

Ukážte svoju najlepšiu tvár



Starostlivosť o pleť zaživa celosvetovo obrovský rozmach vďaka zvýšenej informovanosti spotrebiteľov, pokroku vo formuláciách produktov a vzostupu e-commerce. Čoraz viac mužov aj žien sa zaujíma o ošetrenie pleti a anti-aging produkty. Treba však povedať, že starostlivosť o pleť nie je len trend, ktorý prichádza a odchádza – je to základná súčasť každodenného života.

Starostlivosť o pleť na celý život

Predvianočné obdobie je ideálnym časom na zlepšenie vzťahov so zákazníkmi a zvýšenie tržieb. S využitím špeciálnych ponúk, efektívnej komunikácie a kvalitnej služby si môžete byť istí, že vaši klienti budú spokojní a radi sa k vám vrátia. Nechajte sa inšpirovať radami odborníkov, ako je zakladateľka Repêchage® Beauty From The Sea®, Lydia Sarfati, a ukážte svoju najlepšiu tvár – každý deň, nielen počas sviatkov.

Naplánujte si svoju marketingovú stratégiu nielen na sviatočné obdobie, ale aj na nasledujúci rok. Úspešný biznis si vyžaduje jasnú víziu a flexibilitu.

Od salónu k značke: *Ako vytvoriť nezabudnuteľný zákaznícky zážitok*

V 70. rokoch prevládal názor, že „nikto sa nestará o pleť – každý sa zaujíma o líčenie a vlasy.“ Potom prišla vlna záujmu o nechty a neskôr o farbenie vlasov. Avšak starostlivosť o pleť tu bola už od dávnych čias. Pozrime sa napríklad na slávnu Kleopatru, kto rá sa kúpala v kozom mlieku. To pravdepodobne kyslo, čím jej poskytlo jednu z prvých foriem exfoliácie – vďaka kyseline mliečnej. Jej legendárna žiarivá pleť nám objasňuje nadčasovú silu účinnej starostlivosti o pleť.

10 kľúčových rád pre úspešnú prax

Dobrá služba nikdy nevychádza z módy

Tajomstvom je byť vždy odhodlaná, tvrdo pracovať a vždy vyzerať upravene. Preto odporúčame každému: vstaňte, pekne, čisto a voňavo sa oblečte, ukážte sa s úsmevom a buďte pripravená na úspech. Nezabúdajte však, nechajte sa aj náležite oceniť. Ste vládkyňou svojho remesla, ktoré, ak ho dokonale ovládate, prinesie svoju úrodu už v prvej žatve.

Prvý dojem je kľúčový

Priemerný človek si vytvorí názor na vás do siedmich sekúnd. Detaily, ako napríklad stav vašej miestnosti na ošetrenie, kvalita ležadla, či čistota priestoru, vôňa, alebo Vaša vlastná pripravenosť, majú veľký vplyv na celkový zážitok klienta.

Detaily rozhodujú



Vo svojej knihe „Success at Your Fingertips“, Lydia Sarfati, legendárna kozmetická ikona, zdôrazňuje „Delightful Details - potešujúce detaily“. Ponúknite klientovi čaj, vypočujte si jeho preferencie a vytvorte atmosféru na mieru – pokoj alebo jemnú hudbu. Dbajte na to, aby sa každý klient cítil vítaný, očakávaný a špeciálny. Nezabúdajte na drobné doplnkové služby, ako sú masáže rúk, aromaterapia, horúci uterák na tvár, či personalizovaný darček. Tieto malé gestá zvýšia hodnotu vašich služieb a zanechajú pozitívny dojem aj u klientky, ktorá nemá práve dobrý deň.

Pridajte hodnotu navyše

Nečakané dotyky, ako už spomínaná masáž rúk, trapéz, dekoltu, či chodidiel, môžu výrazne zlepšiť klientsky zážitok. Dôležité je, aby tieto gestá boli vykonávané s úprimným úsmevom a odborným dotykom. Stroje nás chcú síce nahradiť každým dňom viac, avšak ich dotyk nevyvolá ohňostroj dopamínu v mozgu klienta, ako to dokážu Vaše ruky. Tajomstvo úspechu je doslova vo Vašich rukách.

