

M^a Carmen Cazcarra
Directora de Cazcarra Image Group



Relaciones Públ



icas en el Salón:

El cliente, siempre en el punto de mira

Uno de los objetivos que podemos fijarnos con el despliegue de nuestro plan de RRPP es el de conseguir más y fidelizados clientes.

Existen ciertos tipos de negocios que se orientan bien hacia los servicios o hacia los productos. En el caso de nuestros establecimientos, de peluquería, estética o belleza, nuestra orientación es 100% hacia el servicio global del cliente, que incluye y que no puede concebirse sin la integración del binomio servicio-producto orientado al resultado final de ofrecer una calidad excelente que pueda ser valorada por nuestro cliente.

Pero no podemos tratar a nuestros clientes como un colectivo uniforme, sino atendiendo a sus particularidades. No todos nuestros clientes van a valorar del mismo modo lo que podemos ofrecerles. Eso nos lleva a segmentarlos, o sea, a clasificarlos en grupos que tengan características similares que nos permitan crear una oferta de servicio - producto

específico y diferenciado de forma que nuestros clientes salgan satisfechos de nuestro salón por el trato recibido, el servicio que se les ha realizado y nuestra imagen de profesionalidad se vea reforzada.

Permítasenos en éste punto insistir en la importancia de facilitar a nuestro cliente el producto para que aplique en su casa. No permitamos que el empleo de productos inadecuados o de baja calidad estropee nuestro trabajo y dañe nuestro prestigio profesional. Nuestros clientes nos lo premiarán con su fidelidad.

*Un cliente satisfecho,
Un cliente fiel*

Ellos son la mayor garantía de viabilidad y continuidad de nuestra pequeña empresa. Para "conquistarlos", hemos de captarlos y seducirlos emotivamente. Hemos de intentar colmar sus expectativas y cumplir por más que podamos sus deseos. El cliente es, por tanto, la razón de ser de nuestra empresa y hemos de ser conscientes de sus necesidades. Para ello, hemos de intentar primero conocerlo, identificando quién es, cómo es y cómo evoluciona a lo largo de su relación con nuestro negocio.

El segundo estado sería interactuar con él, pidiendo y logrando su participación y estableciendo vínculos afectivos de algún tipo. El feedback con el cliente es imprescindible para anticiparnos a sus cambios de comportamiento. Hemos, pues, de aprender de él.

El diálogo que mantengamos con nuestro cliente, nos ayudará en cosas como evaluar nuestros servicios y productos dándonos pistas sobre lo que estamos haciendo menos bien y cómo podemos mejorarlo.

No hemos de olvidar que no sólo tendremos que prestar atención a sus elogios, sino que especialmente tendremos que estar muy atentos a sus críticas y sugerencias, que deben llegar a nuestros oídos como grandes oportunidades para detectar fallos y poder repararlos. Por este motivo, siempre que podamos hemos de invitar a hablar al cliente, extrayéndole toda la información que pueda sernos de ayuda: recoger sus sugerencias, solucionar las pequeñas crisis que puedan surgir, canalizar las quejas, etc.

Por último, y tras haber superado por estos dos pasos previos de identificación y diálogo, hemos de llegar a un tercer estado en el que compensar su fidelidad, dándole ventajas, descuentos y un trato especial. Todo esto creará estrechos lazos que servirán para convertir a algunos de nuestros clientes en "asiduos". Siempre sin descuidar, por supuesto, la calidad del servicio que le demos.

Todos estos datos nos permitirán implantar muchas de las ideas que hemos recogido en el coleccionable, y que contribuirán a que el cliente se sentirá bien cuidado y atendido.

En el mercado podemos encontrar programas específicos para nuestro sector muy fáciles de utilizar y que, sin suponer una gran inversión, nos ayudan doblemente en la gestión de clientes y la gestión económica de nuestro negocio.

La asesoría de imagen una gran oportunidad a tu alcance

Durante los meses que ha durado esta serie de artículos hemos aprendido cómo poder mejorar la marcha de nuestro negocio utilizando las Relaciones Públicas. Entre otros muchos beneficios, nos han ayudado a transmitir una buena imagen de nuestro establecimiento, a captar nuevos clientes, a promocionar productos y servicios, a sacar partido a nuestra red de contactos o a saber comunicar la profesionalidad de nuestro negocio.

RRPP CON LOS CLIENTES

- › Personal orientado al buen servicio y atención al cliente.
- › Mejor conocimiento de nuestro público: recoger quejas, sugerencias de mejora, resolución de problemas...
- › Envío de información destacada a domicilio (con base de datos).
- › Edición de revistas corporativas
- › Organización de actos y actividades: jornadas de puertas abiertas, presentación de nuevos productos y/o servicios, etc.

