

Atención al cliente en salones de belleza





Atención al cliente en salones de belleza

La experiencia vivida en un salón de belleza, ya sea buena o mala, permanece en nuestra memoria y es ésta la que nos lleva a tomar la decisión de volver o no regresar jamás a dicho lugar. Más aún cuando el resultado de esa atención es visible y lo llevamos sobre nosotros.

SERVICIO Y ATENCIÓN

Un salón de belleza puede usar los mejores productos, pero si el cliente no se siente bien atendido no volverá. Todos los esfuerzos y todas las inversiones hechas para tener un sitio con servicios para perfeccionar la imagen personal, así como todos los cuidados y dedicación por mejorar la imagen y presentación de nuestras clientes pueden fallar si la persona que visita el lugar no se siente bien atendida.

Un salón de belleza en el que se atiende de manera adecuada a sus clientes marca la diferencia y tiene ventaja sobre la competencia. El servicio que das a cada cliente puede ser la razón para que se incline hacia ti, o hacia tus competidores. En el área de la imagen personal brindar un servicio de calidad es incluso más importante que el precio.

CON LA CLIENTA

La atención al cliente es una de las partes fundamentales en el negocio de la belleza. Además, es una estrategia básica para hacer que nuestras ventas crezcan y para fidelizar a los clientes, como veremos poco después. La clienta no es un simple eslabón en nuestra cadena de venta del servicio de belleza personal sino que es el verdadero motivo de la existencia de nuestro negocio.

En la actualidad hay mucha competencia entre diferentes salones de belleza, centros de estética, spas y lugares con otros nombres. Por eso, las clientas tienen una capacidad de elección muy amplia. Esta elección depende de varios criterios, entre los que se tienen los precios, presentación, prestigio del lugar, opiniones de otras personas, publicidad, nivel de servicio ofrecido, resultados visibles y más o menos duraderos y algunos más.

1. Trato.

Para tener clientas y clientes que repiten su visita debemos dar mucha importancia a ser amables y a darles un buen trato. Entonces, tendremos que:

- Saludar a la clienta antes de que ella lo haga, con educación.
- Si ya le conocemos saludarle por su nombre.
- Tratarle con discreción, de “usted” y con su apellido, mientras no se haya establecido una mayor confianza y amistad.
- Chequear siempre nuestra sección o todo el local, de ser pequeño, para que los detalles estén bien y dar una buena imagen: recoger los utensilios y objetos usados con la clienta anterior, ordenar el lugar, limpiar



superficies de trabajo y el piso sin hacerlo notar mucho, y más actividades necesarias.

- Avisar pronto cualquier cosa rara que veamos, aunque no seamos las responsables directas.
- Aunque los clientes pueden pedir que usemos productos que no tengamos o servicios extraños, nunca decirle “NO”, sino buscar y proponerle alguna alternativa. Si no lo podemos solucionar, buscar quien lo pueda resolver.
- Practicar con las clientas y con las demás personas que trabajan con nosotros una gran amabilidad.
- Cuidar nuestra presentación e higiene. Tener un estilo de presentación de acuerdo con la imagen que damos a las clientas y a los clientes en nuestro salón de belleza.

2. Fidelizar a las clientas.

Fidelizar a un cliente es todo lo que se hace para que ese cliente se convierta en un consumidor habitual de nuestro servicio. Es decir, es conseguir que nuestras clientas se vuelvan fieles con nuestro local.



La clave está en conocer a las clientas, descubrir sus necesidades, sus gustos y preferencias, por ejemplo sus estilos de corte de cabello y de peinado, el color para sus uñas, si le atraen los estilos y productos novedosos o algún tratamiento de belleza en particular, y conversar de manera directa con ellas para crear confianza.

Para satisfacer al cliente no debemos darle motivo para que se vaya y más bien reaccionar con rapidez cuando se detecte un síntoma pequeño de insatisfacción.

Al tener satisfecho a un cliente reducimos la posibilidad de que busque otras ofertas con la competencia.

El de la belleza y estética es un escenario muy competitivo, que nos obliga a cautivar a nuestros consumidores. Por eso es necesario invertir nuestro tiempo y a veces nuestro dinero para lograr una diferencia clara que les dé motivos para regresar a nuestro establecimiento. Si no lo hacemos, alguien más ganará con el cliente que perdimos.

Esa diferencia clara en el caso de salones de belleza se denomina ***experiencia de consumo***. Debemos lograr que nuestros clientes tengan una excelente *experiencia de consumo*. Además de tener un buen corte de cabello o un peinado hermoso, la mayoría de clientes valoran la experiencia en su conjunto: inicia con el buen trato al momento de separar un turno, sigue con el ambiente del local, con música animada y concluye con el servicio en sí, el pago y el seguimiento posterior.



