

موفقیت به سبک لی لی رضایی
چگونه در کمترین زمان، یک آرایشگر موفق شوم؟

نویسنده:

مرتضی محمدی

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۵	مقدمه
۷	چرا لی لی رضایی؟
۹	توهم علاقه به آرایشگری
۱۲	انتخاب اهداف بزرگ
۱۶	مراحل هدف گذاری
۱۸	اقدام به یادگیری
۲۳	دانش آموز ابدی
۲۷	آرایشگر سرسخت
۳۰	اول تجربه بعد شروع
۳۶	اهمیت انضباط شغلی
۴۵	تبلیغات یعنی همه چیز
۴۸	تشویق مشتریان برای تبلیغ دهان به دهان
۴۸	شعارهای تبلیغاتی
۵۰	تبلیغات پیامکی برای تبلیغ آرایشگاه زنانه
۵۲	استفاده از تراکت
۵۲	تبلیغات در نیازمندی روزنامه
۵۳	داشتن خلاقیت
۵۴	استفاده از فضای مجازی برای تبلیغ آرایشگاه زنانه
۵۶	نمایش نظر مشتریان قبلی در تبلیغات آرایشگاه
۵۷	همکاری با مشاغل دیگر
۶۱	تیم خانوادگی یک آرایشگر
۶۵	پیش به سوی شکست
۷۰	گاو بنفش در صنعت زیبایی
۷۶	نتیجه عالی با تجهیزات عالی
۸۱	آراستگی آرایشگر
۸۷	برگ برنده حرفه ای ها
۹۴	ویترین سالن!
۱۰۰	از مشتری شناسی تا مشتری مداری
۱۱۵	منابع و مآخذ

مقدمه

موفقیت در صنعت زیبایی ابعاد مختلفی دارد و از آنجایی که تمامی آرایشگران در پی رسیدن به موفقیت و کسب درآمد بیشتر در این حوزه هستند، روش‌ها و تکنیک‌های رسیدن به این هدف نیز همیشه در حال تکامل است. تألیف کتاب‌ها و مقالات تخصصی، آموزش‌های بازاریابی و مشاوره‌های کسب‌وکار، بازتاب‌هایی از این تکامل می‌باشند.

آموزش‌هایی که به شما خواننده گرامی ارائه می‌شود باعث کسب نتایج عالی در شغل‌تان می‌شود. طی جلسات متعددی که با سرکار خانم لی‌لی رضایی به‌عنوان

یکی از برترین و موفق‌ترین آرایشگران ایران داشته‌ایم، در این کتاب قصد داریم به بررسی دلایل موفقیت ایشان بپردازیم و با مطالعه الگوهای رفتاری و کاری این بانوی موفق، به شما کمک کنیم تا در زمان کم و با تلاش هوشمندانه، به جایگاهی والا در صنعت زیبایی دست پیدا کنید.

این کتاب به‌واسطه اطلاعات حاصل از مشاوره‌های چندین ساله با برجسته‌ترین آرایشگران کشور، مشارکت در افتتاح و توسعه سالن‌های زیبایی، برگزاری کلاس‌ها، سمینارها و همایش‌های متعدد و همچنین با پژوهش‌های بی‌شماری که طی چندین سال انجام داده‌ام، نگاشته شده است.

به شما تضمین می‌دهم که بعد از مطالعه این کتاب، مطالب ارزشمندی را فرا خواهید گرفت. اگر به تمامی آموزش‌ها و تمرینات کتاب عمل کنید، می‌توانید در کمترین زمان، سرمایه‌گذاری اولیه و نتیجه تلاش‌های خود را دریافت کنید و شاهد موفقیت‌های بزرگی در این حوزه باشید. اگر کسب درآمد بیشتر، افزایش مشتری، بالابردن کیفیت کاری پرسنل و پیشرفت برایتان مهم است، توصیه می‌کنم تمامی موارد ذکر شده در کتاب را نکته‌به‌نکته بخوانید و عمل کنید.

با آرزوی موفقیت برای همه خوانندگان این کتاب

مرتضی محمدی

چرا لی رضایی؟

سرکارخانم لی رضایی نمونه بارز یک انسان موفق است که ثروت ایشان، نه فقط در زمینه شغلی، بلکه در همه ابعاد می باشد. لازم است تعریفی از ثروت را خدمت شما خواننده گرامی شرح دهم. ثروت یعنی سرمایه انسانی، اجتماعی، فرهنگی و مالی. افرادی که مجموع این سرمایه ها را در حد متعادل داشته باشند، ثروتمند هستند. جسم و روان سالم، سرمایه انسانی ایشان می باشد. سرمایه اجتماعی خانم رضایی، احترام و اعتبار بالای شغلی در جامعه است و با توجه به بازخوردها، هنرمندی بسیار محبوب شناخته شده اند. سرمایه فرهنگی ایشان،

برقراری تعادل بین امور خانوادگی و شغلی است و درنهایت سرمایه مالی این هنرمند موفق، درآمد قابل قبولی است که در این عرصه کسب کرده‌اند.

سرکارخانم لیلا رضایی با نام هنری لی لی رضایی، فعالیت رسمی خود را از سال ۱۳۸۷ با ارائه خدمات ویژه عروس آغاز کردند و با همت و پشتکار زیاد توانستند به‌عنوان یکی از کارآفرینان نمونه کشور شناخته شوند و حدود ۳۰۰ نفر از بانوان را در مجموعه خود استخدام کنند که اکثریت این بانوان، سرپرست خانوار می‌باشند.

