



# PORADNIK KONSULTACYJNY



**Zapraszamy do naszego świata świadomej i bezpiecznej pracy, która pozwala cieszyć się z perfekcyjnego efektu i czuć pełną satysfakcję zawodową.**



**SMARZ HAIR TRAINERS**





Na sukces naszej pracy wpływa wiele czynników. Nie tylko poziom i jakość jej wykonania. Zapewne niejednokrotnie przekonałeś/aś się, że klientka złożyła reklamację na usługę pomimo, że została wykonana prawidłowo według założonego przez Ciebie planu.

Czynnikiem, który w 50% odpowiada za powodzenie, to rzetelna konsultacja zawierająca poniższe elementy:

- poznanie oczekiwań klienta,
- ocena jakości włosów,
- analiza techniczna,
- konfrontacja z rzeczywistymi możliwościami,
- realna propozycja uwzględniająca wszystkie powyższe elementy.

Zanim jednak zaczniemy analizować sytuację pod względem technicznym, skupmy się na **oczekiwaniach** klienta.





Analizę jakości włosów również zostawmy na później. W tej części pracy pozwól sobie na wnikliwość, ponieważ dzięki temu poznasz się ze swoim klientem. Jest to pierwszy etap rozmowy, czyli czas na to, aby zacząć budować pozytywną relację i zdobyć zaufanie. Przede wszystkim Twoje nastawienie ma tutaj ogromne znaczenie. Bądźmy otwarci, pokażmy, że w danym momencie jesteśmy skoncentrowani tylko na tej sprawie. Wiemy, że to trudne, szczególnie kiedy jest to piąty dzień pracy z rzędu, ale pamiętajmy, że dla tej klientki to jest jedna - najważniejsza wizyta.

### **Na początku, dajmy jej czas...**

Pozwól swojej klientce opowiedzieć jej historię. Często to, co stało się na poprzednich wizytach, nawet trzy lata temu jest dla niej bardzo ważne. Wysłuchanie tego nie zaszkodzi, a wręcz przeciwnie - pomoże. Spraw, aby poczuła się zaopiekowana. W ten sposób pokażesz klientce, że bardzo zależy Ci na tym, aby poznać każdy szczegół związany z jej włosami.



## Zapytaj o oczekiwania.

Często klientka, mówiąc o tym, co jej się podoba, ma na myśli coś zupełnie innego. "Zimny blond" w rzeczywistości jest dla niej ciepłym blondem, ale mówi to asekuracyjnie, bo nie chce mieć "żółtych" włosów. Z badań wynika, że każda kobieta co najmniej dwa razy sparzyła się u fryzjera, a trauma tego doświadczenia została z nią na długo. Ponadto postrzeganie kolorów przez każdego może być zupełnie inne. Dlatego po wstępnym wysłuchaniu oczekiwań sami proponujemy, aby omówić koncepcję na podstawie przykładów. Mogą to być zdjęcia z Internetu albo Twojego fanpage'a.



Pamiętaj, że dobrą alternatywą jest szukanie inspiracji po # na Instagramie. Zapewniamy Cię, że jeśli zaczniesz rozmawiać z klientką o jej włosach na konkretnych przykładach, szybko zauważysz jak rozwija się rozmowa i że Twoja koncepcja, którą masz w głowie zacznie podążać w zupełnie w innym kierunku. Dzieje się tak, dlatego że obraz działa błyskawicznie. W tym samym momencie dostajesz jasny komunikat od klientki „tak to jest dobry kierunek”, albo „nie, zupełnie nie o to mi chodzi”. Pamiętajmy, że klientki patrzą na fryzurę globalnie, a my styliści w detalu. Warto także podpytać właśnie o szczegóły, bo sama może nie zwrócić na to uwagi. Na przykład, zakryj górę fryzury i zapytaj, czy na pewno o tak mocne rozjaśnienie chodzi. Osobie, która na co dzień nie pracuje z włosami może nie rzucić się to od razu w oczy.

## **Zapomnij o pokazywaniu kolorów z próbnika.**

Pomyśl o tym jak Tobie, jako specjaliście czasem ciężko jest się odnieść do palety, a co dopiero ma powiedzieć klientka, która musi sobie wyobrazić docelowy kolor, patrząc na mały pukiel włosów z próbnika. To zupełnie nie ma odniesienia do całości bo z pewnością kolor, który przedstawia próbnik będzie zupełnie inaczej wyglądał na włosach Twojej klientki. Dlatego tak ważne jest uświadamianie na podstawie konkretnego przykładu. Im klientka lepiej zrozumie jak będą wyglądały jej włosy, tym jej większa przyjemność z wizyty.



