



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



A VANTAGEM DE NÃO SER CABELEIREIRO

Nestes últimos três anos tenho observado um grande crescimento na participação de investidores “não cabeleireiros” no mercado de salões de beleza.

São empresários que não têm paradigmas com relação à profissão e por isso encaram o salão como um negócio que precisa dar lucro para se desenvolver.

Isso significa ser mais exigentes na contratação de mão-de-obra, trabalhar com objetivos claros, integrar suas equipes no estabelecimento de metas, trabalhar com regras de funcionamento claras, programas de formação e reciclagem para suas equipes, plano de desenvolvimento pessoal e profissional, incentivo aos estudos, etc.

Esses empresários cobram resultados, mas estimulam suas equipes, oferecendo-lhes algum tipo de bônus ao atingem as metas estabelecidas.

Em geral não estão preocupados com o estrelismo dos profissionais, uma vez que para eles, as estrelas são os clientes. Tudo é preparado com foco na satisfação dos clientes e a partir disso surgem as estratégias de desenvolvimento.

Essa diferença de cultura, postura e de organização está fazendo com que seus salões cresçam acima da média dos seus concorrentes.

Curiosamente esses salões apresentam uma taxa de evasão de clientes e de profissionais menor do que as da concorrência.

Ao mesmo tempo estamos observando que a maioria dos profissionais de melhor nível cultural prefere trabalhar em salões que tenham regras claras, que sejam mais exigentes com as equipes e que ofereçam melhores condições de trabalho e desenvolvimento pessoal e profissional.

Diante dos resultados que tenho visto, posso afirmar que para essa nova geração de empresários, os “profissionais estrelas”, que se sentem acima do bem e do mal, mais importantes que a empresa, ou que os próprios clientes, não faz parte dos seus planos.

Creio que essa é uma tendência sem volta, na medida em que atende os interesses dos clientes, e são eles que pagam as contas e ditam as regras do mercado.

Fique ligado, para depois não chorar sobre o leite derramado.

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