



Marketing

en el

CENTRO DE ESTÉTICA

CLAVES PARA CONDUCIR TU NEGOCIO AL ÉXITO

Entre todos los retos que se encuentra la directora y gerente de un salón de estética hay 5 de ellos que resultan extremadamente importantes, y son los siguientes. Lo primero, hay que tener en cuenta que existe muchísima competencia, por lo que la especialización y la diversificación son determinantes. Tampoco hay que olvidar que cada vez más hay clientes más informados y exigentes, lo que obliga a realizar una comunicación más efectiva, asesorar en lugar de vender y la necesidad de conseguir que los clientes te perciban como una autoridad en el sector. Otra de las cuestiones claves es la de fidelizar a la clientela. Para ello es preciso implantar estrategias para captar determinados perfiles y realizar el consiguiente seguimiento para su fidelización. Sin duda, un punto determinante es también la gestión eficiente del negocio, lo que implica una formación adecuada y continuada. Para ello es esencial contar con las herramientas que simplifiquen y agilicen tu trabajo en el día a día. Y como punto final, pero no por ello menos importante, hay que saber encontrar el equilibrio entre lo profesional y lo personal. Hoy en día tenemos a nuestro alcance mucha cantidad de información, y eso es bueno y malo a la vez, porque hay un problema de saturación. Por lo tanto hay que saber muy bien de dónde nutrirse, tanto para realizar la gestión del negocio, como para llevar a cabo las estrategias de comunicación, así como para tomar decisiones rápidas y efectivas. A su vez, la profesional debe trabajar mucho cuestiones como la disciplina, la confianza, la autoconfianza y la seguridad, para triunfar en todos los aspectos de su vida. Pues bien, sabiendo esto, detallemos, a continuación, cómo superar cada uno de estos retos.

SIN DUDA, ACTUALMENTE, LA PROFESIONAL DE LA ESTÉTICA SE ENFRENTA A UN SINFÍN DE DESAFÍOS A LA HORA DE LLEVAR SU CENTRO DE BELLEZA HACIA EL ÉXITO. LA MANERA COMO SE AFRONTAN ESTOS RETOS PUEDE SER LA CLAVE ENTRE CONVERTIRSE EN UN NEGOCIO QUE “SOBREVIVE” A UNO QUE PROSPERA Y CRECE DE FORMA EXPONENCIAL.

LUIS PASCASIO
COACH EN MARKETING



www.latribubeady.com

TU RETO N°1

Cómo enfrentarte a la competencia

Es cierto que hoy en día existen muchos más centros de belleza que hace 10-30 años y también hay más oferta de tratamientos en el mercado. Pues bien, en general, cuando hay mucho de todo, la diferenciación y la especialización resultan imprescindibles. ¿Cómo? Veámoslo.

ESPECIALIZACIÓN

Implica ofrecer tratamientos específicos que no tengan otros centros y, sobre todo, tener una carta de protocolos por la que los clientes te identifiquen y te hagan reconocible. De poco sirve tener una carta de tratamientos muy amplia en la que como profesional no muestres que eres experta en nada. Para entenderlo mejor, pongamos un ejemplo, sería el caso de una peluquería especializada en alisado japonés. Este salón se estaría dando a conocer y sería reconocible para los clientes por ofrecer este tipo de servicios. De manera que cuando alguien quiere realizarse dicho tratamiento tiene la seguridad de que puede acudir y confiar en salón. Además, dicha especialización hace que te muestres mucho más potente y con más autoridad.

DIFERENCIACIÓN

Para ello es preciso tener una manera de trabajar distinta a como lo hacen otras profesionales. Y además, hay que saber comunicar en qué te diferencias. Entre tanta competencia, poder grabarte en la mente del cliente como un centro de estética diferente a los de tu competencia es fundamental. Lo importante es ofrecer algo distinto a lo que hace tu competencia. Realizando y comunicando lo mismo que otros centros no se consigue el éxito, pero siendo diferente y especializándose sí. Por eso hay que ser un poco valiente, hay que dar un paso adelante y decir yo soy distinta porque hago esto, esto y esto otro. Y después, es importante aprender sobre el arte de la persuasión y saber comunicar lo que te identifica como centro diferenciador.