اخلاق کاری ایشان به‌قدری ستودنی است که به‌منظور اجرای اهداف خیرخواهانه خود توانستند کمک‌های زیادی به موسسات، خیریه‌ها، امور زندان‌ها و خانواده‌های بدسرپرست و بی‌سرپرست داشته باشند. خانم رضایی رسیدن به این هدف را از بزرگ‌ترین دستاوردهای خود می‌دانند که قابل تقدیر است. از ویژگی‌های مثبت سالن زیبایی این بانوی هنرمند می‌توان به خدمات بسیار باکیفیت، استفاده از برندهای مرغوب و همچنین رفتار حرفه‌ای پرسنل اشاره نمود که موجب بازخوردهای مثبت مشتریان شده است. این موفقیت شغلی و مالی، حاصل یک الگوی مشخص است که در ادامه به آن پرداخته می‌شود.

توهم علاقه به آرایشگری

«هیچ کس نمی تواند در حرفه ای موفق شود که از آن خوشش نمی آید.»

ناپلئون هیل

اولین موضوع برای موفقیت در صنعت زیبایی، علاقه به این هنر است. اگر هر یک از شما به هنری که انجام می دهید علاقه داشته باشید و به آن افتخار کنید، به راحتی می توانید سختی هایی را که در مسیر رسیدن به اهداف وجود دارند، تحمل و با آنها مقابله کنید؛ اما اگر به این هنر علاقه ای نداشته باشید، خیلی زود جا می زنید و با پیشنهادات بهتر و جذاب تر، شغل خود را تغییر خواهید داد. هرچه علاقه و اشتیاقتان بیشتر باشد، انرژی بیشتری نیز برای پیشرفت صرف خواهید کرد. این علاقه، مانند یک چرخه عمل می کند. هرچه حس شما نسبت به شغلتان بهتر باشد، نتیجه نیز بهتر خواهد شد؛ هرچه نتیجه کار بهتر شود، حس شما نیز بهتر می شود. افراد علاقه مند می توانند در زمان کمتری به نتایج مطلوب برسند و درآمد بیشتری دریافت کنند. داشتن علاقه قلبی به این هنر نه تنها باعث پیشرفت می شود، بلکه ثروت و شهرت را نیز به همراه دارد. علاقه مندی همان عنصری است که می تواند ساعت های خسته کننده این حرفه را به لحظاتی شیرین و معنادار تبدیل کند.

اکثر انسان ها مجبورند برای گذران زندگی، شغلی داشته باشند (مگر اینکه در

یک خانواده بسیار ثروتمند متولد شده باشند). برخی آمارها نشان می‌دهند اکثر آرایشگرانی که چندین سال فعالیت دارند، از شغل خود ناراضی هستند و وظایفشان را از روی اجبار انجام می‌دهند. پس صرف اینکه این شغل می‌تواند برای شما درآمدزایی داشته باشد، کافی نیست. اگر شما به حرفه خود علاقه‌مند باشید، احتمال اینکه بتوانید از آن درآمد بیشتری نسبت به همکارانتان کسب کنید، بسیار زیاد است. با انجام کاری که عاشق آن هستید، هرگز درآمدتان متوقف نمی‌شود.

«مردم شغل خود را انتخاب نمی‌کنند، بلکه در محاصره آن قرار

می‌گیرند.» جان دوس پاسوس

گفتگوی اول:

- خانم رضایی مهم‌ترین عامل موفقیت شغلی شما چیست؟
- مهم‌تر از هر چیز، عشق و علاقه بسیار زیادم به این هنر بود که باعث شد آن را با تمام وجود ادامه دهم. علاقه به آرایشگری باعث شد انگیزه بالا و پشتکار زیادی داشته باشم و با هدفمند کردن برنامه‌های کاری‌ام به موفقیت برسم.
- اگر زمان به عقب بازگردد، آیا دوباره این حرفه را انتخاب می‌کنید؟
- قطعاً بله؛ اگر هزاران بار دیگر متولد شوم، باز هم شغل آرایشگری را انتخاب خواهم کرد.

- با توجه به تجارب فعلی، آیا برای رسیدن به اهدافتان همین مسیر را طی می‌کردید؟

- اگر با تجربه امروز به گذشته نگاه کنم، قطعاً برای رسیدن به موفقیت‌های امروز می‌توانم مسیر کوتاه‌تری را طی کنم؛ اما می‌بایست اعتراف کنم که جایگاه امروز حاصل شکست‌ها و پیروزی‌های دیروز است. اگر برای رسیدن به هدفی برنامه‌ریزی می‌کنیم و در راه پیشرفت قدم می‌گذاریم باید آمادۀ اتفاقات تلخ و شیرین بود؛ هیچ پیروزی بدون شکست حاصل نمی‌شود و شادی در کنار غم معنا پیدا می‌کند. به‌جرات می‌توانم ادعا کنم تک‌تک تجارب گذشته‌ام را دوست دارم؛ زیرا لی لی رضایی امروز، برآیند همه تجارب تلخ و شیرین، پیروزی‌ها و شکست‌های دیروز است؛ من عقیده دارم شکست پلی است به سوی پیروزی.

با این پاسخ‌ها متوجه می‌شویم که برای کسب موفقیت، ابتدا باید اشتیاق و علاقه‌ای سوزان داشته باشیم تا بتوانیم به آنچه که می‌خواهیم، دست پیدا کنیم.

