

## **7. SALÕES DE BELEZA**

Olá! Eu sou o Sr. Varejito e juntamente com o SEBRAE-RS estamos disponibilizando uma coleção de oito cartilhas, para auxiliar os pequenas empresas, com dicas incríveis. A coleção terá temas como: Lojas de Confeccões e Calçados, Lojas de Materiais de Construção e Ferragens, Farmácias, Restaurantes, Minimercados, Padarias, Salão de Beleza, Reparadores de Veículos e Oficina Mecânica.  
Vamos lá...mãos a obra e bons negócios!

Diretoria Executiva  
Derly Cunha Fialho - Diretor Superintendente  
José Cláudio dos Santos - Diretor de Gestão  
Susana Maria Kakuta - Diretora de Operações

Equipe Técnica Responsável:  
Edgar Powarczuk - Sebrae/RS  
Marina Bohrer da Silva - Sebrae/RS  
Gisele Coelho Vargas - Sebrae/RS  
Evandro Welp - Sebrae/RS

Colaboração e Redação:  
Adriano Vieira Braga  
Gilca Bellaguarda

Projeto Gráfico, Diagramação,  
Editoração e Revisão Ortográfica:  
Trama Design

Ilustração:  
Adriano Braga

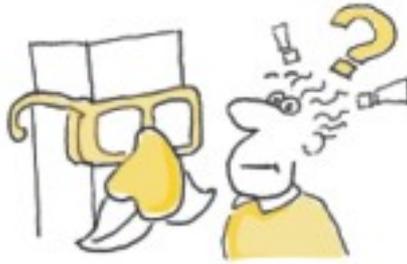
---

B433s Bellaguarda, Gilca Marchesan  
Salões de beleza / Gilca Marchesan Bellaguarda , Adriano Vieira Braga. - Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006.  
34p. ; 21cm (O Que Voc ê Precisa Saber Sobre , 7)  
ISBN 85-86138-92-4  
1. Empreendedo rismo 2. Salão de beleza I. Título II. Braga, Adriano Vieira

CDU 658.016

---

## Você conhece o seu Negócio?



Você já deve ter um bom conhecimento sobre o seu negócio. Porém, o aumento da competitividade e exigência de agilidade requer um conhecimento aprofundado, um domínio dos aspectos que interferem no crescimento e nos resultados da empresa.

Para tanto será cada vez mais necessário CONHECER:

- O funcionamento do mercado em que seu negócio está inserido;
- A forma de atuação dos concorrentes;
- O comportamento de compra dos clientes;
- As necessidades e desejos que os clientes buscam suprir através de seus serviços;
- Se você quer conquistar cada vez mais clientes será necessário oferecer soluções que respondam aos seus desejos e expectativas! Para isso você deve conhecer detalhadamente os aspectos que interferem no comportamento de consumo de seus clientes.

Além disso, toda empresa somente terá sucesso se vender. Muitos negócios começam porque o empreendedor sabe produzir, sabe fazer ou conhece tecnicamente, mas isso não é suficiente; tem de saber vender. A escolha do que vender, para quem, onde e como comporá sempre a decisão mais importante e de maior impacto nos resultados do negócio.

Portanto, agora será analisado como combinar tudo isso para conquistar clientes!

## Você já parou para analisar as evoluções do mercado?

A beleza não agrada só aos olhos. Ela faz bem ao coração e sacia as necessidades do ser humano.

Num país abençoado pela vaidade como o Brasil, é raro encontrar uma mulher que não dedique algumas horas na semana para fazer as unhas, colorir e estilizar os cabelos, fazer depilação ou se maquiar. Ótimo! Este é o mercado da beleza e que vem crescendo a cada ano. E no qual seu negócio está inserido.

## **Você já parou para analisar a evolução e as mudanças que vem ocorrendo neste segmento?**

Os cuidados com a beleza estão começando cada vez mais cedo. Atualmente, é comum encontrar crianças de 3 anos querendo pintar as unhas, cuidar do cabelo. O consumo dos serviços de beleza em negócios como salão de beleza vem sendo cada vez mais intenso, exigente e variado.

Os usuários deste serviço não se restringem mais ao público feminino e com faixa etária entre 20 a 60 anos. Este público consumidor tem crescido não somente em proporções como em características. Cada vez mais adolescentes, homens, mulheres, idosos estão preocupados com sua beleza, com sua saúde e auto-estima.

**Beleza não tem mais idade ou sexo!**

Estes aspectos oportunizam mudanças significativas na forma de oferecer os serviços de um salão de beleza. Permitem uma maior segmentação, ou seja, uma melhor definição do perfil de consumidor e meu negócio quer atingir.

Outro comportamento comum é uma cliente preferir o corte de cabelo em seu salão e manicure e pedicure em outro. Isso se deve basicamente a qualidade dos serviços prestados por você e por seus concorrentes.

### **Se você conhece seu cliente, sabe o que oferecer para obter melhores resultados**

As estratégias do seu Salão de Beleza devem ser definidas a partir do conhecimento sobre o perfil e comportamento de consumo de seus clientes. Para saber o que oferecer e como oferecer você deve conhecer algumas características de seus clientes. Não é mais possível atender a todos os perfis de clientes. Você terá que escolher alguns.

Para fazer esta escolha de cliente-alvo você deve obter algumas informações. Tais como:

- Qual classe social predomina entre os clientes que freqüentam seu salão?
- Qual é a classe social predominante no bairro que seu salão está localizado?

- Quais são as preferências destes clientes? O que eles buscam em um salão de beleza?
- O que é mais importante na hora do cliente decidir qual salão freqüentar?
- Que serviços são mais consumidos?
- Qual é a percepção de preço dos clientes? Como eles estão sentindo seus preços?
- Qual é a faixa etária ou as faixas etárias que freqüentam seu salão?
- Que outras faixas etárias seu salão tem estrutura e serviços para atender?
- Qual sexo predomina em seu salão? Ou você atende somente um sexo?
- Qual a profissão de seus clientes?
- Qual seu estilo de vida?
- Como é seu estilo de consumo dos serviços oferecidos pelo seu salão? Fashion, mais clássico, mais discreto, gosta de novidades, etc.
- Com que freqüência consome os serviços de seu salão?
- Quanto costuma gastar com serviços de um salão?

Com as respostas de algumas destas questões você consegue começar a conhecer melhor seus clientes e definir com mais segurança os que deseja conquistar. Também, saberá que ambiente, que serviços e de que forma oferecer, quanto cobrar e como encantar os clientes.

