

# 7 Passos para fidelizar clientes para sempre!

*Confiança é: "...ter fé, ser fiel a algo ou alguém."*

Todo relacionamento começa com confiança, inclusive nos negócios. Já pensou como você escolhe um mecânico para o seu carro? Ou como escolhe o melhor tênis de corrida? Normalmente, recorremos a alguém da nossa rede de contatos. Caso contrário, iremos optar por aquele profissional, salão ou clínica que nos passa mais credibilidade. Seja porque possui uma fachada mais bonita, um site bacaninha, mais fãs no facebook ou porque é mais fácil agendar serviços com ele.



Isso tem tudo haver com a indústria de Beleza e Estética. Além da conquista de novos clientes, a repetição de vendas (fidelização) é uma das únicas coisas que mantém a roda girando. Não adianta de nada atrair centenas de clientes em um mês (Exemplo: compras coletivas) e depois nenhum deles voltar para você.

## **Como se destacar e passar confiança no meio de tanta concorrência?**

A confiança é algo muito pessoal e subjetivo e que pode tomar algum tempo. A parte boa é que você tem grande influência e poder de ação na construção dessa confiança.

Por exemplo: se o salão está listado naquela [lista Premium](#) de salões na internet, se o salão tem site ou não, como é a sua fachada, forma de atendimento, revistas disponíveis na espera, facilidade de cancelamento, se oferece café e biscoitinhos para as clientes, se a internet é liberada... Enfim, a soma desses “detalhes” constitui como você e seu salão se posicionam para o cliente. E isto reflete diretamente no sentimento de confiança de que você é o profissional certo para cuidar de sua Beleza e Bem estar!

O importante é sempre se perguntar em TUDO o que você faz: “O que eu posso fazer para este cliente lembrar de mim?”

Para começar, tenha uma visão geral de como o seu cliente enxerga o seu negócio – tire o chapéu de dono e pense sob a perspectiva de seu cliente. Reflita sobre todos estes pontos abaixo. Anote todos os possíveis “gargalos”, pontos a melhorar e ideias que irão surgir (sugerimos papel e lápis neste momento para não se esquecer de nada):

1. *Quando ele fica sabendo de você e seus serviços* – Como é? É prático? É marcante? Ou é igual à todo mundo?
2. *Informações/dados que ele encontra sobre você* – Quais informações? É acessível? Ele fica com mais dúvida? Desperta desejo?
3. *Entrando em contato/agendando com você.* – Como é feito? É fácil? É rápido? Está sempre disponível? Ele se surpreende? Demora?
4. *Quando chega no seu estabelecimento.* – Como ele é recebido? O “clima” é bom? As pessoas estão felizes? É limpo? É fácil encontrar? Estacionar?
5. *Na hora da prestação do serviço* – Demora muito? É sempre bem orientado? O serviço é bom?
6. *Ao sair da loja.* – Ganha vantagens? Têm incentivos para retornar? Sai feliz da loja?
7. *E depois?* – Ele lembra de você? Como? Por que?

Em poucos minutos você já irá conseguir visualizar várias oportunidades de melhoria. Para te ajudar sugerimos fazer este processo como no exemplo abaixo. Em cada passo pense o que você faz, reflita se está bom ou não, o que pode melhorar e marque os passos ou ideias que você deve focar mais.



## 7 Passos para fidelizar clientes

### 1. Quando ele fica sabendo de você.



Normalmente as opções de banners, fachadas e boca a boca continuam sendo validas e importantes. Mas hoje em dia vale a pena repensar sobre panfletos, compras coletivas e outras ações de resultados duvidosos. Sem dúvida a internet tem um papel crucial no [marketing para salões e profissionais de beleza](#). Cerca de 80% usam a internet antes de comprar um serviço ou um produto. Se o seu concorrente está aproveitando esta oportunidade é melhor você se apressar. [Considere ter um website, uma conta no instagram, facebook, anuncios no google e/ou empresas especializadas do setor.](#)

Nesta hora não vale economizar no design, arte e/ou impressão. Você mexe com beleza e precisa provar isto!

### 2. Informações/dados que ele encontra sobre você

De que adianta conseguir chegar até potenciais clientes se ele não tiver o telefone para te ligar? E pior, se o telefone estiver errado ou ocupado? Lembre-se de checar se todos os seus “pontos de contatos” com clientes possui corretamente o telefone, endereço e serviços oferecidos. O preço também é importante mas não essencial. Outra dica é conferir em sites como Apontador, Kekanto e outras listagens aleatórias se os seus dados estão atualizados.