استیو جابز که استاد زندگی و کار هدفمند بود، راز دستیابی به موفقیت و ثروت در زندگی حرفه‌ای را با طرح پرسشی روزانه یافت. او هر روز صبح درحالی که در آینه به خود می‌نگریست از خود می‌پرسید:

«اگر امروز آخرین روز زندگی‌ام باشد، آیا به کاری که امروز انجام

می‌دهم، علاقه‌ای دارم؟»

تمرین عملی ۱:

توصیه می‌شود این تمرین را چند روز متوالی و در صبح، هنگامی که از خواب برمی‌خیزید انجام دهید. روبه‌روی آینه بایستید و این سؤال را از خود پرسید:

اگر امروز آخرین روز زندگی‌ام باشد، آیا به کاری که انجام می‌دهم علاقه‌ای دارم؟

تکنیک آینه استیو جابز به شما این امکان را می‌دهد که با خود روراست باشید و اگر این مسیر را اشتباه آمده‌اید، این روند را با آگاهی کامل متوقف کنید. با کنارگذاشتن اهداف اشتباه و تمرکز روی علائق خود، می‌توانید استعدادها و نبوغتان را کشف کنید. اگر پاسخ این پرسش طی چند روز متوالی منفی باشد، یعنی باید چیزی را تغییر دهید.

انتخاب اهداف بزرگ

«اگر قرار است فکر کنید، بزرگ فکر کنید.» دونالد ترامپ

یکی از واضح‌ترین تفاوت آرایشگران موفق با آرایشگران عادی، داشتن اهداف بزرگ و بلندمدت است. آن‌ها تا آنجا که می‌توانند به آینده نگاه می‌کنند و تصمیم می‌گیرند که در آینده می‌خواهند به چه انسانی تبدیل شوند و به چه هدفی برسند؛ سپس به زمان حال برمی‌گردند و کارهایی را مشخص می‌کنند که برای رسیدن به آینده دلخواه‌شان باید انجام دهند یا انجام ندهند.

آرایشگران بزرگ و موفق در صنعت زیبایی، هرگز به چهارچوب‌های روزمره

راضی نبودند و همیشه به دنبال چیزی فراتر از خواسته‌های سایر همکاران بودند. وقتی خواسته‌تان با رُقا متفاوت نباشد، پس به نتیجه متفاوتی هم نمی‌رسید. اگر در این حرفه با انسان‌های عادی و سطحی‌نگر درباره اهداف بزرگ خود با اشتیاق سخن بگوئید، در آخر با گفتن یک جمله، تمام حال خوبتان را نابود می‌کنند و می‌گویند:

«دست از این بلند پروازی‌های الکی بردار، با این همه آرایشگر عالی، تو نمی‌تونی موفق باشی».

داشتن هدفی بزرگی که با اقدام و عمل همراه باشد، بلندپروازی محسوب نمی‌شود. باید تفاوت شما با رقبا، قابل لمس باشد. انتخاب یک هدف بزرگ در این شغل، نقطه شروع تمام تفاوت‌ها است. داشتن هدف بزرگ باعث می‌شود تا متفاوت فکر کنید، متفاوت تصمیم بگیرید، متفاوت عمل کنید تا در صنعت زیبایی تبدیل به یک آرایشگر متمایز شوید.

برای اینکه بتوانید در این شغل موفق باشید، باید با هدف بهترین شدن، تلاش خود را آغاز کنید. بهترین شیوه برای رسیدن به اهداف، مکتوب کردن و نوشتن آن‌ها است. نوشتن باعث می‌شود تصویر روشنی از خواسته خود پیدا کنید. به محض نوشتن اهداف، معجزه‌ای رخ خواهد داد. کسانی که اهداف کتبی دارند، از زندگی بهتری نسبت به بقیه برخوردار هستند.

بهتر است هنگام مکتوب کردن اهدافتان، مشخص شود کدام مهارت را باید یاد بگیرید و کدام مهارت را ارتقاء دهید. کائنات هوشمند است و به تلاش‌های شما واکنش نشان می‌دهد. هر کاری که انجام دهید مثل یک صاعقه است. وقتی تغییر کنید، محیط اطرافتان نیز تغییر می‌کند. بی‌شک شما مسئول تمام شرایط و اتفاقات پیرامونتان هستید.

همه انسان‌ها میزان رشد مشخصی دارند؛ بنابراین اگر نمی‌توانید هدف‌های بزرگ‌تری را در نظر بگیرید و آن را عملی کنید به خاطر این است که آن هدف، بالاتر از میزان رشد شخصی شما است. اکثر مواقع عده‌ای از مردم از طریق مسابقه یا ارث و ... به پول زیادی می‌رسند، در یک مسابقه ۱۰ برابر حقوق سالیانه‌شان پول به دست می‌آورند؛ اما بعد از ۳ تا ۵ سال به شرایط قبلی خود باز می‌گردند. یا اینکه رژیم می‌گیرند و مدتی به خودشان سختی می‌دهند تا به وزن دلخواه برسند؛ اما دوباره پس از ۶ تا ۹ ماه، وزن قبلی را پیدا می‌کنند. ممکن است کسب و کارتان رونق بگیرد و مدتی شروع به رشد کردن کند و پس از مدتی به حالت قبلی خود بازگردد؛ زیرا شما به اندازه‌ای که لازم است، رشد شخصی و نگرش موفقیت را ندارید.

