

¿Asumimos la responsabilidad de cambiar el sector?



Hair Studio de Barcelona es un buen ejemplo de salón cuidado con un concepto inspirador que genera experiencias de mayor valor.

POR OSCAR G

Voy a ponerme en modo “coach”, y compartiré datos y sensaciones del sector de peluquería en España, que veo repetirse cada día, y representan una muestra bastante real de lo que hemos creado.

Sin ánimo de generar polémica, ante todo felicito a quienes hacen “bien” las cosas, a quienes construyen negocios coherentes con el objetivo de hacerlos rentables y generar riqueza. En este artículo muestro situaciones que vivo cada día en salones de toda España.

Problemáticas habituales

Tomando los últimos 3 años de trabajo, con casi 500 referencias analizadas, veo repetidos constantemente algunos de estos puntos:

- Facturaciones por debajo del umbral de rentabilidad.
- Colaboradores que no superan su facturación mínima.
- Recursos económicos muy limitados.
- Mala gestión de compras y stocks sin control.
- Mal posicionamiento del producto y de las referencias de ventas.
- Salones decorados sin estilo, ni limpieza o con poco carisma para ser competitivos.
- Deficiente comunicación y relación con el cliente.
- Salones en áreas o municipios sin crecimiento.

- Poca o mala imagen por parte de los profesionales.
- Muy poco conocimiento técnico del producto (ingredientes, beneficios, composición, historia...).
- Profesionales trabajando de manera ilegal (sin pagar autónomos o sin contrato).

Y algo muy grave.

- Precios tan bajos, que no permiten llegar a niveles productivos de facturación.

El *Low Cost* es un concepto de negocio unido a imagen, estrategia, método y volumen. ***Un negocio sin muchas visitas, NO SOPORTA PRECIOS BAJOS.***

Las tarifas bajas de España, unidas a salones muy normales y a profesionales poco empoderados están AHOGANDO muchos negocios.

Bajamos el precio cuando NO SOMOS CAPACES DE CREAR Y AUMENTAR NUESTRO VALOR, o cuando CREEMOS QUE NO VALEMOS lo suficiente.

Óscar Guinea
Coach del Sector de la Belleza
www.oscarg.com
oguinena@oscarg.com



¡ES MUY DURO y MUY DRAMÁTICO!

Amig@s nos cargamos el sector.

¿Qué hacemos? ¿Dónde están las asociaciones, las empresas, los asesores, las revistas,... la coherencia? Para levantar un sector, obtener beneficios y generar riqueza no es cuestión de bajar los precios. Cuando alguien compra un “Ferrari” sabe que no es ni caro ni barato, es el valor que tiene.

¿Cómo podemos cambiarlo?

Propongo algunas opciones:

- 1 Modelando** a nuestros colegas americanos, alemanes, ingleses a los que técnicamente ya lo hacemos. Sus modelos de negocio crean mayor valor, sus servicios más deseo, sus tickets son mucho más elevados y, por lo tanto, beneficios y salarios y reputación social más alta.
- 2 Generando **experiencias de mayor valor**, con salones cuidados y conceptualmente inspiradores, con servicios y rituales diferenciadores y con marcas que sean un partner de imagen, moda y diferenciación.
- 3 **Creando más en uno mismo** y en la capacidad de generar fans que te sigan y crean en ti. Si tienes más años de experiencia ¿por qué tu valor no es mayor? ¿Y si tú, como manager, tienes tarifas más altas que tu equipo?
- 4 **Carisma, buena imagen**, comunicación profesional convirtiéndote en un verdadero coach de la belleza y del bienestar. **El cliente no quiere peluqueros, quiere prescriptores.**
- 5 Profesionales con **conocimiento y lenguaje técnico**, dispuestos a estudiar, conocer y enseñar a la sociedad, la composición de sus productos, el funcionamiento del cuero cabelludo y del cabello y las técnicas aprendidas.
- 6 **Nuevas maneras de colaborar** y de contratar equipos más integradoras donde el abismo empresa-trabajador es mucho menor.
- 7 Aumenta la **estrategia Social Media**. Hay varios ejemplos de peluqueros que



Esta es una buena muestra de comunicación e imagen profesional. Hair and More by Pablo Pérez, peluquería Premium de Madrid (American Crew)

ganan y multiplican visitas, les solicitan formación y reciben clientes de todo el mundo gracias a una presencia continua, y de calidad en las redes sociales, preparando una estrategia global y con unos objetivos concretos.

- 8 **Integrar el concepto de negocio** de empresa, nadie vende su producto por debajo del coste. **Se crea empresa para ganar**, si no es así, se cierra y se desarrollan nuevos proyectos.

Otro día hablaremos de novedosas marcas que están llegando a España y que buscan peluquerías con ganas de acuerdos exclusivos, con proyectos *win-win* (ganar-ganar), donde la marca de producto y la marca de peluquería crezcan juntos. En estos salones la ilusión, la profesionalidad, el liderazgo, la imagen, la formación, los rituales, el servicio y el equipo, generan una peluquería de alto valor y gran impacto social. En ellas, la mujer y el hombre desean pasar horas y adoran a su peluquer@.

A modo de conclusión que **cada uno de nosotros se centre en asumir su responsabilidad de cambio**. Entendiendo que solo él/ella como empresari@ y sobre todo como ser humano, debe de hacer su cambio para que todo el sector cambie a su alrededor.

¡Feliz Primavera!! ♦



El Salón Toro de Barcelona en el Paseo de Gracia ha creado un ambiente elegante y cómodo en el corazón de la ciudad que genera valor.

Felicito a quienes construyen negocios coherentes con el objetivo de hacerlos rentables y generar riqueza.