### 3. Entrando em contato/agendando com você.

Lembre-se que o tempo de seu cliente é tão apertado quanto o seu. Se limitar apenas ao horário comercial e ao telefone para receber agendamentos pode ser um tiro no pé. Contratar mais atendentes também custa caro e pode não ser o suficiente. Para isso pense em utilizar o facebook para conversar com clientes; muitos deles passam horas do dia por lá. Outra sugestão é utilizar [sistema de agendamento online](#). Além de promover os serviços na internet, ajudam atender clientes de noite, finais de semana e controlar toda agenda e informações de clientes no mesmo lugar. Muitas vezes, esses sistemas, utilizados simultaneamente com redes sociais, podem substituir a necessidade de um website, tornando muito mais barato e efetivo a presença na internet.

### 4. Quando chega no seu estabelecimento.



Você fez tudo certo antes: peça bonitas, foi encontrado rapidamente no Google, todas informações ali, o cliente agendou online...mas na hora de chegar ele teve problemas! Não deixe a experiência boa terminar por aí. Ajude-o a estacionar facilmente. Indique opções de estacionamento por perto, faça parcerias com desconto com esses estacionamentos, crie vaga para idosos e gestantes. Está em um local de difícil acesso? Crie placas por perto e não deixe o cliente se perder no caminho. Confira também se o mapa do seu salão no Google está correto. Outra dica óbvia e básica, mas muitas vezes esquecidas é se policiar para manter a fachada (rua, vitrine, placas e etc) sempre limpa e impecável. Aproveite e surpreenda, pense em uma fachada diferente; jardins e flores são boas opções.

#### *5. Na hora da prestação do serviço*



Mimos e agradados nunca são demais, custa pouco e todo mundo adora. Na hora que o seu cliente entrou em seu estabelecimento as dicas de limpeza e toques no ambiente são mais do que imprescindíveis e não é preciso explicar o porque. Quadros de parede é uma excelente opção para criar um ambiente legal. Um fundo musical bem selecionado também é um “Q a mais” (evite rádios e músicas barulhentas). Se você tem um gosto musical bom opte por criar gratuitamente listas de música em sites como [Grooveshark](#) ou use as rádios online como [Stereomood](#). Cores fortes e iluminação são outras opções para impressionar; apenas tome cuidado para não exagerar.

Mas não para por aí: sua cliente chegou cansada e correndo para ter seu tempo de descanso, um chazinho ou café não custa muito e agrada a qualquer um né? As vezes também ela também tem que esperar. O que ela faz neste momento? Não economize em revistas e não deixe de disponibilizar a internet de graça para suas clientes.

## 6. Ao sair da loja.



Faça questão de perguntar como ela se sente, se gostou, se tem sugestão... Todo cliente gosta de saber que você realmente se preocupa com ele. Aproveite que ela está feliz da vida com o bom trabalho feito por você e sua equipe e dê “ferramentas” para que ela indique para amigas. Ofereça um vale desconto, uma promoção para compartilhar na sua rede social ou simplesmente uma balinha (icekiss não!).

Não deixe de ter um histórico de seus clientes: quando ela foi ai, qual a última vez, quantas vezes, qual serviço fez, o que achou e etc. Essas informações são valiosas e você sabe muito bem. A melhor (mais fácil, acessível e rápida) opção continua sendo os sistemas de agendamento online que contribuem para manter essa inteligência individual dos clientes.

## 8. E depois?

Pense em programas/cartões de fidelização e promoção por retorno. Convide-a para interagir com suas redes sociais e sugira a facilidade do agendamento pela internet. Além disso, invista tempo ligando ou mandando emails para seu cliente em datas especiais. Inclusive se ela anda sumida, ligue e converse, pergunte porque (não venda, converse). Pense em como você pode tratá-la de forma especial e isto pode ajudar a melhorar os serviços e aumentar o retorno dos clientes.

## Dicas finais para ter uma legião de fãs



## ***“O custo de não fazer nada pode sair caro no final.”***

Agora, você deve ter pensado sobre tudo o que deve reavaliar, deve fazer e que já faz. É provável que uma dose de ansiedade com desespero pode estar aparecendo.

Para variar, quem tem responsabilidade por tudo isso são os donos e, em alguns casos, os gerentes do salão. Ninguém mais! Você pode até conseguir tocar tudo (controlar atendimento, fazer o marketing da empresa, controlar estoque, contabilidade, funcionários, treinamentos, pagamentos...). Mas com certeza não é um robô. Você dorme, cansa, come...e tem limites. Dúvidas surgirão: “O que devo fazer? Onde devo me preocupar mais? Como ter mais tempo para fazer isso? Ah...quais as melhores soluções?”

1. Diferencie custo e investimento – existem gastos financeiros que investidos lhe trarão benefícios. Não seja imediatista, tudo na vida tem o seu tempo.
2. Valorize seu tempo – Pense em tarefas que lhe ocupam muito tempo, pois são importantes, mas podem ser otimizadas ou automatizadas.
3. Não tenha medo de mudar – mesmo você estando confortável como trabalha atualmente lembre-se que o mundo está girando, e a concorrência também.

Por fim, tenha foco para continuar fazendo o que você faz de melhor: fornecer um excelente serviço!