

# ALGUNOS CONSEJOS PARA POTENCIAR TU NEGOCIO DE BELLEZA



# Estrategias para mejorar el rendimiento

Propuestas que generan resultados pensadas para tu negocio de belleza

- Objetivos para ti y tu equipo
- Protocolos de atención al cliente
- Precios, descuentos y cómo aplicarlos

Bonus track: Vales regalo, tu estrategia para fechas especiales

## SHORTCUTS

HOLA, SOMOS SHORTCUTS

Trabajamos con salones de peluquería y belleza proporcionando el sistema de gestión más completo y fácil de manejar del mercado y un equipo de expertos que se encarga de asistirte en incrementar el rendimiento económico de tu negocio y simplificar su gestión.



## MARCA OBJETIVOS AL EQUIPO DE TU SALÓN DE BELLEZA

Cómo personas nos fijamos metas y objetivos a corto y largo plazo en nuestra vida, esto también sucede en los negocios. ¿Qué deseas en tu negocio en 5, 10 y 20 años? Es importante que sin importar el tamaño de tu salón de belleza o estética te fijes objetivos para ti y para todo tu equipo. Para fijar tus objetivos de venta debes de tomar puntos consideración, como el periodo del año, crecimiento general a lo largo del tiempo, el número de trabajadores, y la ventas individuales. A

El momento de fijar los objetivos de venta para tus empleados, debes de tener en cuenta que no se le puede exigir la misma cantidad de número a alguien que acaba de entrar a un empleado que tiene 5 años contigo.

Cada persona tiene diferentes habilidades y niveles de experiencia de acuerdo a las ventas. Los objetivos de ventas tienen que adaptarse a la situación y persona. Asimismo no es lo mismo el mes de diciembre que el mes de agosto, son meses diferentes en los que la gente gasta el dinero en diferentes servicios.





## ¿CÓMO FIJAR LOS OBJETIVOS PARA CADA EMPLEADO?

Puedes fijar una meta fija de ventas cada mes en tu salón de belleza y separar la cantidad entre el staff de tu salón de belleza. Aunque algunos empleados no sean expertos en ventas, si deben de tener un objetivo ambicioso y alcanzable. Pues habrá personal que sea más capaz de conseguir niveles altos de venta.

Para decir cuál es el mejor objetivo de venta para cada empleado, debes de tomar en cuenta las ventas totales del empleado durante la semana precedente, la individualización de problemas, y obstáculos que han podido limitar las ventas durante esa semana, individualización de posibles soluciones y expectativa de ventas del empleado durante la semana siguiente, basada en su experiencia personal.



Una vez que hayas estudiado todos los puntos a consideración, es momento de establecer los objetivos a cada empleado. Debes de hablar cada semana o mes sobre los objetivos que deben de cumplir. Fija metas ambiciosas, para que el empleado se esfuerce y pueda obtener su comisión.



Shortcuts tiene un sistema muy sencillo para establecer los objetivos individuales y de equipo, los puedes establecer en 2 minutos!





## SEGUIMIENTO Y RECOMPENSAS

Puedes crear bonos por llegar a los objetivos y además puedes hacer un bonus extra alguien consigue primero más de las ventas acordadas. Incentivarás la iniciativa personal y que el sistema se ponga en marcha.

Tu como jefe, debes de fijarte metas como: realizar con tiempo campañas de marketing, comprometerte con porcentajes de comisión con los empleados, innovación, herramientas de trabajo y facilitar el trabajo en el salón. En cuestión de 3 meses te podrás dar cuenta cómo está funcionando el sistema, si alcanzaron los objetivos mensuales, es que los objetivos y metas que has puesto son los que funcionan para el salón de belleza y para los empleados. ¡Enhorabuena!

Si de lo contrario en 3 meses no hay ninguna mejoría en ingresos debes de reflexionar sobre la forma en que estás liderando al equipo, que metas te estás proponiendo y la manera de gestión empresarial. Tu equipo incluso puede perder ánimos al ver que todos los objetivos y metas no se han cumplido, debes de evaluar que puedes cambiar y revisar los objetivos.

El último consejo que podemos darte, es de compartir siempre las historias de éxito de tu equipo. Una historia de éxito tiene un poder extraordinario: aumenta la motivación y confiere protagonismo a todas aquellas personas que han logrado alcanzar, y superar, las expectativas. Recuerda que el éxito se logra en equipo.



# PROTOSCOLOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

El servicio al cliente es esencial para el éxito de un salón de belleza, pues no en vano constituye un elemento clave a la hora de marcar diferencias, más importante incluso que el precio de los servicios. De hecho, la mejor o peor atención recibida puede perfectamente ser la razón primordial de que un cliente se decante por un establecimiento u otro.



Te mostramos a continuación una serie de consejos con los que mejorar el servicio y de este modo focalizar mucho mejor el interés de la clientela hacia tu salón de belleza. ¡Toma buena nota de ellos!: Conoce bien al cliente La empatía es una cualidad fundamental a la hora de entender lo que desean y necesitan tus clientes.

## ATENCIÓN PERSONALIZADA

Debes conocer qué es lo que realmente quieren conseguir en tu salón. Piensa que cada cliente es un mundo, por lo que debes saber personalizar, entender cuáles son sus preferencias individuales. Esto te permitirá anticipar tendencias y deseos y, en base a ello, sorprender gratamente a tu clientela. Nadie es infalible y es muy difícil recordar todas las preferencias y deseos de los clientes, asegúrate de tomar pequeñas notas en la ficha del cliente, lo puedes hacer en una tablet, mientras le das la bienvenida, comentas el servicio que le vas a hacer... cualquier oportunidad es buena y te servirá para mejorar su percepción.



## EXPERIENCIA ÚNICA

Crea una experiencia única y presta atención a los detalles. Debes prestar una especial atención al ambiente que rodee tu salón de belleza, dotándolo de una decoración adecuada, un mobiliario confortable, una iluminación agradable, una música relajante y, por supuesto, un equipo lo suficientemente preparado para ofrecer un trato esmerado y profesional a los clientes.

La limpieza y el orden resultan fundamentales en este aspecto, ya que ningún cliente quiere toparse con materiales sucios, desordenados o en mal estado. Sé detallista y ofrece a tus clientes una taza de té o de café, junto a algún snack, mientras aguardan para ser atendidos. También puedes ofrecerles pequeños regalos, tales como muestras de productos o vales descuento para próximas sesiones. Estos detalles no te supondrán demasiado sacrificio y, a cambio, conseguirás aumentar el afecto hacia ti de tus clientes.

## EFICIENCIA Y PROFESIONALIDAD

Ten siempre debidamente informados a tus clientes. Es conveniente que expliques a tus clientes cuánto durará el servicio que vas a llevar a cabo con ellos, procurando siempre ajustarte al tiempo que hayas prometido al respecto. Ten en cuenta que el tiempo es oro para todo el mundo. Puedes ver los progresos de las citas actualizadas al momento, revisar cómo van los servicios del día, la carga de trabajo, y mejorar la productividad de tus empleados si aprovechas los tiempos de espera de los tratamientos y permites que se reserven servicios (se puede hacer en automático en la agenda de Shortcuts).

Del mismo modo, si por cualquier circunstancia o percance, sabes que se van a producir retrasos en las citas concertadas con tus clientes, infórmalos de ello por adelantado y ofréceles, si te es posible, algún tipo de compensación por dicho retraso. Así demostrarás que los valores como se merecen.



Resuelve con honestidad las dudas de tus clientes. Es frecuente que tus clientes tengan dudas sobre determinados tratamientos o servicios, de modo que te consulten al respecto y soliciten asesoramiento. Debes resolver tales dudas ofreciéndoles en todo momento una información clara y, sobre todo, sincera, aconsejándoles en todo momento sobre lo que, en tu opinión profesional, resulta más conveniente para ellos. Ello contribuirá a aumentar la confianza de la clientela en tu negocio.

### SEGUIMIENTO DESPUÉS DE LA CITA

Por último y para saber si has cumplido con todo lo anterior debes tener un control de la opinión que tienen de tí tus clientes y de si realmente han salido satisfechos de tu salón. Si implementas un sistema de valoraciones automáticas, tus clientes recibirán un email dónde podrán expresar su opinión de forma totalmente privada, tu podrás responder y revisar cual ha sido el nivel de servicio recibido y...si has conseguido enamorarlos y la crítica es buena...podrás compartirla en tus redes y web.

El momento de la salida del centro puede ser tan importante como la entrada, sobretodo para aprovechar y agendar la próxima cita. Si es un tratamiento será muy sencillo saber recomendarle cuando debería volver, y si es una cuestión estética es obvio que necesitará volver para mantener el color, el corte, la manicura...tu equipo, como profesionales deben ofrecer buscar la mejor fecha para la siguiente cita.