Dôvera vo vlastnú odbornosť

Ukázať, že ste odborník, neznamená veľa hovoriť. Ide o celkový prejav, komunikáciu a prístup ku klientovi. Kozmetický priemysel sa neustále vyvíja, preto je dôležité držať krok s najnovšími trendmi, technikami a produktmi. Absolvujte odborné kurzy a školenia, ktoré vám pomôžu rozšíriť ponuku služieb, získať nové znalosti, či osviežiť si tie staré. Certifikáty nielen zvýšia vašu dôveryhodnosť, ale tiež zaujmú potenciálnych klientov. Poznajte dokonale svoje produkty, ich konzistenciu, vôňu, nikdy neváhajte „urobiť niečo navyše.“

Ponúknite odporúčania

Každá procedúra by mala začínať dôkladnou konzultáciou a končiť odporúčaním produktov a postupov na doma. Vysvetlite klientovi, prečo sú tieto produkty preňho vhodné. Každé ošetrenie by malo začať osobnou konzultáciou, počas ktorej analyzujete pleť klienta a diskutujete o jeho potrebách a očakávaniach. Týmto spôsobom ukážete svoj odborný prístup a zároveň vytvoríte osobný plán starostlivosti. Klienti budú cítiť, že im venujete pozornosť a dôkladne pristupujete k ich problémom.

Dbajte na udržanie klienta

Zanechať u klienta dojem „wow“ je kľúčom k jeho návratu a k odporúčaniam ďalším. Osobné gestá, ako napríklad rukou písaný ďakovný lístok, malý darček, vzorky produktov na domáce použitie, či dokonalá znalosť účinných látok v produktoch, môžu výrazne zvýšiť lojalitu klienta.

Dobrý prístup k zamestnancom a spolupracovníkom

Ritz-Carlton má výborné motto: „Zaobchádzajte so zamestnancami tak, ako by ste zaobchádzali s hosťami.“ Vytvorenie pozitívnej kultúry v salóne, kde sa zamestnanci cítia vítaní, je kľúčom k celkovej atmosfére a službe. A to by mal pocítiť aj klient. Len tak sa rád vráti do oázy pokoja a spokojnosti.

Budujte si značku a špecializujte sa

Zamerajte sa na špecifické ošetrenia alebo techniky, v ktorých vynikáte. Môže to byť napríklad anti-aging starostlivosť, akné terapia, prírodné a organické ošetrenia, alebo onkologická estetika. Tým si vybudujete silnú reputáciu a klienti vás budú vyhľadávať práve pre vašu odbornosť v danej oblasti. Buďte sama sebe značkou.



Pracujte so spoľahlivými produktmi a ingredienciami

Vaši klienti vám musia veriť, že používate kvalitné a bezpečné produkty. Investujte do profesionálnych značiek, ktoré sú dôveryhodné a efektívne. Informujte klientov o použitých produktoch, ich zložení a prínosoch pre ich pleť. Nebojte sa kombinovať ošetrenia, odporúčať služby, ktoré sú pre Vás novinkou, pokiaľ ste ich absolvovali





na certifikovanom a pokrokovom školení. Klienti majú radi všetko nové a neprebádané.

Venujte pozornosť spätnej väzbe a zlepšujte sa

Požiadajte klientov o spätnú väzbu po každej návšteve. Zistite, čo sa im páčilo a čo by ste mohli zlepšiť. Ich názory vám pomôžu skvalitniť služby a zlepšiť celkový zážitok. Pozitívne recenzie si uložte a zdieľajte na svojich sociálnych sieťach. Na tie menej pozitívne sa neurazte, hľadajte v nich chybičky krásy, ktoré sa sama snažite napraviť na klientke pod Vašimi rukami.

Vytvárajte vernostné programy

Podporte klientsku lojalitu tým, že ponúknete vernostné programy alebo špeciálne akcie. Môže to byť napríklad každé piate ošetrenie zdarma, zľavy pri odporúčaní nových klientov, alebo narodeninové, či rodinné zľavy. Tieto iniciatívy motivujú klientov, aby sa k vám vracali pravidelne. Do úspešných salónov chodia celé rodiny.

Efektívna komunikácia a follow-up

Zákazníkom posielajte pripomienky o nadchádzajúcich termínoch a sledujte ich reakcie na ošetrenia. Po ich návšteve sa môžete klientom ozvať a opýtať sa na ich spokojnosť, reakcie pleti a prípadne ponúknuť ďalšie odporúčania. Týmto ukazujete, že vám záleží na výsledkoch a spokojnosti.

Buďte autentickí

Úspech nie je o tom „predstierať, kým sa to podarí“. Musíte byť autentickí a prepojiť svoju prácu so srdcom a vášňou. Keď pristupujete k práci s láskou, nejde o tvrdú prácu, ale o naplňujúcu cestu.

Dôležitosť obchodného plánovania

Dlhodobý úspech vyžaduje dôkladné plánovanie. V plánovanom preklade knihy „Success At Your Fingertips“, ktorý vyjde v slovenskom jazyku v roku 2025, je obsiahnuté množstvo skúseností a rád, ktoré vám pomôžu zlepšiť vašu prax a pomôžu vám posunúť váš biznis v oblasti starostlivosti o pleť na vyššiu úroveň.

Ukážte svoju najlepšiu tvár pri každom kroku!

Zdroj: Putting Your Best Face Forward ● Lydia Sarfati | September 8, 2024 ● https://www.lydiasarfati.com/blog

