



¡Qué difícil es conseguir gente para trabajar en un centro de jardinería!

Si duda, es una de las preocupaciones más relevantes en nuestro sector. Imposible (casi) entrevistar a personas que tienen experiencia de otros centros similares o que tienen formación sobre plantas o ventas. Cada vez más hay canales de distribución comercial que requieren personal y ofrecen mucho valor a su empresa para fidelizarlos. Os pasamos algunos puntos clave.

Éstas son nuestras 6 sugerencias para ser más competitivos y contratar nuevo personal:

Disponer de un garden donde apetezca trabajar. Parece muy obvio, pero no es lo mismo ofrecer trabajo en un centro que esté anticuado, caluroso o desordenado a uno más actualizado, bien gestionado y con un equipo de gente responsable. Un lugar de trabajo del que te sientas orgulloso/a y que te apetezca decírselo a todos tus amigos y familia. A todos les apetece decir que trabajan en ese negocio próspero y de moda de su zona. Hazlo atractivo.

Horarios flexibles. Conocemos que siempre hay dudas de si ofrecer al cliente un horario partido o continuado que significa tener más personal para hacer turnos y crear las rotaciones necesarias. Ahí no podemos ayudarlos. Pero si los horarios pueden combinarse bien entre semana y el fin de semana, es más fácil conseguir personal que se adapte a distintos horarios comerciales en función de cada temporada.

Perspectivas de crecimiento. Por una parte, es muy cómodo hacer siempre las mismas labores en un garden, acomodarse y dominar el puesto, pero por otro lado es muy incentivante saber que puedes progresar en una tienda, aspirar a subir un escalón en el organigrama y que existen realmente posibilidades de crecimiento.

Otro de los puntos destacados es ofrecer un **salario en línea con el mercado** de vuestra zona comercial y, los incentivos económicos. ¡Qué difícil parece eso! Pero si pudierais disponer de cifras por secciones y globales para compartir con vuestro equipo y propusierais incentivos en función de aumentos de venta, sería genial y muy motivador ese nuevo puesto de trabajo.

Otra recomendación de la AECJ es hacer un buen **manual de bienvenida del garden** donde se explique la filosofía del mismo, el funcionamiento de todas las secciones, cómo es el equipo que quiere, etc. Cuando un candidato/a ve que la empresa está bien estructurada le inspira más confianza y ganas de trabajar ahí.

Y finalmente, agregamos la **Formación**. La Formación es un capítulo que hay que tener en cuenta a la hora de ofrecer un puesto de trabajo, para ello la AECJ dispone de webinars en el área privada de la web para que los empleados que ayudarán a facilitar conocimientos sobre todo tipo de materias (plantas y complementos) para que estén mejor preparados y se sientan más seguros a la hora de vender.

Santiago González Soriano, Director de la AECJ desde 1995.