**Wizyta powinna być przyjemnością, dlatego tak ważne jest ustalenie wszystkich szczegółów, aby ta chwila mogła cieszyć, a nie stresować.**

Dzięki temu zbudujemy pozytywny obraz naszej firmy, a wizyta nie będzie stresującym wydarzeniem, tylko przyjemnym czasem z rewelacyjnym efektem końcowym. Może być coś lepszego?



## **Zadbaj o swój komfort pracy.**

To od nas zależy jak będzie przebiegała wizyta. Jeśli klientka zobaczy, że przyjmujesz ją w biegu, bo miałeś/aś opóźnienie, będzie czuła niepewność i zapanuje nerwowa atmosfera. W takiej sytuacji weź dwa wdechy na zapleczu, ochłoń i na spokojnie zaproś na fotel swoją klientkę. Słowo "przepraszam" nie zaszkodzi. Daj jej poczucie, że wszystko jest w porządku i powiedz, że opóźnienie nie będzie wiązało się ze skróceniem czasu przeznaczonego dla niej. Aby uzyskać pełen komfort pracy przystąp do usługi kiedy atmosfera pomiędzy Tobą, a klientką jest klarowna. Niedomówienia nie są naszym sprzymierzeńcem.



**Pamiętajmy, że to co dla Ciebie jest jasne dla klientki może być czarną magią.**

Nie zakładaj, że klientka będzie wiedziała co masz na myśli. Przyjmij, że nie jest świadoma pewnych rzeczy i potrzebuje wytłumaczenia od A do Z. Używaj prostego, fachowego nazewnictwa, ale nie branżowego. Stosowanie zwrotów typu "6 poziom", albo kolor „9.23” może wprowadzić klientkę w zakłopotanie i na pewno nie da jej pełnego obrazu usługi. W tej sytuacji także świetnie sprawdzi się metoda przedstawienia przykładów w postaci zdjęć, które będą przypominały omawiany przypadek.

### **Ocena stanu włosów.**

Kiedy mamy za sobą te wszystkie elementy, czas na ocenę jakości włosów. Zróbmy to dla siebie, aby nie mieć niespodzianek w trakcie usługi. Oczywiście, bierzemy pod uwagę wywiad z klientką, ale powinniśmy także sami ocenić sytuację naszym fryzjerskim okiem. Pamiętajmy, że nasza klientka może np. zupełnie nie pamiętać o tym, że rok temu wykonywała ciemną koloryzację.





## **Mniej znaczy więcej...**

Nie zawsze, ale warto jest mieć to z tyłu głowy. Zastanówmy się, czy np. należy wykonywać globalną dekoloryzację, która będzie czasochłonna i kosztowna? Czy gra jest warta świeczki, czy włożona praca przełoży się na efekt? Czy ta praca da klientce satysfakcję? Czy klientka faktycznie tego potrzebuje? Czasami lepiej wybrać mniej angażującą drogę, aby dojść do celu i wspólnej satysfakcji.

## **Stwórz plan w głowie i przekaz go klientce.**

W końcu mamy konfrontację naszej koncepcji z :

- oczekiwaniami klientki,
- aktualnym stanem włosów,
- rzeczywistymi możliwościami.



Kiedy ułożysz plan, przekaż go krok po kroku klientce. Przedstaw jej cały proces. Omów z nią przez ile etapów będziecie musieli przejść, aby uzyskać zamierzony efekt. Jakie usługi składają się na wykonanie zaplanowanego rezultatu. Szczegółowe omówienie pokaże klientce jaką posiadamy wiedzę, zapewni ją, że jest w dobrych rękach oraz pozwoli w jakimś stopniu utożsamić się z nami. Nakreśli jej ile trzeba wykonać elementów oraz jaki będzie czas usługi, zobrazuje także wysokość ceny i uświadomi, że jest to tego warte.

### **Ustal plan działania na kolejne wizyty.**

Przed przystąpieniem do pracy warto omówić plan na kolejne wizyty. Określ korzyści z nich płynące. Zobrazuj co da dzisiejsza wizyta, a co trzeba będzie wykonać na kolejnej. Jeśli klientka poczuje, że podchodzisz do niej nieszablonowo, troszczysz się o jej włosy i masz na nie plan w perspektywie kilku miesięcy, to nie będzie szukać alternatywy, tylko zostanie z Tobą na długo. I pamiętaj – zadowolona klientka powie o tym 3 koleżankom, niezadowolona powie o tym 10 osobom.







Dziękujemy za przeczytanie poradnika.  
Po więcej zapraszamy na nasze szkolenia.

**Smarz Hair Trainers**  
**Katarzyna Smarz**

**Kontakt:**

Salon R. Smarz Professional Hair  
80-280 Gdańsk  
tel. 792627874  
mail: [info@rsmarz.pl](mailto:info@rsmarz.pl)