Você está num mercado cada vez mais competitivo. E hoje quem diz: o que deseja consumir, quanto deseja consumir, como deseja consumir, onde deseja consumir e quanto deseja pagar é o CLIENTE!

### **Porque o cliente escolherá o seu salão?**

Então você acaba de receber mais um desafio: fazer com que as pessoas que são seus clientes-alvo e que já freqüentam outros salões de beleza, passem a freqüentar o seu. E as pessoas que são seus clientes-alvo e ainda não freqüentam estes estabelecimentos, comecem a freqüentar o seu salão de beleza.

Para isso você precisa saber o que fazer para atrair seus clientes-alvo ao seu negócio. Uma forma é respondendo a seguinte questão: "O que devo fazer para que utilizem os serviços da minha empresa? Freqüentem meu salão?"

A expressão que se usa para isto é estratégia de mercado. Você precisa ter a sua. Veja como definir as suas estratégias.

Comece respondendo as questões:

- O que você fará para informar aos interessados em salão de beleza que a sua empresa existe?
- O que você fará para despertar a atenção e o interesse deles?

- O que você fará para que um número suficiente de clientes migrem para o seu negócio?

Os clientes buscam além de bons serviços, vantagens!

Freqüentarão seu salão de beleza se obtiverem maiores vantagens. Descobrir estas vantagens é fruto de percepção, de sensibilidade para com o mercado. Mas o que são vantagens? Geralmente, são pequenos detalhes!

*Comodidade e beleza*

Quando dá prazer freqüentar o ambiente de seu salão de beleza.

*Bom atendimento*

O cliente fica sempre satisfeito mesmo quando seu salão de beleza não dispõe de tudo o que ele deseja.

*Interesse em satisfazer, resolver*

O cliente é sempre ouvido e suas opiniões consideradas.

*Diferenciação*

O cliente percebe algo de especial em seu salão.

*Personalização*

A idéia de que este cliente é especial.

*Confiança e credibilidade*

Você passa a idéia de que a satisfação dele é mais importante para você do que a venda.

*Higiene*

Percebida em detalhes.

*Exposição*

O cliente percebe que para se satisfazer não depende de ação sua, mas do que ele sente no seu salão de beleza.

*Crédito e facilidade de pagamento*

Sua empresa se adapta ao nível de renda do seu público-alvo, ou seja, sua estratégia de preços e pagamentos está alinhada ao perfil de seu público-alvo.

### *Serviços adicionais*

Na prática você entrega satisfação, não somente produtos ou serviços pelos quais o cliente já paga. Oferecer algo a mais.

### *Valorização do cliente, respeito e seriedade*

Os direitos do cliente você reconhece em todos os detalhes de sua operação.

### *Flexibilidade e adaptabilidade*

De algum jeito, seu salão de beleza deve satisfazer

### *Inovação*

Seu salão de beleza está atualizado com técnicas, esta imagem tem de ser constante.

### *Garantias*

Para o cliente ter certeza e confiar em que não terá prejuízos ou danos.

Há também aquelas “vantagens” tradicionais que muitos pensam que são decisivas, mas não são, depende de como você as utiliza e do perfil de seus clientes:

### *Preço*

Nem sempre menor preço significa capacidade de atração de clientes.

### *Variedade*

Nem sempre investir em variedade de equipamentos, serviços e produtos é atrativo.

### *Localização*

Ponto por si só não é fator de sucesso, pois um bom ponto pode ser feito.

**A vantagem certa oferecida ao cliente certo pode gerar uma fidelização**

### **Por que o Cliente vai ao Salão de Beleza?**

Porque você oferece diferenciais que agregam valor aos seus clientes!

Vamos entender melhor esta afirmação. Um cliente consome produtos e serviços onde encontra respostas às suas necessidades e desejos. Estas

respostas estão na forma de serviços, de atendimento, de benefícios como comodidade, conforto, segurança, confiança.

Se você oferecer aos clientes o que ele quer consumir (serviços e benefícios), como ele quer consumir (forma), por quanto ele pode pagar (valor), quando ele quer consumir (disponibilidade) e onde ele quer consumir (ambiente), a probabilidade de conquistá-lo e fidelizá-lo será maior.

Para que você possa fazer esta oferta aos seus clientes, você precisa saber qual é a imagem que eles tem de seu negócio. Como eles percebem seu salão de beleza? O mais caro, o mais barato, o mais atualizado, o mais confiável, o mais acolhedor, o “meu salão”, o melhor atendimento. Depois, compare a imagem que eles tem com a imagem que você deseja que eles tenham de seu salão. Identifique como reforçar junto aos seus clientes a imagem que você quer gravar em suas mentes. A isso chamamos de “posicionamento”, ocupar um lugar na mente de seu cliente-alvo e do mercado como um todo. Para definir seu posicionamento basta você identificar seu maior diferencial competitivo, o fator que faz o maior sucesso junto aos clientes, o principal motivo que os leva a usar os serviços de sua empresa. Após a identificação do seu diferencial competitivo é hora de concentrar suas ações de comunicação nele. Procure reforçar seu diferencial junto aos clientes através de todas as suas ações de comunicação.

Caso você não consiga identificar seu diferencial competitivo ou não tenha um, então pense naquilo que é mais importante para o seu cliente. Após, modifique o que for necessário em seu salão de beleza para que os clientes reconheçam e lembrem de você por este diferencial.

Ao definir seu posicionamento e identificar o diferencial competitivo que deverá fortalecer, você pode perceber que também precisará mexer em seu ponto de prestação de serviço, na estrutura física, no atendimento, nos serviços oferecidos, nas técnicas, na higiene e limpeza, nos equipamentos e até mesmo nos preços. Vale tudo, desde que seja para conquistar seus clientes-alvo com lucratividade!

Agora esta faltando seu cliente ficar sabendo disso! Não basta você ser o melhor, o seu cliente precisa saber que você oferece o melhor para ele! Aqui, a comunicação com o mercado é fundamental.

Como você viu “posicionamento” é encontrar um lugar na preferência do seu cliente-alvo, é ser reconhecido pelo seu diferencial competitivo. Diferencial esse que o cliente-alvo busca quando consome os serviços e seu salão de beleza. É ser melhor que seus concorrentes e fazer uma oferta melhor aos seus clientes! Fácil, simples e gera vendas!

Lembre-se do ditado: “Quem quer ser tudo para todos não é nada para ninguém!”

## Tríplice Aliança



Os resultados e o sucesso de seu salão de beleza dependem do equilíbrio entre três fatores:

- Ponto de Prestação de Serviço (ambiente, estrutura, higiene, equipamentos),
- Serviços (atendimento, atualização e variedade) ,
- Cliente

Basta um deles estar deficiente para gerar impacto desagradável aos resultados, à imagem, à indicação de novos clientes, à fidelização.