میزان رشد شخصی مانند ترموستات عمل می‌کند؛ مهم نیست دمای بیرون چقدر است، دمای داخل را همان ترموستات تنظیم می‌کند. وقتی دمای اتاق بالا

رود، تهویه هوا روشن می‌شود تا به دمای قبلی برگردد و اگر دمای آن سردتر شود گرمایش آن کار می‌کند؛ بنابراین دمای بیرون مهم نیست، دمای داخل همان میزان باقی می‌ماند.

اگر به دنبال رشد و توسعه کسب و کارتان هستید، توسعه فردی در ابتدای راه شما قرار دارد. باید به جای کار کردن روی پول و کسب و کار، به صورت منظم و هدفمند روی خودتان کار کنید. وقتی از نظر ذهنی، رشد پیدا کردید و شخصیت یک انسان موفق را در خود ایجاد کردید، ناگهان همه چیز رشد خواهد کرد و اهدافتان بزرگ‌تر می‌شود. اگر می‌خواهید چیزی تغییر کند، اول باید خودتان تغییر کنید.

با توجه به اهمیت توسعه فردی و نقش آن در بهبود کسب و کار، برای تسریع پیشرفت شما عزیزان، پکیج صوتی-آموزشی ما با عنوان «ستارگان آرایشگری» در وبسایت دنیای تحول موجود می‌باشد. این فایل آموزشی با هدف بهبود و توسعه فردی، برای آن دسته از افرادی که به وضعیت فعلی خود راضی نبوده و به دنبال موفقیت‌های بزرگ هستند، تهیه شده است.

برای تهیه این پکیج به سایت www.dtahavol.com مراجعه نمایید.

بسیاری از آرایشگران، تلاش زیادی می‌کنند؛ اما به نتیجه دلخواه خود نمی‌رسند. دانستن مراحل هدف‌گذاری نیز می‌تواند برای شما مؤثر باشد. با درک مراحل هدف‌گذاری متوجه می‌شوید که چگونه باید هدف‌گذاری درستی داشته باشید و حرکت کنید تا به مقصودتان برسید.

مراحل هدف‌گذاری

مرحله اول آمادگی است؛ یعنی دانستن اینکه اکنون در چه جایگاهی هستید؛ استعداد، مهارت‌ها و علائق شما چیست و در بخش‌های مختلف زندگی، چه امتیازی به خودتان می‌دهید.

مرحله دوم کاشتن است؛ یعنی پیدا کردن نقاط مشترکی بین استعداد، علائق و مهارت‌های خود. اگر نقطه مشترکی پیدا نکردید، اولویت با علائق شما است.

مرحله سوم رشد است؛ یعنی ثبات‌قدم، انگیزه، خودباوری، تمرکز و ...

مرحله چهارم برداشت است. در این مرحله، دو اتفاق مهم می‌افتد؛ یکی کسب موفقیت‌های بزرگ و دیگری عادی و بی‌معنا شدن آن موفقیت با گذشت زمان؛ بنابراین باید هدف‌گذاری جدید و بزرگ‌تری را انجام دهید.

«اگر می‌دانید چه کار کنید تا به هدف خود برسید، هدفتان به اندازه»

کافی بزرگ نیست.» باب پراکتور

گفتگوی دوم:

- خانم رضایی شما چه هدفی برای خود مشخص کرده بودید و آیا توانستید آن را محقق کنید؟

- به نظرم اگر هدفی نداشته باشیم کاری که انجام می‌دهیم، بی‌معنی است. خدا را شاکرم که از همان ابتدا، هدف بزرگی را انتخاب کردم و این موضوع باعث شد تا در این رشته هنری بهترین باشم. من هدف‌گذاری در کارم را به سه دسته کوتاه‌مدت، میان‌مدت و درازمدت تقسیم کرده‌ام که با لطف پروردگار، حمایت خانواده و تلاش مستمر توانستم به اهداف کوتاه‌مدت و میان‌مدتم (تأسیس شعب سالن‌های زیبایی لی لی رضایی و قرار گرفتن در رأس هرم سالن‌های زیبایی کشور) دست یابم.

اکنون هدف بلندمدتم قرار گرفتن در زمره برترین مدرسان بین‌المللی میکاپ است که همه انرژی و توانم را برای رسیدن به این جایگاه خواهم گذاشت. خیلی خوشحالم که با گذشت زمان، هدفم نیز بزرگ‌تر می‌شود.

دوراندیشی و انتخاب اهداف بزرگ، مهارتی توسعه‌پذیر است. هرچه در این مهارت بهتر شوید، می‌توانید دقیق‌تر پیش‌بینی کنید که در اثر انجام کارهای امروز چه اتفاقی در آینده برای شما رقم می‌خورد. این یکی از ویژگی‌های افراد برجسته است. خانم رضایی اهداف بزرگی داشتند، مسیر موفقیت را دنبال کردند

و به ندای قلب خود توجه کردند. اجازه ندهید ترس از شکست یا فشارهای مالی، شما را از هدفتان دور کند. اگر در این عرصه خواسته‌ای بزرگ نداشته باشید، به جایگاه مناسبی نمی‌رسید.