TU RETO N°2

Cómo seducir a los clientes, que cada vez están más informados y son más exigentes

Sin duda, hoy en día, y más en nuestro sector, hay mucha oferta y variedad. Pues bien, hay que tener claro que lo importante no es tanto saber vender como saber asesorar. En este sentido, aconsejar al cliente sobre lo que realmente le conviene, aportando a tu mensaje un valor extra, hace que éste te vea como una figura de autoridad. Y, además, saber comunicarlo es esencial. Porque no se trata tanto de vender tus tratamientos sino de crear un vínculo más allá con el cliente y ofrecerle lo que realmente éste necesita. En definitiva, todos los clientes quieren y buscan lo mismo, sean más o menos exigentes. Y es que aunque no lo expresen, todos coinciden en sus aspiraciones. Por eso hay que ser muy hábil en el arte de la persuasión y detectar esos deseos ocultos.



TU RETO N°3

Lograr fidelizar a la clientela

Podría decirse que captar y fidelizar es la base de un negocio. Es cierto que tener clientes nuevos es determinante pero fidelizarlos es, si cabe, lo más importante. Porque en la primera toma de contacto no conocemos el perfil del mismo. Hay clientes que vienen la primera vez a tu centro pero luego no vuelven nunca más, simplemente porque no son afines a nuestra manera de trabajar. Por ello, fidelizar es muy importante. Y, en este sentido, “grabarte” muy bien en su mente es lo que logrará su fidelización: cómo éste te percibe, lo que siente al entrar en tu centro, la experiencia vivida... Todo ello ayuda a fidelizar. Y, posteriormente, esos clientes fieles serán el mejor altavoz de tu negocio. No hay marketing más efectivo que el “boca a boca”. Por eso es determinante crear protocolos muy exclusivos e implementar campañas de fidelización y de captación orientadas al tipo de público que quieres tener, actuando no tanto con descuentos, porque el perfil de público que se mueve por ofertas y descuentos es difícil de mantener, sino aplicando otras estrategias más personalizadas. Lo primero que hay que tener en cuenta es saber cómo comunicar y a qué público quieres captar. Porque también es importante desechar clientes. Decir No. Hay que ser inteligentes y buscar a esos clientes que van a ser fieles por lo que ofrecemos. Porque no es lo mismo orientar un negocio para trabajar con un perfil de clientas que tengan alrededor de los 20 años que querer captar la atención de mujeres que hayan cumplido ya los 50. Tampoco es lo mismo trabajar con un perfil de clientes que busque tratamientos de carácter más naturales y bio que otro perfil de clientes que busque soluciones de tipo médico-estéticos. Ni es lo mismo ofrecer servicios de belleza exprés que rituales de bienestar holísticos, que requieren un tiempo de mimo y dedicación extra. Todas las alternativas son igual de válidas, pero debes saber en cual de ellas te quieres posicionar. He ahí la necesidad de enfocar tu negocio. Y una vez determinado esto, hay que saber establecer una estrategia que esté orientada a conseguir clientes que sean afines a ti. Y después, hay que cuidar muy bien a quien ya ha confiado en nosotros. Una vez dicha persona ya forma parte de tu clientela habitual, realizar las acciones de marketing pertinentes para conseguir que vuelvan.



TU RETO N°4

Gestión eficiente del negocio

Ni que decir tiene que cualquier profesional intercambia su tiempo por dinero, por lo tanto, cada hora de tu trabajo debes rentabilizarla al máximo. De ahí que no debas perder mucho tiempo en las distintas tareas de tu negocio, por lo que has de buscar la máxima eficiencia a cada hora invertida. ¿Cómo conseguirlo? Aprendiendo a gestionar tu negocio y no centrarte solo en lo que pasa en cabina. Hay que planificar campañas efectivas que consigan atraer la atención de tu público, aprender sobre estrategias de ventas y promociones que te den resultados y sean rentables. Y sobretodo, tener seguridad a la hora de tomar decisiones... todo ello requiere una formación práctica y sencilla, sin exceso de teorías, porque el objetivo es obtener resultados a corto plazo.

TU RETO N°5

Equilibrio entre lo profesional y lo personal

Ante la saturación de información que recibimos actualmente, hay que elegir muy bien aquélla que más te conviene para conocer mejor el mercado y la que te va a servir para tomar buenas decisiones. Es importante centrarse en lo que pasa dentro de tu propio negocio pero también es esencial saber qué ocurre fuera y cómo avanza el sector. El mercado está cambiando y, sí o sí, para crecer tienes que nutrirte de la información adecuada. También es determinante trabajar otros aspectos de tu vida personal, como la mentalidad: tener disciplina, seguridad, autoridad y confianza. Así como cuidar de tu bienestar físico y emocional, porque lo personal afecta a lo profesional y viceversa. Es imprescindible dedicarte tiempo a ti misma y disfrutar de tu tiempo libre, porque tú también importas. De ahí que sea básico cuidar ambos aspectos y compaginarlos, solo así se conseguirá el éxito total.