Portanto, você precisa monitorar e avaliar constantemente estes três elementos no seu Salão de Beleza e também nos concorrentes. Se você deseja manter sua posição no mercado e ainda crescer é preciso alinhar estes elementos constantemente aos desejos dos clientes.

Olho no comportamento de consumo de seus clientes e na atuação de seus concorrentes!

### **Qual a importância dos serviços oferecidos?**

A composição dos serviços que você vai ofertar em seu salão de beleza deve ser definida a partir da análise do perfil de consumo de seus clientes-alvo. São os clientes que indicam a você que serviços devem ser ofertados e qual a forma de prestá-los.

Também, cabe ressaltar que não basta poucos clientes solicitarem um novo serviço.

Você precisa verificar se existem clientes em número suficiente para suportar os custos do serviço e gerar lucro para seu salão de beleza. Outro ponto a ser considerado é se o serviço vai atrair novos clientes, vai fazer os atuais consumirem mais, vai gerar um impacto positivo na imagem da empresa e se

é estratégico você oferecer o serviço para acompanhar os concorrentes ou trazer inovação ao negócio. Isso se chama estudo de viabilidades. Saber, através de pesquisas, estudos e projeções, se o investimento será bom para a empresa.

## **Mix de Serviços**

Atualmente, existe uma grande variedade de serviços que podem ser oferecidos em um salão de beleza. Vai do corte de cabelos à tatuagem. Porém, alguns cuidados na definição dos serviços a serem ofertados serão necessários. Para definir o mix de serviços ou a ampliação dele, você deve considerar:

- As necessidades e desejos dos clientes
- A estrutura física
- O perfil de consumo dos clientes
- A frequência de compra
- O grau de exigência em relação a estes serviços
- As técnicas e tecnologias empregadas
- A necessidade de constante atualização
- A especialização e perfil da mão-de-obra
- Os fornecedores de equipamentos e produtos

Veja alguns dos serviços que os clientes podem encontrar para consumo um salão de beleza:

Corte, coloração, hidratação, podólogo, manicure e pedicure, maquiagem, penteados, cauterização, limpeza de pele, depilação, massagem relaxante e estética  
maquiagem permanente, bronzamento, tatuagem, piercing.

Lembre-se: Os serviços a serem oferecidos devem satisfazer os desejos de seus clientes e não os seus! Defina seu mix de serviço a partir do perfil e forma de consumir de seus clientes-alvo!

## **Produtos**

É comum encontrarmos nos salões e beleza a oferta de alguns produtos de embelezamento e cosméticos. Estes produtos são considerados complemento à venda. Devem ser oferecidos como uma facilidade aos clientes. Como um serviço complementar. E funcionam muito bem quando estão atrelados a tratamentos capilares, de pele, maquiagens, etc.

O único cuidado é na escolha destes produtos e na variedade. Nunca esquecer que devem ser adequados para seus clientes-alvo!

## **O Ponto de Prestação de Serviço**

Ele é fundamental para o sucesso de seu salão de beleza! Não tanto a localização, mas a sua estrutura, o espaço e a forma como é utilizado este espaço para proporcionar bem-estar, comodidade e conforto aos clientes.

O primeiro passo é conhecer a área física disponível (interna). Depois, fazer um planejamento das necessidades reais e das áreas de serviços, como: sala de depilação e massagem, bancadas de corte, lavatórios, banheiros, recepção, bancadas para manicure e pedicure, bancada para tintura e local de armazenagem de produtos (estoque).

## **Estrutura**

A estrutura básica deve contar com uma área de 20 metros quadrados, espaço suficiente para montar um salão de pequeno porte. O ponto deve ter instalações elétricas e hidráulicas em boas condições, com um ambiente bem iluminado, paredes e pisos claros e laváveis. É imprescindível transmitir a impressão de limpeza.

Para dar tratamento profissional ao negócio, é fundamental oferecer facilidade de estacionamento e ter sala de espera ou pelo menos algumas cadeiras com direito a cafezinho, água, TV ou música ambiente. É o mínimo de conforto a ser oferecido ao público de qualquer classe social.

Cabe lembrar que estrutura também deve estar alinhada com o público que se quer conquistar!

## **Equipamentos e Móveis**

Este é outro item variável, ou seja, depende dos serviços oferecidos e do perfil dos clientes. Mas, ele é essencial para o sucesso do negócio e fundamental para fortalecer sua imagem, seu posicionamento junto ao mercado. Deste item depende a percepção do cliente em relação aos serviços prestados. A percepção entre o que foi prometido e o que o cliente pode experimentar.

Veja abaixo os equipamentos básicos para um salão de beleza de pequeno porte:

- Cadeiras e bancadas com espelhos
- Lavatórios, secadores
- Equipamentos para manicure, pedicure, podólogo,
- Equipamentos para depilador
- Estufas para esterilização
- Cadeiras para espera

Havendo disponibilidade financeira e necessidade de ampliar a oferta de serviços aos clientes é interessante adquirir equipamentos como conjuntos para maquiagem, estética, massagem, além de mesas e cadeiras para manicure, aparelhos de TV, equipamentos de hidratação, etc.

Na hora de adquirir seus equipamentos e mobiliários, opte por aqueles que são compostos por materiais duráveis e de fácil limpeza.

Bancadas e móveis laqueados ou formicados são a melhor opção. Evite cores berrantes nos móveis pois eles terão um desgaste de imagem maior que os mais neutros. Ou seja, a loja se torna cansativa e velha com mais facilidade.

Utilizar bancadas e gaveteiros modulados é uma boa opção para compor o ambiente de trabalho. Os módulos propiciam mudanças sem grandes reformas e ampliações de estações de trabalho com apenas a aquisição de alguns móveis. Evite engessar suas instalações, ou seja, montar uma grande quantidade de estruturas fixas.

Muito cuidado na aquisição dos espelhos do seu Salão de Beleza. Eles precisam ser bons. É muito comum aparecerem espelhos com defeitos e que distorcem a imagem.

**Espelhos devem ter qualidade!**

### **Venda de Produtos e cosméticos**



Se a sua loja também comercializa alguns produtos, tenha cuidado na hora de os expor. Produtos escondidos, mal iluminados e cheios de pó não vendem.

O interessante é que eles estejam próximo ao caixa, pois podem ser consumidos por impulso na hora do cliente fazer o pagamento. Mas é importante que o seu salão utilize estes produtos para que o cliente os conheça e saiba das suas propriedades. Assim ele se sentirá atraído a comprar depois de ver os resultados da aplicação.