Una buena base de datos de clientes es un tesoro

Para conocer a nuestros clientes y poder segmentarlos para darles un trato personalizado a nivel de nuestra oferta de servicio-producto y de las acciones de promoción y relaciones públicas que podamos realizar, es imprescindible disponer de una buena base de datos informatizada.

Se trata de poner en marcha algún método para recoger información personalizada de nuestros clientes. No se trataría de implementar complicados sistemas informáticos para hacerlo. Puede servir incluso una simple base de datos de Access, con la que podremos poner en marcha un sistema de seguimiento de clientes de una manera sencilla y sin grandes costes adicionales.

Nos basaremos en lo que siempre se ha hecho en todas las peluquerías y salones de belleza, con fichas manuales de clientes, en las que apuntar sus visitas, los servicios solicitados, los últimos productos consumidos, etc.

Sofisticando esta ficha, podríamos incluir sus datos personales, su profesión, su historial de sugerencias, sus preferencias, etc.

Pero un profesional de la imagen, como somos cada uno de nosotros, ha de saber ir más allá. Las Relaciones Públicas engloban unas técnicas que están al servicio de todo el mundo, por lo que no sólo deben interesarnos como una técnica que hemos de aplicar a nuestro negocio, sino también como una actividad que podemos aprender para después ofrecerla como servicio a nuestros clientes.

Hemos de pensar en nuestro negocio como una actividad en constante evolución, que no ha de quedarse estancada ofreciendo siempre las mismas cosas. Si esto ocurre, la competencia, siempre llena de atrevidas apuestas, arriesgará más que nosotros y nos dejará en la cuneta captando a muchos de nuestros clientes.

Una interesante evolución para nuestro negocio sería, por ejemplo, la incorporación de servicios de asesoría de imagen, en los que se integran acciones de relaciones públicas, para poder llevarlos hasta la vida cotidiana de nuestros clientes y convertirnos así en un referente cercano, a quien consultar y pedir orientación.

Si ya somos profesionales de la peluquería y la belleza, necesitaremos completar nuestra formación para evolucionar hasta

- • • la asesoría de imagen, una actividad más global y que reúne conocimientos diversos de belleza, estilismo en el vestir, protocolo, usos sociales, comunicación, relaciones públicas, etc.

Hoy en día la profesión de asesor de imagen está ya reconocida en España y cuenta con su propia formación reglada de grado superior, de dos años de duración, en cuyo diseño curricular intervine como asesora externa del Ministerio de Educación.

Mi implicación personal con ésta profesión me llevó a asumir el reto de que, la Escuela Superior de Imagen Personal Cazcarra, que dirijo, fuera el primer centro docente en implantar ésta formación profesional.

Para los profesionales, que ya poseen una experiencia profesional, que no disponen de tanto tiempo para formarse y necesitan unos estudios compatibles con su negocio, el Master en Asesoría de Imagen, que se cursa de forma presencial durante un fin de semana al mes, es una excelente opción.

Poco a poco, cualquier profesional de la imagen puede ampliar sus conocimientos para poder así abrir el abanico de los servicios ofrecidos en su salón.

Con la formación adquirida podremos actuar como un gabinete asesor, que lleve a la práctica estas enseñanzas aplicadas a la vida de cualquiera de nuestros clientes. Aunque no nos lo parezca a simple vista, ellos también tienen necesidades que pueden cubrir mejorando su imagen, su capacidad de relación y comunicación así como su actitud.

Si alguien cercano como nosotros, puede orientarles y ayudarles a lograr su objetivo, lo van a agradecer.

Cualquier persona afronta en su vida diaria compromisos laborales y sociales en los que necesita orientación sobre cómo poder ofrecer una buena imagen, comportarse correctamente, relacionarse de manera adecuada, etc. Nosotros, como profesionales de la imagen, podríamos intervenir en algunos de estos momentos.

Algunas de las situaciones en las que podríamos colaborar podrían ser:

1. En el arranque de un nuevo negocio: participando en la organización de la inauguración, en la definición de la imagen colectiva de los trabajadores, en la correcta idea que queremos transmitir...
2. En la preparación de una celebración familiar: colaborando en diferentes aspectos de la organización, asesorando sobre las posibles decisiones, participando en la definición de imágenes personales, etc.
3. En la organización de un gran evento, como una boda: éste es el tipo de acontecimiento en el que actualmente participan más los profesionales de la imagen. Cada vez hay más expertos que se dedican y que han conseguido una gran aceptación entre los clientes, que buscan apoyos cuando se encuentran con todo lo que supone organizar una boda.
4. En la gestión de redes de contactos y relaciones interpersonales: asesorando a los interesados en cómo cultivar el campo de las relaciones sociales, sabiendo cómo comportarse y actuar según sean sus objetivos.

Desde aquí te animo a afrontar este reto, en la seguridad de que se convertirá en una auténtica pasión y que te llevará a nuevos planteamientos personales y profesionales.

• • •