Valorar la experiencia de tus clientes como un proceso donde todo el equipo interviene es clave para que la percepción del cliente sea perfecta desde que entra hasta que se marcha.

Revisa y analiza con el equipo cómo es la experiencia en tu centro, seguro que encuentras puntos a mejorar, tus clientes sabrán apreciar una atención cuidada y de calidad.



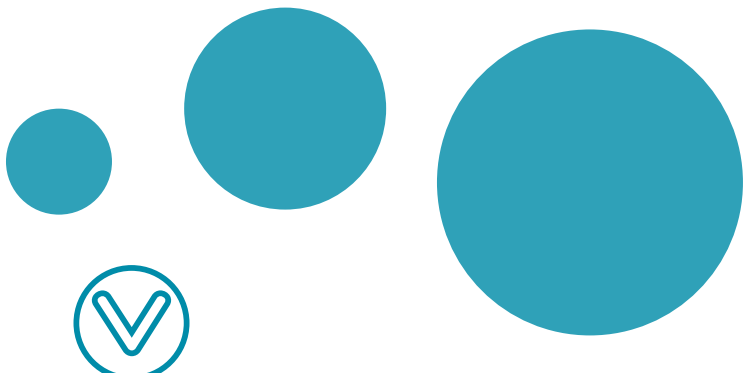


# ESTRATEGIAS DE PRECIOS Y DESCUENTOS



## ¿DEBO OFRECER PRECIOS ESPECIALES Y DESCUENTOS?

Si bien no debes ofrecerlos siempre, debes hacerlo de vez en cuando. El secreto consiste en determinar el momento idóneo y cómo implementar la estrategia. Es posible que entres en pánico cuando no hay movimiento y observas que tus competidores ofrecen descuentos. Los descuentos no constituyen tu única opción, y suelen ser ideales durante un corto plazo. El uso excesivo de descuentos puede mermar tus ingresos y dañar tu imagen.




### LOS PROS Y CONTRAS DE LOS DESCUENTOS

Tanto los descuentos, como los precios especiales pueden impulsar tu negocio. Entre las ventajas mencionamos la facilidad y rapidez de su implementación en la campaña de marketing, así como la obtención rápida de nuevos clientes, aumento de lealtad de tus clientes actuales, introducción eficaz de nuevos productos y servicios, y facilidad para medir resultados a través del programa de gestión. Sin embargo, se derivan algunas desventajas de estas prácticas: creación de una cultura basada en descuentos, reducción de márgenes de ganancias y disminución de confianza de tus clientes.


### ESTRATEGIAS PARA NUEVOS CLIENTES

Las maneras de obtener nuevos clientes es a través de un porcentaje de descuento o de una cifra de descuento fija. Los porcentajes funcionan bien cuando tu salón tiene una amplia lista de servicios. El descuento mínimo debería ser de 25 %. Si decides apostar por un 50 % de descuento tendrás que duplicar el número de citas. El descuento fijo tiene mayor impacto sobre el consumidor, puesto que sabrá cuánto ahorrará, sin embargo el precio de tus servicios más baratos se verán diluidos, mientras que no tendrá gran impacto sobre los más caros.



### ESTRATEGIAS PARA TUS CLIENTES ACTUALES

No compitas únicamente con ofertas y descuentos. Opta por añadir valor. Algunas de las estrategias consisten en ofrecer unos servicios complementarios gratis por tratamientos completos, u obtener un producto gratis por la compra de otro. Piensa en ofrecer regalos, como muestras gratis o tarjetas de regalo. Ofrece promociones especiales para días festivos, ocasiones especiales o lanzamientos de productos y servicios. Incorpora recompensas, gratificaciones e incentivos diseñados a la medida de tus clientes en el programa de gestión. De esta forma podrás analizar el rendimiento de tu negocio.



# VALES REGALO: TU ESTRATEGIA PARA FECHAS ESPECIALES



## ADELANTA TUS VENTAS Y AUMENTA EL GASTO MEDIO

¿Alguna vez te has puesto a pensar sobre cómo los vales de regalos o tarjetas de regalo pueden ayudarte en tu negocio? Los vales de regalo pueden hacer que tu negocio tenga ingresos de otra manera, sin invertir miles de euros.