Procure desenvolver um espaço especial para expor os produtos. Disponibilize uma iluminação especial e de destaque. Organize os produtos por alguma regra ordenadora, seja ela por marca, por segmento (cabelo, pele, etc) seja até mesmo por cores ou formatos de embalagens. As exposições ordenadas sempre atraem.

O ideal é que estes produtos estejam ao alcance do cliente. Que eles possam pegar as embalagens e obter todas as informações nos rótulos. Também é muito importante que você e sua equipe saibam o máximo de informação sobre os mesmos. Isso passa ao cliente uma sensação de segurança e de que o seu salão possui profissionais atualizados e informados.

## **Layout**

Esta é uma decisão importante em seu salão de beleza. O layout deve facilitar a prestação dos serviços proporcionando aos clientes conforto, bem-estar, comodidade e privacidade.

A disposição da recepção, da sala de massagem/depilação, das bancadas de corte e tintura, dos lavatórios e outros equipamentos devem ser planejados para tornar o ambiente agradável, harmonioso e prático.

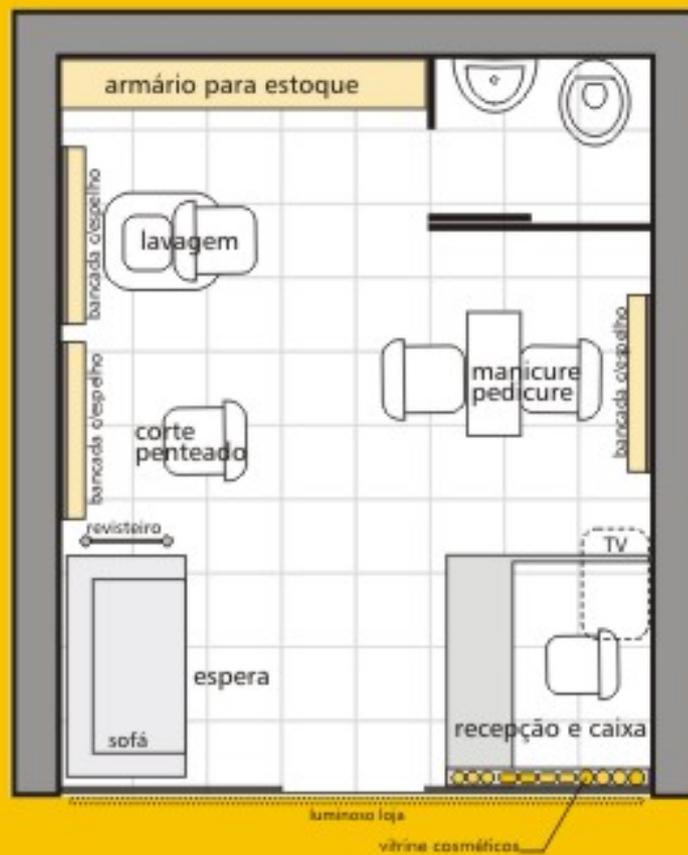
Conforto e bem-estar não podem faltar!

Evite colocar muito à frente da loja atividades que possam expor o cliente a uma situação de constrangimento devido as pessoas que estão passando do lado de fora. Atividades como aplicação de máscaras ou tratamentos de pele, tratamento para os pés e outros.

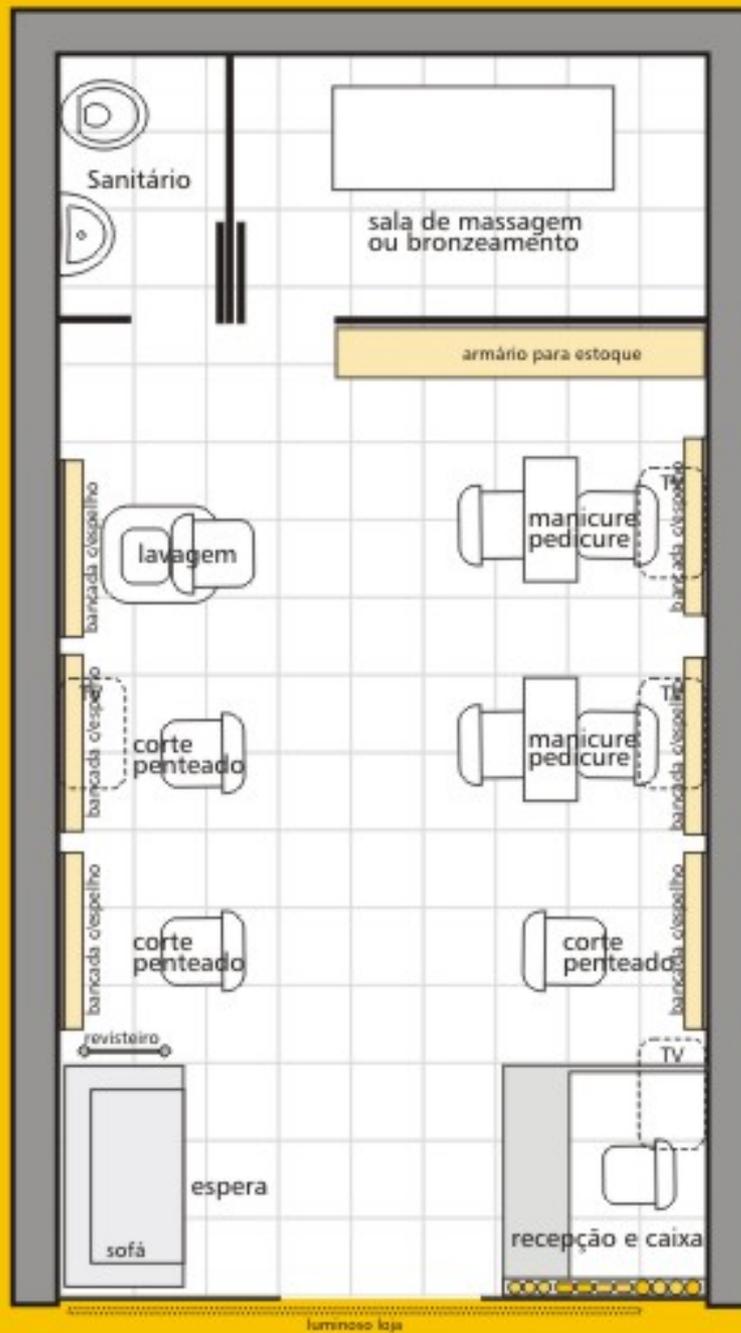
## **Circulação**

É muito comum o proprietário se preocupar com o local onde vai colocar todos os produtos e equipamentos e se esquecer do local onde o cliente vai circular, esperar e pagar. Geralmente estes locais são os que sobram, mas eles possuem grande importância no processo da venda. Ninguém gosta de lugares apertados onde todos se esbarram com frequência. O salão de beleza precisa ter uma boa fluidez!

