



Obdulio Sanchez

Graduado em Engenharia Química, Sanchez trabalhou por 24 anos no grupo L'Oréal nas áreas científica, industrial, marketing e comercial. Após sair da empresa, abriu uma perfumaria, onde percebeu que o treinamento dos funcionários gerava um bom retorno. Daí surgiu a idéia de criar a Avantti, empresa especializada em consultoria



TRABALHE COM FOCO NA SATISFAÇÃO DOS CLIENTES

Empresários de sucesso já perceberam que para que os clientes retornem aos seus salões é preciso fazer mais do que cortar, colorir, relaxar, depilar, cuidar das unhas, etc...

É necessário focar na satisfação. Quando os clientes saem do salão eles levam um resultado e uma sensação. Quanto melhor for a sensação maior a chance de retorno.

Atribuem à Freud a frase *“Louco é a pessoa que faz sempre as mesmas coisas esperando que um dia os resultados sejam diferentes”*.

Para conseguir resultados diferentes, alguns empresários estão dividindo os serviços em três grandes grupos:

1. **ESTRATÉGICOS / COMPLEMENTARES / ESTENDIDOS**

SERVIÇOS ESTRATÉGICOS:

São aqueles que representam a especialidade do seu salão, como corte, tratamento capilar, relaxamento, coloração, etc.

Para realizar estes serviços no seu salão, os clientes estão dispostos a pagar um pouco mais porque reconhecem que a sua qualidade é boa e que não os encontram em qualquer salão.

Se você cobra R\$ 50 , R\$70 ou R\$ 80,00 para cortar um cabelo ou fazer uma coloração os clientes pagam com satisfação e voltam ao salão.

SERVIÇOS COMPLEMENTARES

São aqueles que facilitam a execução dos serviços estratégicos e valorizam seus resultados, como lavado e secado.

Não conheço nenhum cliente que não deseje lavar e secar seus cabelos quando vai ao salão, no entanto, em função dos altos preços cobrados, muitos clientes dizem que já lavaram os cabelos em casa ou que preferem secar ao ar livre.

Dificultar que o cliente faça esses serviços no salão tem conseqüências drásticas, como; - Não desfrutar do prazer de um bom lavatório, - Maior dificuldade para realizar certos serviços, - Impossibilidade de avaliar e valorizar os resultados.

Para evitar esse tipo de problema muitos empresários estão revendo os custos desses serviços com o objetivo de repassar unicamente esses custos aos preços dos serviços estratégicos. Alguns donos de salão insistem em cobrar estes serviços à parte alegando que têm que pagar comissões a quem lavou ou secou, enquanto as clientes dizem que isso é um problema interno de administração do salão e não delas.

SERVIÇOS ESTENDIDOS

São aqueles que não fazem parte da lista de preços, como saber ouvir os clientes, fazer um diagnóstico, fazer propostas de serviços e dar conselhos de manutenção, além das regras de boas maneiras de receber os clientes no salão.

Na maioria dos casos de insatisfação com o resultado dos serviços, não tem origem técnica, e sim com a falta de cuidados com os serviços estendidos.

Os clientes sabem que os profissionais já ganham para prestar esses serviços , e que quando não o fazem, eles têm a sensação que estão sendo lesados.

Pense nisso, faça suas contas e trabalhe com foco na satisfação e no retorno de seus clientes.

**Um forte abraço e até a próxima,
Obdulio Sanchez**