Algunas estrategias para fidelizar clientes, son por ejemplo:

- Darle mimos y halagos. Un buen café, un caramelo para regalar a los niños o un dulce mientras el cliente espera. Los detalles pequeños no son caros y atrapan a los consumidores.
- Ambiente agradable. Aunque cueste más, en sitios cálidos un ambiente climatizado hace la diferencia. También son importantes la buena presentación y limpieza del local, la música y la comodidad que siente el cliente. Es ideal si el cliente siente que el salón de belleza es una extensión de su casa.
- Facilidad para separar turnos. Se puede permitir que los clientes tomen sus turnos o citas aunque no se esté en el horario de trabajo. Pueden hacerlo por teléfono, celular, internet o WhatsApp, como sea posible.
- Bonos y tarjetas por fidelidad. Se engancha a clientes antiguos y también a nuevos con promociones, bonos y tarjetas por

fidelidad. Así, se motiva al cliente a regresar al local. Por ejemplo, se puede dar un 50% de descuento después de cada cinco cortes.

- Cumplir lo prometido. Ser engañado no le gusta a nadie, tampoco a ti. No prometas lo que no puedas cumplir. Esto se aplica para turnos, duración del tiempo de peinado, precios y resultado final.
- Saber escuchar. Siempre preguntar a los clientes sobre sus preferencias. Averiguarle si desea algo, si le gustó el corte anterior, si necesita algún cambio, si tiene sugerencias. El trato atento motiva a regresar.
- Ofrecer alternativas para entretenerse. A veces el cliente debe esperar para ser atendido o durante el servicio, o debe pasar mucho tiempo en el local. Es necesario darle algún entretenimiento para que no se aburra, por ejemplo un televisor sintonizado en un canal interesante, revistas recientes o acceso gratuito a internet.



Si logramos que el cliente se sienta importante para nosotros, lo hemos fidelizado.

COMUNICACIÓN

Una cualidad básica y necesaria que deben tener las personas que atienden en un salón de belleza es la *empatía* por sus clientes.

1. Empatía.

Empatía es ponerse en el lugar de la otra persona y entender qué es lo que siente y qué es lo que desea o busca. Para esto, debes “ponerte en la piel” de tu cliente y entender lo que realmente quiere y necesita. Con

empatía se pueden anticipar lo deseos y las tendencias y por último sorprender de manera agradable al cliente.

2. Preguntas y aclaraciones.

Es normal que los clientes quieran tener claro si lo que se les hará les permitirá lograr lo que ellos quieren en su apariencia física. Otras veces los clientes pueden no tener muy claro qué peinado, maquillaje o tratamiento necesitan. Por eso te preguntarán. Una de sus primeras preguntas puede ser sobre el costo, pero les interesará más aún saber



cuáles serán los resultados. Por esto, debes atender a las inquietudes de los clientes y responderles de la mejor manera. Entre las preguntas típicas se tienen ¿qué tinte le quedará bien?, ¿qué tipo de exfoliación irá mejor con su tipo de piel?, ¿cómo se verá con el nuevo corte?, ¿el maquillaje brillará

mucho o se puede correr sobre la cara y mancharla? y muchas parecidas.

3. Conocer a los clientes.

Si das a tus clientes la atención y el tiempo que buscan, que necesitan y que merecen y tratas de entender lo que piden con calma, harás que ellos te tengan confianza. De este modo podrás ofrecer una mejor atención a tus clientes, ya que sabrás más claramente qué es lo que quieren y podrás satisfacerles de manera perfecta.

Resuelve todas las dudas que tengan tus clientes, también pregúntales ante cualquier duda que tengas. Dales una idea lo más aproximada posible de cómo va a ser el proceso. Así los clientes estarán cómodos y relajados mientras reciben el servicio que les das.

Conversar, oír, entender, dar ideas, escuchar cuidadosamente, aclarar lo que se dice, mostrar honestidad y comprensión son las características que construyen una relación larga, fuerte y confiable con los clientes.

LA EXPERIENCIA PERFECTA

Sin gastar mucho dinero se puede crear una experiencia única para los clientes en el salón de belleza. Debes rodearlos con un ambiente agradable, con decoración adecuada, muebles cómodos, iluminación agradable, música atractiva y tú y tu equipo bien preparado para dar un



trato esmerado y profesional a los clientes. Es decir, el salón de belleza debe tener un ambiente calmado, con decoración bonita, música atrayente y un equipo muy bien educado.