## Sugestão de Layout loja 20m<sup>2</sup>



## Sugestão de Layout loja 40m<sup>2</sup>



## Iluminação



Outro aspecto fundamental é a iluminação. Salões de beleza são locais que precisam estar bem iluminados. Você deve ter muito cuidado com a iluminação, principalmente nas bancadas de coloração e maquiagem. O efeito da iluminação pode distorcer a percepção do resultado do serviço e causar insatisfação aos clientes. Existem lâmpadas que não possuem uma boa reprodução de cores podendo deixar o seu cliente com um aspecto pálido ou então amarelado. Você não vai querer que o seu cliente chegue em casa se sentindo um palhaço!

## Pisos



Os pisos precisam ser bem avaliados antes de serem escolhidos. Nunca coloque um piso só porque ele é bonito. Eles devem facilitar a limpeza e higienização. Os claros abrem o ambiente e proporcionam a sensação de limpeza. Cuide o tipo de piso a ser usado. Opte por pisos antiderrapantes e de alta resistência à abrasão para agüentarem o alto tráfego e ao impacto de possíveis objetos que caiam ao chão. Alguns são escorregadios e em dias de

chuva podem causar transtornos. Você não vai querer ver o seu cliente esticado no chão do seu salão!

Evite pisos muito desenhados, eles tendem a poluir o espaço. Na dúvida, procure orientação sobre materiais junto a profissionais especializados.

Assim, você evita investimentos errados. Escolha um piso adequado ao seu salão de beleza.

## **Cores**

As cores devem estar em harmonia com a proposta do seu negócio, ou seja, com o ambiente que você quer oferecer ao cliente. Um ambiente mais aconchegante, mais fashion, mais clássico, mais descontraído, mais leve, mais clean.

Nunca esqueça que a composição do ambiente do salão de beleza deve ser a "cara" do seu cliente. O quer dizer isso? Você deve criar um ambiente que esteja alinhado com o perfil, o estilo, o jeito de seu cliente-alvo. A imagem de seu salão de beleza deve identificar o perfil de seus clientes. Assim, os clientes vão se identificar com seu salão de beleza e conseqüentemente freqüentá-lo.

Preferencialmente opte por pinturas com tinta acrílica semi-brilho nas paredes, elas são mais laváveis.

## **Forro**

Forros claros, além de ampliarem o ambiente, ajudam na iluminação do ambiente e passam uma sensação de limpeza. Eles podem ser de gesso acartonado pintado com tinta acrílica, lambri pintado de esmalte sintético acetinado ou de PVC branco.

## **Fachada e Sinalização**



Opte por fachadas abertas e envidraçadas, pois o seu ambiente de trabalho bem organizado e elaborado será um grande cartão de visita para as pessoas que passam.

Sua loja possui uma marca que a identifique? Esta marca é aplicada da mesma maneira e com as mesmas cores em todo o material que você produz? Não? Então corra para arrumar isso! A identidade visual de uma empresa pode ser o bem maior da mesma. Uma loja precisa ser bem identificada. O seu cliente precisa assimilar a sua marca de uma maneira facilitada. Ter a preocupação com um bom letreiro na fachada é o primeiro passo.

Dentro da loja a marca também precisa estar presente, podendo ser aplicada no fundo do caixa, em banners, nos uniformes, nos materiais de divulgação, em um cartão de fidelidade e etc.

Uma tabela de preços bem organizada, contendo todos os serviços oferecidos e seus respectivos valores também fazem parte da sinalização e programação visual do seu salão de beleza. Para o cliente que foi apenas cortar o cabelo, ao ter contato com a tabela de preços, pode estar descobrindo que você oferece outros serviços de seu interesse.

A sinalização das promoções também é muito importante. A promoção, além de ser, ela precisa parecer vantajosa para o cliente. Mas nada de cometer excesso!

## **Limpeza e Higienização**

**Além de estar limpo, o ambiente precisa parecer limpo!**

Higiene é a palavra-chave! É fator do qual você não pode descuidar nunca! É a garantia e segurança para seus clientes! Atenção para:

- Esterilização dos instrumentos (como tesouras, alicates, pentes e escovas), que pode ser feita com o uso de estufa ou por meio de produtos químicos. A boa impressão causada nos clientes é importantíssima para o sucesso do negócio;
- Limpeza dos equipamentos como lavatórios, pias, bancadas, máquinas de corte, etc;
- Limpeza do piso após cortes, penteados, lavagens e tinturas;
- Limpeza das toalhas. No mínimo uma para cada cliente!

- Limpeza e apresentação dos uniformes ou da roupa que os profissionais estão utilizando;
- Limpeza de bacias e potes;
- Apresentação visual dos profissionais;
- Limpeza de cadeiras e organização de materiais como revistas, jornais, encartes e catálogos;
- Limpeza e organização de produtos e ferramentas de trabalho;
- Limpeza dos secadores;
- Limpeza de lençóis e capas utilizadas em depilações e massagens;

É a garantia de sucesso do seu Salão de Beleza!

### Conforto e Entretenimento



Os clientes freqüentam um Salão de Beleza por vários motivos já citados nesta cartilha, saúde, bem-estar, auto-estima, beleza. Mas, também para ter alguns momentos de descontração, de cuidados, de conforto! Para proporcionar isso tudo você deve analisar o perfil de seus clientes e oferecer alternativas de entretenimento! Sim, entretenimento! Para definir o que oferecer como entretenimento você pode fazer uma pesquisa rápida perguntando a eles o que eles gostariam de encontrar no seu salão para seu entretenimento.

Veja algumas opções: música ambiental; DVD; lanche; café, chás, água; revistas; jornais; livros.

Estes são alguns itens que podem ser oferecidos os clientes como forma de proporcionar maior conforto em sua estada no salão. Você deve verificar quais os itens agregam valor ou trazem maior satisfação a seus clientes. Nem todos estes itens combinam com todos os salões. O lanche, por exemplo, pode estar incluso no preço ou pode ser cobrado separadamente. Isso dependerá do tipo

de lanche e do perfil dos clientes. O que importa mesmo é você proporcionar entretenimento aos seus clientes antes e melhor que seus concorrentes!

Lembre-se: você pode ter clientes com vários perfis: crianças, adolescentes, idosos. Pense neles também! Não adianta oferecer um ambiente com música jovem e agitada com inúmeras TVs com videoclips, se o seu público-alvo são pessoas mais idosas.