تمرین عملی ۲:

اکنون نوبت شما است. اهداف شغلی خود را به ساده‌ترین شکل و با جزئیات کامل، روی کاغذ بیاورید. به این فکر کنید که می‌خواهید تا ۵ سال آینده در این حوزه، چه جایگاه و درآمدی داشته باشید؟ برنامه کاری شما در سال آینده چیست؟ تمایل دارید کدام رشته را به صورت تخصصی دنبال کنید و در آن پیشرفت کنید؟ به موارد مذکور فکر کنید و لیستی از آن‌ها تهیه نمایید. تنها قانون این است که پس از نوشتن، زیر آن را تاریخ بزنید و برای تحقق آن بکوشید.

اقدام به یادگیری

«به خودت اجازه بده که تازه کار باشی. هیچ انسانی از ابتدای کار، عالی

نبود.» کریستیانو رونالدو

سومین نکته برای رسیدن به موفقیت در صنعت زیبایی، کسب مهارت در رشته‌هایی است که می‌خواهید در آن فعالیت کنید. اگر از صفر شروع کرده‌اید، لازم است آموزش‌های صحیح و اصولی را در قالب نکات تئوری و عملی در یک آموزشگاه فنی و حرفه‌ای فرا بگیرید و مدارک لازم را اخذ کنید. پس از گذراندن

دورهٔ مقدماتی، می‌بایست حداقل در یک رشتهٔ تخصصی آموزش ببینید، به‌طور مثال اگر شما رشتهٔ آرایش و پیرایش را می‌گذرانید، در یکی از رشته‌هایی که به آن علاقه‌مند بوده و احساس می‌کنید که در آن پیشرفت، توانمندی و درآمد بیشتری دارید، آموزش تخصصی ببینید و تمرین کنید. در این دوره‌ها نکات حرفه‌ای، بهداشتی، قانونی و... را خواهید آموخت. همچنین وجود این مدارک، اعتماد مشتری را جلب خواهد کرد.

پیشنهاد می‌شود که از همان ابتدا، به‌دنبال یادگیری بهترین و تخصصی‌ترین دوره‌های آموزشی باشید تا بتوانید در ادامه به‌عنوان یک آرایشگر حرفه‌ای فعالیت کنید. «لازم نیست بهترین باشید تا شروع کنید؛ باید شروع کنید تا بهترین

شوید.» زیگ زیگلار

گفتگوی سوم:

- شما فعالیت خود را در چه سالی شروع کردید و چه عاملی باعث ورود شما به این حرفه شد؟

- من به‌علت سابقهٔ فعالیت در رشته‌های هنری، به رشتهٔ زیبایی نیز علاقه‌مند بودم. رشتهٔ تحصیلی‌ام، هنر و نقطهٔ قوت من سبک مینیاتور بوده است. پیش از شروع آرایشگری، در سال‌های ۱۳۷۸ تا ۱۳۸۰، چندین نمایشگاه مینیاتور برگزار کردم. به‌علت علاقهٔ بسیار زیاد به آثار استاد فرشچیان، تعدادی از

تابلوهای زیبای آن استاد گرانقدر را با اجازه خودشان کشیدم. در کنار این موارد، رنگ و روغن و سیاه‌قلم نیز کار می‌کردم. این پیشینه هنری، نقش بسزایی در پیاده‌سازی تکنیک‌های ظریف و دقیق آرایشی داشته است.

از اواخر سال ۱۳۸۰ به یادگیری این رشته پرداختم. به پیشنهاد همسر در یک آموزشگاه آرایشگری ثبت‌نام کردم تا مدرک فنی‌وحرفه‌ای را دریافت کنم (هدف کوتاه‌مدت) تا در آینده‌ای نزدیک، سالن زیبایی خودم را تأسیس کنم (هدف میان‌مدت).

عُرف سیستم آموزشی در آن دوره، گذراندن دوره‌های کلی مثل شنیون، میکاپ، کوتاهی و سپس انتخاب یک رشته تخصصی بود. من نیز دوره‌ها را گذراندم و در نهایت میکاپ را به‌عنوان رشته تخصصی انتخاب کردم. به‌خاطر اشتیاق زیاد به هنر آرایش صورت، از ابتدای فعالیت، به‌صورت حرفه‌ای و تخصصی به آن نگاه می‌کردم.

به‌نظرم آرایش صورت، یک هنر است؛ به همین علت به هر آرایش مثل یک اثر هنری که امضای من را یدک می‌کشد، نگاه می‌کنم. هر میکاپ، یک تابلو! تلاش می‌کنم تا هر اثر جاودانه باشد، به‌شکلی که اگر چند سال بعد، عروس عزیزم به عکس‌ها و فیلم روز عروسی خود نگاه کند، لذت ببرد و از خالق این اثر به‌نیکی یاد کند.

من معتقدم همه بانوان به خاطر روحیه لطیفشان، مستعد یادگیری رشته‌های مختلف هنری هستند؛ فقط کافی است استعداد و توانایی‌های خود را باور و با یک برنامه‌ریزی صحیح تلاش کنند. با رعایت این نکات قطعاً موفق خواهند شد. اگر خانم رضایی اقدام نمی‌کردند و در رویای یادگیری رشته موردعلاقه خود باقی می‌ماند، آیا می‌توانستند به این موفقیت بزرگ برسند؟ هرگز! یادگیری را به تعویق نیندازید. اقدام کردن، از کارهای کوچک شروع می‌شود. اگر برای یادگیری رشته موردعلاقه خود سریع اقدام کنید، قدرت عجیبی پیدا می‌کنید که شما را برای هدف‌های بزرگ آماده می‌کند. برای رسیدن به موفقیت، خواستن به‌تنهایی کاری از پیش نخواهد برد؛ خواستن باید با برخاستن همراه باشد.

