

IMAGEN PERSONAL

C&C MAGAZINE



PLANETLOOK.COM

20 AÑOS
Siendo tu revista

IMAGEN PERSONAL
C&C MAGAZINE

1996-2016

Hablamos con
Sylvie Moreau, Vice-presidente
Executive Wella

mar/abr

2016

167

Colección
Underground
by Felicitas Hair

entrevista Raffel PAGÈS | colección ENRIQUE SERRANO | colección VICENTE GARCIA
escaparate STYLING | laboratorio PLANCHAS | report STS | dossier PLANCHAS

La peluquería del S. XXI: Las 5 claves para diferenciarte Por Óscar Guinea

POR OSCAR GUINEA

Si hay vida, hay cambios. El Universo es cambio. Nada está igual que hace 20 años. Nuestros negocios, la sociedad y nosotros, cambiamos. Cambiar no es evolucionar, el cambio es la vida, la evolución es tu responsabilidad. O evolucionas o involucionas ¡Tú decides!

Algunos indicadores de este cambio son: descenso de precios, clientes menos fieles, mujeres peinadas con naturalidad con menos frecuencia de visitas, salones más conceptuales, aumento del hazlo tú mismo, tutoriales en youtube, crecen las barberías, y ser peluquero no mola a los jóvenes...

Los cambios nos enseñan: nosotros tenemos que cambiar, y ver al cliente de otra manera.

Esa es mi experiencia: aprender, adaptarme, reconducir negocios, liderarme y reinventarme.

Hoy trabajo con fabricantes, peluqueros, franquicias, escuelas, distribuidores, revistas y clientes, y creo en claves que describen perfectamente, como ser líder del sector en el siglo XXI.

Deseo que mis consejos puedan ayudarte a brillar como profesional:

1. CREA UN MODELO DE NEGOCIO, CLARO Y DIFERENCIADOR.

Piensa en Ikea, sin hacer publicidad, todos saben, que compras muebles prácticos, bonitos y de calidad a un precio razonable de manera instantánea para montarlos tú mismo. La visita a Ikea es toda una experiencia para niños y adultos. Gusta o no gusta, pero el modelo es claro. En la peluquería no se trata de bajar precios. ¿Qué es caro o barato?. Busca un nombre, una misión, un concepto de trabajo, un interiorismo, protocolos diferenciadores y una experiencia que atraiga al cliente y donde la información sea clara y concreta. Puedes seguir grandes ejemplos de modelo de negocio en España, que el low cost, sigue de cerca: Oh my Cut!, su manager Kiko Medina lo tiene muy claro. En servicios Premium puedes modelar a Rossano Ferretti, Lorena Morlote o Beauty Boutique de Rizos, no es cuestión de precio, es hacer marca.



2. COMUNICACIÓN ONLINE VS OFFLINE.

Preguntar es la herramienta más poderosa para comunicar y transformar la percepción del cliente. Llegar al cerebro primitivo del interlocutor se hace con preguntas poderosas: ¿Cómo puedo ayudarte? ¿Qué cambiarías de tu cabello? ¿Qué es lo que menos te gusta? Preguntas que generan complicidad. Comunicar y escuchar es la manera de conocer qué quiere de nosotros. La comunicación presencial se empodera si desarrollas un programa de comunicación on line desde tu blog o web hasta tus redes sociales. Un buen ejemplo es el programa para peluqueros llamado Social Beauty, donde un community manager experto en belleza lleva la cuenta de más de cien salones españoles; garantizado, miles de impactos. O como conseguir clientes y buenas opiniones en apps de reserva inmediata tipo Bucmi.

3. PRODUCTO + PROTOCOLOS DIFERENCIADORES.

¿Qué te mueve a comprar una marca de productos? ¿Qué parámetros tienes en cuenta? ¿Exclusividad, precio, formación, diferenciación? Conozco salones que han aumentado un 40% su facturación y sus clientes solo por cambiar y comenzar a trabajar productos y protocolos diferenciadores, alineados con los valores del profesional. El producto hace marca y negocia para que el proveedor sea tu socio y te enseñe a crear “milagros” en tu peluquería.

4. EQUILIBRIO CREATIVO – FINANCIERO.

Un negocio tiene un objetivo: ser rentable. La cuenta de resultados y las tijeras son las herramientas imprescindibles, aprende a trabajar con ambas. ¿Por qué crees que cuesta tanto entender el funcionamiento económico – financiero de nuestras peluquerías? Entrenamos la creatividad a través de nuestras manos, el lado racional, lógico y de control se atasca, y sin notarlos pasan los años. Elige un buen programa

Trabaja tu marca personal

Quizá un día dejes de ser peluquer@, pero nunca dejarás de ser quien eres.

Preguntar es la herramienta más poderosa para comunicar y transformar la percepción del cliente

informático y matricúlate en alguno de los master de dirección y gestión empresarial que organizan las mejores marcas. Busca equilibrio entre ser un buen gestor y ser un buen creativo.

5. LIDERAZGO PERSONAL.

Antes de peluquer@, naciste siendo alguien, quizá un día dejes de ser peluquer@, pero nunca dejarás de ser quien eres. Trabaja tu marca personal, tu desarrollo, tu carisma, tu formación y tus valores es la mejor inversión. Una vez conseguida tu formación como gran profesional estudia otras disciplinas relacionadas con tus pasiones. Si no hubiera sido peluquero, ¿qué hubiera sido? Eso es lo siguiente que puedes aprender. Tu misión personal, el para que estás aquí, hará de ti el líder personal preparado para triunfar en todo lo que hagas en tu vida.

Te deseo mucho éxito, enfoca tu mente hacia tus metas, y ¡Vívelas con toda la intensidad y la pasión!! Adelante. ♦



Puedes ver el video en nuestro canal de Youtube PlanetlookTV o en www.planetlook.com

Gracias amig@s, espero vuestro feedback en: oscar@itlook.es