E não esqueça: seus clientes é que lhe dizem como agregar valor a eles e o que oferecer!

Muito importante administrar os momentos de ócio e ansiedade do cliente, principalmente no momento de espera. Usar de artifícios para entreter o cliente é muito bom.

O tédio faz o tempo se arrastar  
e o interesse faz ele voar

## Pessoal



Nesse ramo de negócios, o profissional atuará além de tudo como um consultor de beleza, orientando e sugerindo a melhor opção e não simplesmente cumprindo as solicitações dos clientes. Muitas vezes, pelo desconhecimento efetivo do resultado final, as pessoas solicitam determinados serviços que o profissional já sabe que não se enquadram com

o tipo físico de um determinado cliente. Então, cabe a ele estabelecer uma boa relação com o cliente para poder evitar um resultado não satisfatório. Um corte de cabelo, um penteado, uma tintura, devem compor um conjunto que agrade o cliente, se enquadre com suas características físicas e esteja de acordo com os ditames da moda. O empreendedor deve estar muito bem informado sobre tendências da moda, novos produtos e tecnologias, além de ter facilidade no relacionamento, ser dinâmico e inovador.

Outro aspecto relevante é a necessidade de constante atualização em técnicas e produtos. Há necessidade de participação em cursos específicos do setor para manter a modernidade e a linguagem utilizada pelos clientes, além de oferecer inovação.

A contratação de profissionais especializados e com experiência também contribui para melhorar a imagem do salão e para conquistar novos clientes.

Neste negócio é comum o acordo com profissionais para trabalhar no salão e trazer sua carteira de clientes. Assim como os profissionais trazem parte de sua carteira de clientes, também levam quando deixam seu salão por outro. Portanto, fique alerta e gerencie seus clientes. Os clientes precisam desenvolver relacionamento com o salão e não somente com o profissional. Planeje ações para reforçar a marca de seu salão, para reforçar os diferenciais competitivos e não deixe isso somente com os profissionais!

A forma de remuneração mais usual em salões são as comissões! É fundamental conhecer as implicações e os riscos deste tipo de contratação em seu negócio. Para tanto procure informações com seu contador.

## **Agendamentos**

É preciso muito cuidado com o agendamento de horários, pois esta é uma das maiores reclamações dos clientes de salão de beleza.

Imagine, você marca hora para ser atendido naquela hora, naquele dia! Senão, seria desnecessário marcar hora. Os atrasos podem até acontecer eventualmente, mas jamais devem se tornar uma constância no salão.

O profissional sabe com boa margem de acerto quanto tempo leva para executar cada serviço, então basta reservar o tempo adequado para isso.

O controle da agenda é o primeiro passo para a excelência no atendimento.

Vamos dar algumas dicas:

- Crie uma agenda simples, completa e de fácil manuseio;
- Treine as pessoas que irão utilizar a agenda para marcações de clientes;

- Verifique no dia anterior como está a agenda de cada profissional para o próximo dia e comunique-os;
- Se puder, confirme com o cliente o horário e os serviços no dia anterior ao agendado. Assim minimiza as surpresas de clientes não comparecerem ou esquecerem dos seus horários;
- Você pode criar um cartão de agendamento para ser entregue aos clientes que agendam pessoalmente os próximos serviços. Ex: semelhante ao utilizado por dentistas;
- Sempre que “encaixar” algum cliente, este deve saber que poderá esperar pois está sendo “encaixado na agenda já comprometida. Para fazer “encaixes” você deve ter cuidado em não prejudicar os clientes que agendaram antecipadamente.

Sugestão de agenda para cada dia da semana:

Dia: 12/12			
Horário / Profissionais	Jô	Mari	Beth
08:00	Mão - Maria		
08:30	Pé - Nana	Corte - Maria	Depilação - Maria
09:00	Mão - Júlia		
09:30	Pé - Júlia		

Agora, avalie como está sendo feito o agendamento em seu salão de beleza e o grau de satisfação de seus clientes!

Verifique se seu salão corre riscos de perder clientes pelo agendamento ou por atrasos!

Lembre-se: o cliente também pode atrasar. Então, avise antecipadamente quantos minutos é a tolerância! Quantos minutos o cliente poderá atrasar e mesmo assim garantir seu atendimento. Serão cinco, dez ou quinze minutos. Mas poderá comprometer o atendimento do próximo cliente!

## Recepção

Você deve ter cuidados especiais com ela! É o primeiro contato pessoal que seu cliente tem com sua empresa!

Ela deve ser agradável e confortável. Um espaço para o cliente aguardar seu horário de atendimento pelos profissionais. A pessoa que estiver no atendimento da recepção deve ser simpática, educada, cortês e discreta. Deve estar atenta a todos os clientes e proporcionar segurança e conforto através

de informações precisas. Oferecer formas de entreter o cliente sem ser desagradável.

Não esqueça de considerar os tipos de móveis a serem utilizados na recepção. Conforto, beleza e entretenimento aos clientes! Na medida certa!

## **Estoques**

A reposição de estoque de produtos utilizados é feita na medida da necessidade, pois os fornecedores deste segmento são ágeis e estão acostumados a reposições em pequenas quantidades. Também, visitam os salões quinzenalmente. As entregas são rápidas.

Outra possibilidade é repor seus estoques através da compra em distribuidores ou atacadistas.

As perdas dos produtos não são consideradas como riscos, pois são relativamente baixas e já estão consideradas nos preços dos serviços.

Portanto, não há necessidade de você manter grande estoque de produtos! Faça as compras conforme sua necessidade!



## Atendimento



O atendimento acontece sempre que um cliente ou potencial cliente entrar em contato com sua empresa, seja por telefone, por e-mail seja pessoalmente. No caso de salão de beleza, identificam-se 4 (quatro) momentos em que acontece o atendimento. São eles:

### 1. Telefone

Na maioria das vezes este é o primeiro contato do cliente com sua empresa. Utilizado para marcar horários e serviços a serem consumidos;

### 2. Recepção

Este pode ser o segundo contato. Neste momento o atendimento será para recepcionar o cliente e encaminhar aos profissionais que prestarão os serviços;

### 3. Profissionais

Geralmente o terceiro contato. Este atendimento é fundamental. É aqui que o cliente passa pela experimentação dos serviços e das promessas feitas pela empresa. O ponto crítico neste atendimento são as informações e a forma como ele é prestado.

### 4. Pós-serviço

Também considerado como parte do atendimento quando acontece com o cliente ainda no salão. Momento de acertar os valores dos serviços prestados, de perceber e perguntar sobre a satisfação do cliente, de agradecer sua preferência e da despedida.