Es crear un servicio de fidelidad para los clientes existentes y poder atraer nuevos clientes. Todo es muy sencillo, pues en tan solo unos pasos podrás crear una nueva manera para generar ingresos.

Para comenzar debes enfocarte en una táctica de marketing personalizada con esto conocerás las necesidades individuales de cada cliente y los diferentes tipos de servicios que ofreces.

Plantea tu estrategia, puedes ofertar varias tarjetas regalo de varios importes para ofrecer flexibilidad a tus clientes, piensa que así podrás abarcar a un público más amplio y darás opciones tanto para regalos personales como para regalos en grupo (amigos, oficinas...).

## TU DISEÑO...TU IMAGEN DE MARCA...

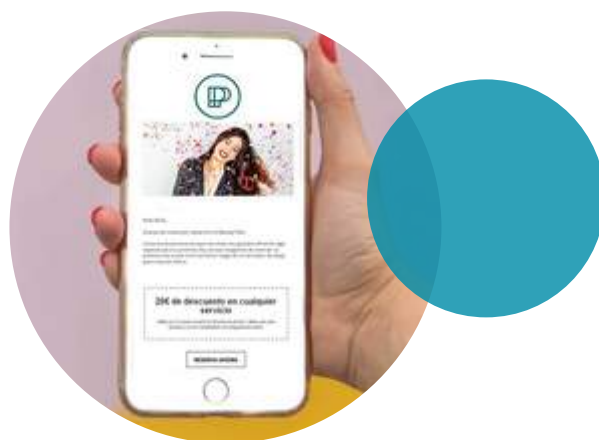
El siguiente paso es crear un diseño que represente a tu salón de belleza o peluquería, intenta plasmar tu imagen en ese vale. Los diseños los podrás cambiar de acuerdo a las temporadas del año, ya sea Día de las Madres, Navidad, San Valentín y un diseño general para un vale de cumpleaños.



Esmérate y crea un vale que el cliente quiera quedarse y guardarlo por su diseño y colores. Cuando ya tengas un diseño presentable, es momento de programarlas en tu programa de gestión. Es muy sencillo y tus clientes podrán canjearlo fácilmente en tu salón de belleza.

### MÁS INGRESOS

Tal vez te preguntes qué sucede cuando algún cliente no canjea su tarjeta de regalo o si pierden la tarjeta. El tener un vale de regalo para tu salón de belleza, spa o barbería, ayuda a generar más ingresos y no perder dinero. Lo que sucede con los vales de regalos es que tu cobrarás al momento de que tus clientes hacen la compra, pues los clientes pagan por anticipado. Así que ya obtienes ese dinero, sin haber aún realizado el servicio. Es por eso la importancia de promocionarlas y esforzarse en crear paquetes atractivos, pues es una venta que ayudará mucho a tu salón.

