per jaar
500×7 (jaar lid) = €3500	$€64.000 / €3500 = 19$ (18.3) leden per jaar
500×10 (jaar lid) = €5000	$€64.000 / €5000 = 13$ (12.8) leden per jaar