Hoje em dia, é indiscutível que a excelência no atendimento ao cliente é um dos maiores diferenciais que seu salão pode ter para conquistar clientes e o fator principal para o crescimento das vendas. Não existe empresa estabilizada que prospere e conquiste mercado sem clientes satisfeitos!

Pensando nisso, foram soliciados algumas dicas para observar no atendimento aos seus clientes:

## **Atendimento ao Telefone**

- Atenda antes do terceiro toque;
- Seja cordial e sorria, mesmo ao telefone. O cliente sente sua simpatia e seu sorriso. Assim como sente sua indiferença;
- Identifique seu salão pelo nome;
- Cumprimente o cliente com um: "Bom dia", "Boa tarde" ou "Boa noite"!
- Identifique-se dizendo o seu nome;
- Identifique o nome do cliente e passe a chamá-lo pelo nome;
- Ouça o que o cliente deseja;
- Troque informações com o cliente. Esclareça dúvidas que surgirem. Anote os dados do cliente;
- Ao final da conversa reforce junto ao cliente o que foi acordado como horários, serviços, profissionais, etc.
- A despedida deve ser positiva. Agradeça a preferência, deseje um bom dia, uma boa tarde, uma boa noite.

## **Atendimento na Recepção**

- Recepcione o cliente com um sorriso sincero;
- Cumprimente-o;
- Identifique o cliente perguntando seu nome (se você não souber);
- Identifique-se dizendo seu nome (se ele não souber);
- Confirme o horário e os serviços;
- Se o cliente precisar aguardar conduza-o a sentar, ofereça um entretenimento (café, revista, jornal, livro, catalogo, etc). De acordo com o perfil do cliente.
- Encaminhe-o ao profissional que irá prestar o serviço. Caso o cliente ainda não conheça o profissional, apresente-os. Informe ao profissional os serviços que o cliente irá consumir;
- Deixe o cliente à vontade e coloque-se a disposição.

## **Atendimento pelo profissional**

- Identificar o cliente pelo nome;
- Perguntar ao cliente o que ele está pretendendo, qual o resultado que espera do serviço;
- Passar informações, trocar idéias e percepções sobre os serviços. Dar sugestões adequadas ao perfil do cliente;
- Explicar como será realizado o serviço;
- Observar o perfil do cliente e interagir conforme este perfil. Mais comunicativo, mais aberto, mais sorridente, mais discreto, mais tímido, etc.;
- Deixe o cliente totalmente à vontade;
- Passe informações de como proceder após o serviço. Dê dicas.
- Após executar o serviço pergunte ao cliente sobre sua satisfação;
- Se necessário, reforce dicas e informações;
- Agradeça e conduza o cliente até o próximo serviço ou até a recepção;

- Se despeça de forma positiva e se coloque a disposição sempre.

### **Atendimento Pós-Serviço**

- Verifique a satisfação do cliente;
- Informe o valor a ser pago;
- Responda as dúvidas que surgirem;
- Despeça com agradecimento pela preferência;
- Deseje uma boa semana;

Não esqueça que você pode ter clientes de várias faixas etárias, como: crianças, adolescentes, idosos. O atendimento deve ser adequado a cada perfil de cliente assim como o entretenimento!

Não negligencie com aqueles clientes que já são "da casa", já são fiéis. Eles também querem um excelente atendimento!

### **Cuidados especiais e que fazem a diferença**

A preocupação com a transmissão de doenças em salões de beleza vem se agravado tanto que em algumas cidades foram baixadas normas de higienização.

Veja alguns vilões da saúde em salões de beleza e tome precauções!

#### **Cera**

Evite utilizar ceras reaproveitáveis! "Com a temperatura da cera, pequenos pedaços de pele com sangue podem ser arrancados. Quando a cera for novamente utilizada, há uma pequena chance de contaminação de doenças transmitidas por vírus", alertam os médicos.

#### **Alicates, pinças e tesouras**

Qualquer objeto cortante deve ser lavado com sabão (de preferência líquido) e esterilizado durante pelo menos uma hora numa temperatura de 150°C antes de ser usado em outra cliente.

#### **Escovas e pentes**

As escovas e pentes precisam apenas de uma lavagem, já que caspa não é transmissível. A única preocupação aqui são os piolhos, mais comuns em crianças.

### **Potinhos e bacias de água**

Alguns salões usam potinhos descartáveis e um plástico para revestir as bacias onde você coloca os pés ou as mãos de molho. Se não é o caso do seu, não se preocupe. Basta se certificar de que a água é trocada a cada cliente e que o recipiente é lavado com água e sabão. O revestimento com sacos plásticos descartáveis dá ao cliente maior sensação de higiene e maior segurança. Verifique se para você esta pequena mudança não agrega valor ao seu cliente!

### **Lixas de Unhas**

Muitos salões já estão adotando uma lixa por cliente. Para não haver desperdício guardam a lixa do cliente em sacos plásticos individuais e com a identificação do cliente (nome). Assim, reutilizam na próxima vez que o cliente usar o serviço de manicure ou pedicure. O cliente se sente mais seguro!

### **Ações Promocionais**

As ações promocionais são realizadas por alguns motivos, tais como:

- Reduzir a sazonalidade em determinados dias da semana
- Atrair novos clientes
- Levar clientes a consumirem mais serviços do salão
- Fidelizar os clientes que já freqüentam o salão

Para que uma ação promocional tenha efeito positivo e traga resultados ao salão ela precisa ser planejada.

Vejam como fazer isso de forma simples:

- Comece definindo o seu principal objetivo com esta ação;
- Verifique o que os concorrentes estão fazendo para orientar a escolha da ação promocional;
- Escolha a ação promocional a ser trabalhada;
- Liste o que você vai precisar para que ação aconteça, como: recuso financeiros, matérias, recursos de pessoas, informações, estrutura e forma de comunicar aos clientes a ação;
- Liste as providências que precisam ser tomadas para que a ação promocional aconteça;
- Distribua responsabilidades entre as pessoas que trabalham com você, determine os prazos e acompanhe a implantação;
- Acompanhe os resultados da ação promocional. Escute e observe a reação dos clientes. Verifique se o objetivo principal está sendo atingido. Senão estiver, corrija o rumo da promoção.

Lembre-se: como estamos falando de Ação Promocional ela deve ter um tempo determinado de duração.