تمرین عملی ۳:

تمایل دارید در کدام زمینه آرایشگری فعالیت کنید؟ بهتر است با دقت به علائق، استعدادها و انگیزه خود بنگرید و با تحقیق و بررسی رشته‌های مختلف، تصمیم درست و آگاهانه بگیرید؛ سپس بلافاصله عمل کنید. ابتدا از آموزشگاه‌های معتبر و حرفه‌ای، یک لیست تهیه کنید. با هر کدام از آموزشگاه‌های لیست خود تماس بگیرید. سؤالات، شرایط اولیه، هزینه‌ها و کیفیت دوره‌ها را پرسیده و سپس بهترین سالن‌ها را انتخاب کرده و بقیه را حذف کنید.

بهتر است در تماس تلفنی یا مراجعه حضوری، این سؤالات را از مسئول آموزشگاه بپرسید:

- مدت زمان دوره آموزشی و شهریه آموزش چقدر است؟
- موضوعات آموزشی شما چیست؟ (کوتاهی مو، رنگ مو، شینیون، آرایش صورت، ناخن و ...)
- بعد از آموزش، جایی برای کارآموزی تکمیلی به من پیشنهاد می‌شود؟
- تجربه مربیان چقدر است؟

آموزشگاه‌های معروفی که کارآموزان موفق را تربیت کرده‌اند، انتخاب کنید. بهتر است از مدیر آموزشگاه بخواهید تا با اجازه حضور در یک جلسه آزمایشی، بتوانید فضای آموزشی، مهارت مربی، سطح آموزش، به‌روز بودن آموزش‌ها و لوازم مورد استفاده در آموزش را از نزدیک بررسی کنید. پس از فراگیری یک یا چند تخصص، می‌بایست به مدت چند سال در یک سالن کار کنید. اگر تازه کار هستید و هیچ‌گونه سابقه فعالیتی ندارید، می‌توانید با تمرین روی مدل‌های رایگان، خود را به یک فرد حرفه‌ای تبدیل کنید. با تمرین بر روی مدل‌های زنده به‌طور حرفه‌ای آموزش خواهید دید و به‌تدریج نواقص کارتان کاهش می‌یابد و به صفر می‌رسد.

دانش آموز ابدی

«یادگیری فعالیتی است که هیچ ابتدا و انتهای ندارد.» بروس لی

کسب ثروت و موفقیت، تنها با یادگیری این هنر تمام نمی‌شود. سم ویلا (Sam Villa) آرایشگر برتر و منتخب آمریکا معتقد است که تمرین زیاد، یکی از مهم‌ترین راه‌هایی است که برای حرفه‌ای شدن در صنعت زیبایی ضروری است. هر فردی برای موفقیت در این رشته باید تمرین کند، تمرین کند، تمرین کند تا مهارت لازم را به دست آورد. سم می‌گوید: «با تمرین، خلاقیت ایجاد می‌شود؛ با تمرین، سرعت می‌آید. برای اینکه یک حرفه‌ای باشید، باید به‌عنوان یک دانش‌آموز راه خود را ادامه دهید. من هرگز در مسیر یادگیری متوقف نمی‌شوم. من همیشه در حال تحقیق هستم، همیشه به نمایشگاه‌ها و همایش‌های زیبایی می‌روم و سعی می‌کنم اطلاعات بیشتری کسب کنم.»

زمان به سرعت می‌گذرد؛ اگر صنعت آرایشگری را دنبال کنید، می‌بینید که هر لحظه مدل‌ها و لوازم جدیدی تولید می‌شود که هواداران زیادی دارد. پس باید با زمان پیش رفت، وگرنه درجا خواهید زد و در این بازار رقابت، رُقا از شما پیشی خواهند گرفت.

شما همواره باید به دنبال چیزهای نو باشید و در آن‌ها مهارت کسب کنید تا به موفقیت برسید. فراموش نکنید که یک آرایشگر موفق، هیچ‌گاه خود را محدود

نمی‌سازد و سعی می‌کند در حوزه‌هایی که در آن به هر دلیلی فعالیت حرفه‌ای ندارد، حرفه‌ای شود تا در زمان توسعه شغل خود، بدون مسئله‌ای به کسب درآمد بپردازد؛ بنابراین برای اینکه بتوانید درآمد فعلی خود را پنج برابر کنید، باید مهارت‌های فعلی خود را پنج برابر کنید.

گاهی ما ندانسته از یادگیری فرار می‌کنیم و خودمان را پشت بهانه‌های عجیبی مانند: «با این سن و سال که دیگه نمی‌تونم چیزی یاد بگیرم» یا «دیگه صبر و حوصله یاد گرفتن رو ندارم» پنهان می‌کنیم. نباید با این بهانه‌ها، درب ذهنتان را روی یادگیری ببندید. یادتان باشد برای کسی که به دنبال یادگیری باشد، هیچ دانشی پنهان نمی‌ماند.