Es indispensable mantener todo limpio y ordenado porque a ningún cliente le gusta encontrar materiales sucios, desordenados o mal conservados. A nadie le gusta que sus clientes hablen mal de uno por tener cepillos sucios y mesas llenas de cosas en desorden. Debes mantener todo reluciente, organizado y listo antes de atender a tus clientes. Ten en cuenta que los servicios que ofreces en tu local son muy personales y requieren mucha más atención y dedicación que otros servicios.

Los clientes llegan casi siempre a tu establecimiento buscando verse guapos y guapas, al mismo tiempo que reciben una experiencia relajante antes o después de días largos de trabajo y estrés.

Si a tu clienta le lavarás el cabello, asegúrate de tener agua a la temperatura adecuada, suficientes toallas limpias, champús para los diferentes tipos de cabello, un lavadero limpio y cómodo y una buena secadora.

Si das servicio de masajes, verifica por ejemplo que tienes velas suficientes, sábanas limpias y que el rincón de masajes esté aislado de la vista de otros clientes y de los ruidos. El cliente no debe ser molestado por charlas desde otros lados o por conversaciones de quienes le dan el masaje.



Como ya se indicó nunca está de más ofrecer a los clientes pequeños regalos o alguna bebida caliente o fría según el clima.

1. Gestión del tiempo.

Siempre que sea posible explica a tus clientes cuánto va a durar tu servicio, sea corte de cabello, tinte o cualquier tratamiento. Trata de asegurarte de cumplir el tiempo que has prometido. Pero tampoco te apresures demasiado por miedo a tardar mucho, o por ir rápido y pasar al próximo cliente, cada uno tiene valor para tu negocio y debe recibir un servicio honesto. Si durante el servicio ves que demorarás más, explica esto al cliente y la razón clara para esa demora.

Si el ritmo del día, la carga de trabajo o la disponibilidad de personal retrasan las citas del salón y varían los horarios, informa al cliente por adelantado o en cuanto te des cuenta de las demoras. En la medida y de acuerdo con tus posibilidades puedes ofrecerles servicios extra gratuitos, o descuentos para su próxima visita. Hazles entender que son valiosos para ti y que tu único interés no es hacer negocio y tener ganancias, sino tenerlos como clientes para siempre.

2. Eficiencia y profesionalidad.

Tanto tú como tu equipo de apoyo deben tener un entrenamiento adecuado y, cuando sea posible, acudir a talleres de actualización y de perfeccionamiento de técnicas y artes. Todos deben ser gente dedicada y atenta que no decepcionará al cliente y siempre tendrán un comportamiento adecuado, en especial en soporte del cliente.

Una estilista además de saber cómo manejar las tijeras, por ejemplo, tendrá que saber qué está ocurriendo en el mundo de la moda y cuáles son las tendencias en peinados.

También se debe saber cómo entender los pedidos y las indicaciones de los clientes para ofrecer resultados que los dejen satisfechos. En otras palabras, debes aplicar tus conocimientos y experiencia en hacer lo que se te pide y no sólo a lo que creas que quedará bien.



Se recomienda mantenerse reservados en temas familiares y chismes, sin charlar demás con los clientes. En la mayoría de los casos los clientes acuden para obtener un buen resultado y una experiencia agradable que les relaje de sus problemas y ocupaciones.

Cuando algo salga mal, como puede pasar en cualquier lugar, arréglalo de inmediato. Corrígelo rápidamente y ofrece una disculpa. Puede que el cliente no siempre tenga la razón, pero siempre debe tener la sensación de control. Haz que el cliente se sienta mejor acerca de la queja o percance y agrádecele por hacerte notar el problema. Esto es muy útil para hacer que tu negocio crezca y para ayudarte a dar al cliente un servicio excepcional, es decir la mejor experiencia de consumo.

Cuando se comete un error es mejor verlo como una manera de mejorar para que no suceda otra vez.



Puedes educar a tus clientes sobre tus productos y servicios y cómo se pueden beneficiar de ellos. Los clientes vendrán más a menudo si entienden bien cómo y por qué tus servicios y productos les dan más de lo que ellos inicialmente necesitan y quieren.

Por ejemplo puedes indicarles que un masaje le ayudará a aliviar los músculos tensos, pero también le ayuda a promover la desintoxicación, le sirve para dormir mejor, para tener una piel más suave y para perder peso.

Dar a los clientes más de lo que esperan ayuda a crear un servicio excepcional, haciendo que te distingan de la competencia.

3. Innovar y crear.

Te será muy útil estar informada, al día, de las novedades del sector estético y agregarlas a tu salón en la medida de lo posible. Aunque no puedas tener todos los equipos y utensilios de última generación o de moda, puedes ser innovadora al dar un uso eficiente a los que ya tienes y aplicarlos para prestar los servicios y obtener los resultados de moda.