Alguns tipos de Ações Promocionais para Salão de Beleza:

#### *Pacotes*

São agrupamentos de alguns serviços com preço final do que os serviços consumidos individualmente. Dia da noiva, dia da formanda, dia da aniversariante, dia da vovó, quinze anos

#### *Dia da semana com desconto*

Geralmente, os salões analisam qual é o dia da semana que há menor procura pelos serviços, ou seja, maior ociosidade e oferece descontos especiais aos clientes que consomem serviços naquele dia. Ex: Terça-feira de descontos. Mas, lembre-se o dia da semana pode mudar dependendo da sua localização e clientes-alvo.

#### *Cartela*

O cliente recebe uma cartela e sempre que consumir determinados serviços o salão anota em sua cartela. Quando estiver consumindo um determinado serviço pela 10ª vez adquire a 11ª totalmente gratuita.

#### *Mimo aos aniversariantes*

É um tipo de ação que contempla os clientes fiéis com um serviço gratuito em seu aniversário. Como: uma limpeza de pele, um serviço da manicure ou pedicure, uma escova, etc.

#### *Cliente mensalista*

Criar um pacote especial com alguns serviços que o cliente compra antecipadamente para consumir durante o mês. Usar descontos para a compra antecipada do pacote mensal.

Existem outras ações promocionais que você pode utilizar para atrair e fidelizar seus clientes!

O importante é não ficar esperando a concorrência fazer alguma coisa! Faça antes por seus clientes!

### **Fidelização e Pós-Venda**

Já se falou que atendimento é um diferencial. Mas não é o suficiente para fidelizar clientes!

Você deve pensar em como manter o relacionamento com seus clientes, como fazer com que eles desejem sempre estar em seu salão e não nos concorrentes.

Para isso, criar um plano de incentivo aos clientes pode ser uma boa opção. O que é plano de incentivo? São ações que visam manter os clientes consumindo de sua empresa. Algumas delas você já viu no item anterior sobre

Ações Promocionais, como: cartela, mimo aos aniversariantes e mensalista. Outras você deve criar a partir do conhecimento sobre os seus clientes!

Algumas dicas para fidelizar os clientes:

- Antecipe as necessidades dos clientes exigindo dos profissionais atualizações em técnicas;
- Ofereça um ambiente acolhedor, agradável e confortável;
- Demonstre que sua empresa se importa com ele;
- Lembre de cumprimentar o cliente pelo seu aniversário ou outras datas que ele comemore, como: dia das mães, Páscoa, Natal, dia de sua profissão, etc.
- Ouça;
- Nunca decida pelo cliente. Sempre dê sugestões.
- Seja sincero;
- Trate-o com carinho.

Quanto mais dados sua empresa tiver de seus clientes, mais ações poderão ser criadas para fidelizar.

O pós-venda é uma poderosa ferramenta para fidelizar clientes e propagar a indicação positiva também conhecida por "boca a boca".

Para implantar um bom pós-venda, é necessário:

- Tornar o pós-venda, as ligações pós-serviço um hábito. Não pode começar e parar;
- Ter informações sobre os clientes, para quem ligar. No mínimo saber: o nome do cliente, o nome dos profissionais que o atendeu, os serviços que consumiu;
- Fazer o contato com o cliente para verificar sua satisfação em até 48 horas após o serviço ter sido prestado;
- Perguntar a satisfação do cliente com os serviços, com o atendimento, com a recepção e com o ambiente.
- Solicitar sugestões para melhorias.

Lembre-se: Prestar serviços é ter o "dom" de servir!

## **Legislação e Órgãos Fiscalizadores**

Para regularização do empreendimento é necessário o registro nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial
- Receita Federal
- Secretaria da Fazenda
- Prefeitura do Município
- INSS (somente quando não tem o CNPJ Pessoa autônoma Receita Federal)

- Sindicato Patronal
- Vistoria do Imóvel pelo Corpo de Bombeiros
- Licença da Vigilância Sanitária: estabelece regras específicas para prestação de serviços de manicure, pedicure, podólogo, piercing, tatuagem, tratamento de pele, depilação, trato dos cabelos, maquiagem. Buscar maiores informações junto à vigilância sanitária para adequação à legislação. Expedir licença de funcionamento para os salões que prestam estes serviços.

Procure o PROCON para adequar seus serviços e produtos às especificações do Código de Defesa do Consumidor (LEI Nº 8.078 DE 11.09.1990).

A informalidade prejudica o crescimento de sua empresa e dificulta sua atuação no mercado!

A LEI 6.360/76 dispõe sobre a vigilância a que ficam sujeitos os cosméticos. É importante conhecer esta lei!

### **Eventos do setor**

Hair Brasil - Feira Internacional de Beleza, Cabelos e Estéticas

Data: Feira de caráter anual que ocorre geralmente no mês de Março

Local: Transamérica Expo Center - São Paulo - (SP)

Fashion Hair - Feira de Produtos para Beleza

Data: Feira de caráter anual que ocorre geralmente no mês de Abril

Local: Clube Caça e Tiro de Lages - Lages - (SC)

Cursos de aperfeiçoamento através de Escolas especializadas ou Senac.

### **Alguns cuidados com o negócio**

O fato de a família se dedicar à operação da empresa não significa que a empresa conseguirá sustentar a família. A empresa poderá apenas gerar recursos compatíveis com a natureza do negócio, compatíveis com o investimento realizado.

Uma empresa gera dois tipos de recursos para os proprietários (seu salão de beleza também):

Salários para os membros da família que forem empregados da empresa, e pró-labores para os sócios que trabalharem nela.

Lucro que for distribuído aos sócios, após apuração do resultado.

Pois bem, os salários, necessariamente, nunca deverão ser superiores ao que se pagaria a empregados não familiares na mesma função.

Agora que conversamos bastante sobre o seu negócio, você viu que tem muita coisa para planejar e colocar em prática no seu Salão. Siga as recomendações desta cartilha e mãos a obra.

O SEBRAE existe para que as pequenas empresas se mantenham fortes no mercado. Caso você queira se aprofundar em qualquer um dos assuntos aqui abordados entre em contato com nosso escritório mais próximo de você.

Veja algumas soluções oferecidas pelo SEBRAE que podem auxiliar você a incrementar seu negócio:

Curso Atendimento ao Cliente, Curso Gestão Estratégica de Serviços, Como Vender Mais e Melhor, Oficina Gerencial

Agora é tudo com você! Boas Vendas!

Mais informações:

SINCA - Sindicato dos Salões de Barbeiros, Cabeleireiros, Institutos de Beleza e Similares do RS

Rua Riachuelo, 1334 - Sala 101 - Centro - Porto Alegre - CEP 90010-273

E-mail: [sinca@portoweb.com.br](mailto:sinca@portoweb.com.br)