«افراد موفق دائماً در حال رشد و یادگیری هستند؛ اما افراد معمولی

این ذهنیت را دارند که همه چیز را می‌دانند.» تی هارواکر

گفتگوی چهارم:

- خانم رضایی شما یادگیری پیوسته و بهروز بودن را چقدر در توسعه کارتان

مؤثر می‌دانید؟

- بهتر است بگویم رمز ماندن در قله موفقیت، بهروز بودن است. من همیشه

در حال یادگیری و آموزش هستم و با شرکت در سمینارهای جهانی میکاپ،

دوره‌های آموزشی آنلاین و حضوری بزرگان صنعت میکاپ، مطالعه مقالات

تخصصی در این زمینه، پیگیری مداوم فیلم‌های آموزشی میکاپ‌آرتیست‌های مطرح جهانی و همینطور بررسی لوازم آرایشی جدید و ارزیابی آن‌ها، برای به‌روز ماندن تلاش می‌کنم.

همچنین با وجود تقریباً بیست سال فعالیت، ترجیح می‌دهم شخصاً در سالن حضور داشته باشم. برخی افراد می‌گویند چرا شما با وجود کسب این جایگاه و داشتن پرسنل زیاد، بازهم خدمات انجام می‌دهید و فعالیت می‌کنید؟! درواقع من به شغلم از لحاظ مالی نگاه نمی‌کنم؛ بلکه به‌عنوان یک میکاپ‌آرتیست حرفه‌ای با عشق بی‌انتهای هرروز خود را در بوتۀ آزمون و قضاوت قرار می‌دهم. روزی که فعالیت نکنم و فقط به‌عنوان ناظر در سالن‌ها حضور داشته باشم، قطعاً خود را بازنشسته خواهم کرد. بعد از گذشت نزدیک به دو دهه از شروع کارم، مدت‌زمانی را که برای خدمات عروس لحاظ می‌کنم با روزهای آغازین تفاوتی ندارد؛ همه‌چیز درنهایت دقت و آرامش و اختصاص زمان کافی برای تمام عروس‌های عزیزم انجام می‌شود.

یادگیری و پیشرفت در این صنعت انتها ندارد. هر کسی که آموزش دیدن را متوقف کند، پیر است و کسی که آموزش می‌بیند، جوان می‌ماند. یک آرایشگر موفق، سعی می‌کند بی‌رحمانه بیاموزد و دیوانه‌وار جستجو کند. یک آرایشگر موفق، تشنه یادگیری است؛ چه یک سال فعالیت کرده باشد، چه بیست سال.

بهبود بخشیدن هنرتان را در اولویت اصلی اهداف خود قرار دهید. خانم رضایی می‌تواند الگوی بسیار مناسبی برای سایر آرایشگران باشد تا ثابت کند باید همیشه در جهت یادگیری جدیدترین متدهای روز، پیشرو باشید.

تمرین عملی ۴:

دیگر نباید از رقبایتان عقب بمانید. شما می‌توانید به صورت مداوم و ماهانه در کلاس‌های گروهی آرایشگری حرفه‌ای شرکت و با دیگر همکاران ملاقات کنید و از هنر و تجارب یکدیگر بهره‌مند شوید؛ زیرا ارتباط انسانی، کلید موفقیت فردی و شغلی است. همچنین آموزش‌های آنلاین فضای مجازی هم می‌تواند یکی از بهترین منابع آموزشی برای شما باشد. اگر تمایلی به آموزش دیدن ندارید، کسی نمی‌تواند به شما کمک کند؛ اما اگر مصمم به آموزش دیدن هستید، کسی نمی‌تواند شما را متوقف کند.

یکی از مهم‌ترین کارهایی که می‌تواند شما را به یک آرایشگر حرفه‌ای تبدیل کند، همکاری با افراد حرفه‌ای است. همکاری با افراد حرفه‌ای به صورت ناخودآگاه باعث حرفه‌ای شدن رفتار و کار شما می‌شود و این امر بسیار طبیعی است، وقتی کار خود را با استاندارد بالا شروع کنید، دیگر نمی‌توانید با استاندارد پایین به فعالیت خود ادامه دهید. آموزشگاه‌ها و سالن‌های زیبایی سرشناس و معتبر را شناسایی کنید و برای شکوفایی در دوره جدیدی از حرفه شغلی‌تان، فعالیت خود

را از جایی معتبر شروع کنید. با فعالیت در یک آرایشگاه غیراستاندارد، قطعاً یک روز صبح با پلمپ سالن مواجه خواهید شد.

آرایشگر سرسخت

«صعود به نوک، مستلزم تلاش و پشتکار است، چه نوک قلعه اوست

باشد یا نوک حرفه شغلی ات.» عبدالکلام

یکی دیگر از عوامل موفقیت در این شغل، پشتکار و ثبات قدم است. پشتکار به معنی سماجت، استقامت، اراده و مداومت است؛ یعنی زمانی طولانی به یک هدف سطح بالا، پایبند باشیم. پشتکار با ظاهر خوب، هوش بالا، سلامت جسمانی، تحصیلات، استعدادهای ذاتی، موقعیت خانوادگی خوب و ... ارتباطی ندارد. با پیگیری و ثبات قدم، بیشتر از هر کسی دوام بیاورید؛ مهم نیست خرگوش چقدر باهوش و بامهارت است، لاک پشت همیشه موفق می شود.

پس از نوشتن اهداف بلندمدت در تمرین شماره دو، باید اراده ای راسخ داشته باشید و تلاش کنید. سرسخت باشید و باوجود تمامی موانع به راه خود ادامه دهید و در رویارویی با موانع و سختی ها، کار را رها نکنید. پشتکار یعنی یاد بگیرید بعد از شنیدن پاسخ نه و ناامیدی، دوباره قدرتمندانه، از نو شروع کنید و بیاموزید که اهداف سطح پایین را به سرعت کنار گذاشته و اهداف سطح بالا را که به سرسختی بیشتری نیاز دارند، مورد توجه قرار دهید. باید به هدف نهایی

خود، وفادار و متعهد باشیم؛ نه اینکه دمدمی مزاج بوده و از این شاخه به آن شاخه بپریم.