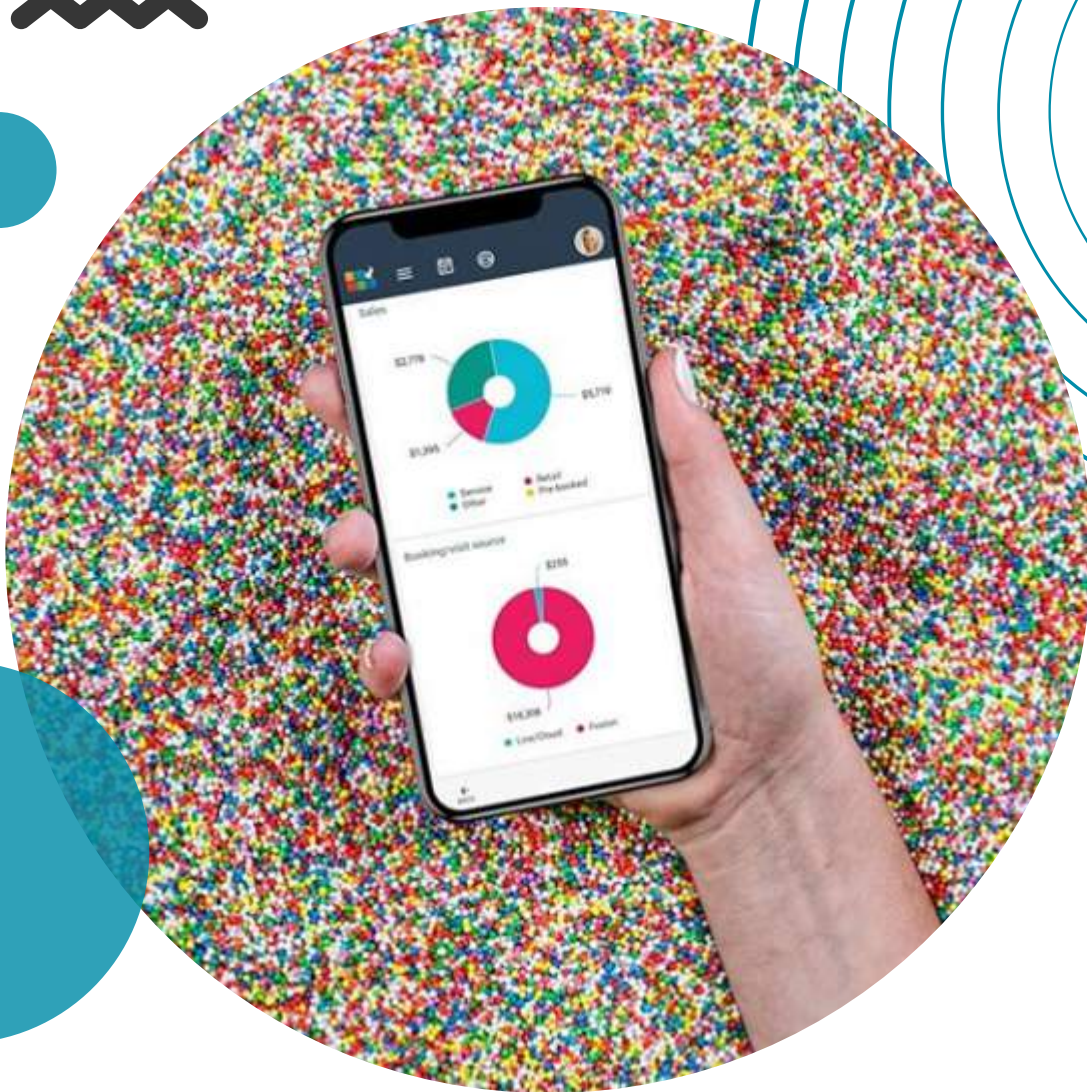


### PROMOCIONA TUS VALES REGALO

Siempre promociona las campañas de vale regalo, publica en tus redes sociales o incluso manda un newsletter sobre ellas. Pon al día a equipo de trabajo sobre estas tarjetas y recuérdales que deben promocionarlas cada vez que hacen un servicio, incluso puedes marcar una meta con tus empleados, el que más venta tendrá un bono mensual. También las puedes colocar en un estante cerca de la recepción o en la entrada para los clientes puedan verlas con facilidad. Aprovecha las temporadas altas como Navidad, Año Nuevo e incluso Día de las Madres pueden ser una excelente oportunidad para sacar más provecho de los vales de regalo.

En esos meses crea un diseño creativo y puedes combinarlo con paquetes de productos para venderlo de forma conjunta y darle una presentación más atractiva. Incluye la táctica de los vales de regalo para generar más ingresos para tu peluquería, salón de belleza o spa. Haz crecer tu negocio con esta técnica de marketing que grandes empresas están haciendo, generando mayores resultados.

SHORTCUTS



ESTO ES SÓLO EL PRINCIPIO...NUESTRO EQUIPO TE ACONSEJARÁ Y TE DARÁ MÁS PAUTAS PARA LO QUE FUNCIONARÁ MEJOR EN TU NEGOCIO. PODRÁS PONER EN PRÁCTICA ESTOS CONSEJOS Y MUCHOS MÁS, TE SERÁ MUY SENCILLO SI CUENTAS CON SHORTCUTS. ¡PONTE EN MARCHA, NUESTRO EQUIPO TE AYUDARÁ A DESPEGAR!



Mejora tu negocio y tu calidad de vida

[www.shortcuts.es](http://www.shortcuts.es)  
[www.softwreshortcuts.mx](http://www.softwreshortcuts.mx)  
[www.softwreshortcuts.com.ar](http://www.softwreshortcuts.com.ar)  
[www.softwreshortcuts.cl](http://www.softwreshortcuts.cl)  
[www.softwreshortcuts.co](http://www.softwreshortcuts.co)  
[www.softwreshortcuts.pe](http://www.softwreshortcuts.pe)