Con un poco de creatividad puedes hacer los cortes o los peinados de última aparición con tu instrumental actual. En el campo de los masajes, por ejemplo, también puedes lograr una innovación con cambios pequeños: puedes agregar pequeñas piedras redondeadas y una cocineta u hornilla con una ollita de agua, para dar masajes con piedras calientes en las espaldas de tus clientes, o con velas y esencias combinar el masaje con la aromaterapia.

SEGUIMIENTO POSTERIOR

La mejor experiencia de consumo para tu cliente, o tu servicio excepcional, no comienzan y terminan dentro de las paredes de tu salón de belleza o spa. Ese servicio incluye pensar y reconocer a tu cliente después que salió de tu salón. Puedes por ejemplo y con su autorización previa, enviarle un mensaje de WhatsApp o hacerles una llamada en seguimiento a los resultados de tu servicio o para pedirles su opinión y sugerencias.

Si llevas un registro de clientes con fechas y detalles de los servicios prestados puedes, como ejemplo, en caso de haber tinturado un cabello, llamarle después de un mes para ofrecer con amabilidad e interés verdadero tu servicio para igualar el color de las raíces, lo que costará menos a tu clienta que un tinte nuevo, mantendrá su buena presentación y le hará sentir ligada a ti.



Bibliografía

- Boronat, C. (s. f.). *¿Cómo puedo mejorar la atención al cliente en mi salón de belleza?* Recuperado 25 de junio de 2020, de <https://www.flowwww.net/es/blog/como-puedo-mejorar-la-atencion-al-cliente-en-mi-salon-de-belleza>
- Carrillo, O. (2019, febrero 15). Protocolos de atención al cliente en un salón de belleza. *Shortcuts España*. <https://www.shortcuts.es/protocolos-de-atencion-al-cliente-en-un-salon-de-belleza/>
- Carrión, V. (2013). *Medición de la relación que existe entre el nivel de satisfacción y la fidelidad de los clientes, aplicada a las Salas de Belleza y Peluquerías ubicadas en los centros comerciales ubicados entre la Av. El Inca y Av. Patria de la ciudad de Quito, y diseño de estrategias de fidelidad a través del servicio brindado* [Tesis de Maestría en Dirección de Empresas]. Universidad Andina Simón Bolívar.
- Chauvin, S. (2013, marzo 8). 7 Claves Para Un Servicio Excepcional de Atención al Cliente. *Mujeres de Empresa*. <http://www.mujeresdeempresa.com/siete-claves-para-un-servicio-excepcional-de-atencion-al-cliente/>
- Chávez, K., & Toalá, W. (2015). *Desarrollo de una estrategia de mercado para lograr la fidelización de clientes e incrementar las ventas de servicio en el centro de belleza Ámbar Studio de Guayaquil* [Titulación en Ingeniería en Marketing]. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
- Estrategias para fidelizar clientes en un salón de belleza. (2015, octubre 10). *Destino Negocio*. <https://destinonegocio.com/ec/negocio-por-internet-ec/siete-estrategias-para-fidelizar-clientes-en-el-salon-de-belleza/>
- Jeff. (2020, marzo 25). *Cómo Abrir un Salón de Belleza—Guía 2020*. Mr Jeff Labs. <https://franquicias.wearejeff.com/noticias/como-abrir-un-salon-de-belleza-guia-2020>
- Montes, M., & Pérez Tanya. (2018). *Plan de negocio para la creación del salón de belleza “Essence” en la cabecera parroquial de la isla Puná de la*

provincia del Guayas [Tesis para titulación en Ingeniería en Gestión Empresarial]. Universidad de Guayaquil.

Protocolo de atención al cliente en un salón de belleza—#descubreBEWE. (2019, diciembre 19). BEWE. <https://bewe.io/blog/protocolo-de-atencion-al-cliente-en-un-salon-de-belleza/>

Salas, K., & Solís, I. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de un estudio de belleza en el Centro Comercial Centro Sur del Barrio del Centenario de la ciudad de Guayaquil* [Tesis para titulación de Ingeniero en Gestión Empresarial]. Universidad de Guayaquil.

Shortcuts. (2017, abril 11). Consejos para ofrecer la mejor atención al cliente en un salón de belleza. *Shortcuts España.* <https://www.shortcuts.es/consejos-para-ofrecer-la-mejor-atencion-al-cliente-en-un-salon-de-belleza/>





 **summa 360**

PRODEL
ECUADOR



ISBN: 978-9942-38-869-8