«شانس با تلاش ارتباط مستقیم دارد؛ هر قدر بیشتر تلاش کنید،

خوش شانس تر خواهید بود.» ری کراک

گفتگوی پنجم:

- خانم رضایی یکی از موضوعات مطرح شده، این است که شما به علت پشتیبانی‌های مالی همسر یا نزدیکان، به این جایگاه رسیدید و این عوامل باعث شهرت شما و هنرتان شده است. با این موضوع موافق هستید؟

- در این رابطه صحبت‌های زیادی می‌شود که اکنون مایلم از این فرصت استفاده کرده و شفاف‌سازی کنم. من و همسرم زندگی مشترک خود را بدون پشتوانه مالی و از صفر شروع کردیم ولی در کنار یکدیگر با صبر و استقامت تلاش کردیم و توانستیم به این جایگاه برسیم. بعد از چند سال فعالیت در سالن افراد دیگر، اقدام به تأسیس یک سالن ۵۰ متری کردیم. به مرور با ارائه خدمات باکیفیت و پیدا کردن مشتری‌های خاص خود تصمیم گرفتیم که یک سالن ۲۵۰ متری در منطقه سعادت‌آباد تأسیس کنیم. به لطف خداوند، باز هم فضای سالن، جواب‌گوی حجم زیاد مراجعه‌کنندگان نبود. پس از گذشت سه الی چهار سال فعالیت، به دلیل استقبال مشتریان و شناخته‌شدن

در آن منطقه، بار دیگر سالنی در منطقه شهرک غرب به متراژ ۱۲۰۰ متر افتتاح کردیم. در حال حاضر نیز در سالن *VIP* شعبه فرهنگ با ارائه بهترین خدمات، پذیرای دوستان هستیم. همچنین در سال ۱۳۹۸ سالن زیبایی شعبه شیراز راه اندازی شده است و شعبه کرج نیز به زودی آماده ارائه خدمات خواهد بود.

پرسنل زیادی در سالن های من در حال خدمت رسانی به مشتریان هستند. حدود ۳۰۰ پرسنل ثابت دارم که اکثر آنها سرپرست خانوار هستند؛ البته به صورت غیرمستقیم نیز برای برخی مشاغل مرتبط با صنعت زیبایی درآمدزایی شده است.

اکنون دوست دارم این هنر را به تمام دوستانی که علاقه مند هستند، آموزش دهم. همیشه به کارآموزانم تأکید می کنم که باید تلاش کنید، درست است که من به شما عزیزان آموزش می دهم تا با یادگیری این رشته، فرصتی برای اشتغال شما ایجاد شود؛ اما هیچ هدفی عملی نمی شود مگر با تلاش و پشتکار.

ما همواره به نتیجه نهایی توجه می کنیم؛ اما هرگز مراحل و موانعی را که برای رسیدن به آن نتیجه، پشت سر گذاشته شده است را نمی بینیم. با توجه به مسیری که خانم رضایی طی کرده اند، می توان به اشتیاق، پشتکار و تلاش فراوان ایشان پی برد. پشتکار را می توان اساسی ترین تفاوت بین شکست و پیروزی

دانست؛ بنابراین چاره‌ای نداریم جز اینکه تمرین کنیم تا این صفت حیاتی را در خودمان تقویت کنیم. با پشتکار می‌توان در یک مورد حرفه‌ای بود و این امر، بهتر از مبتدی‌بودن در موارد مختلف است.

تمرین عملی ۵:

برای تقویت پشتکار و اراده، از همین امروز تصمیم بگیرید، اراده کنید و چند عادت جدید و هرچند کوچک را در شغل خود ایجاد کنید. درواقع دلیل اصلی موفقیت و شکست‌ها، عادت‌ها هستند.

به‌طور مثال عادت کنید که با روی باز و با یک لبخند زیبا به مشتری خوش‌آمد بگویید. عادت کنید که هر روز مهارت‌های جدیدی را در حرفه خود بیاموزید یا اینکه خدمات خود را ماهانه و مستمر، به‌روز و متمایز کنید. فقط کافی است تعهد کاری خود را به‌طور منظم و روزانه انجام دهید تا تبدیل به عادت شود. معاشرت با سایر همکاران مثبت‌اندیش و حرفه‌ای نیز می‌تواند کمک بسیاری به تقویت اراده شما داشته باشد.

اول تجربه بعد شروع

«افراد باهوش از خطاهای خود درس می‌گیرند و افراد نابغه از خطاهای

دیگران.» جیم ران

قبل از آنکه به فکر راه‌اندازی یک سالن زیبایی باشید، باید در یک یا چند

سالن فعالیت کنید تا تجربه لازم را کسب کرده باشید، ارتباطات خود را شکل دهید و با مدیریت مالی سالن، نحوه ارتباط با مشتریان، نحوه قیمت گذاری‌ها، نحوه بستن قرارداد با پرسنل، درصدهای پرداختی به آن‌ها و ... آشنا شوید.

این امر تنها با حضور و فعالیت چندین ساله در یک یا چند سالن به دست می‌آید. بسیاری از افراد تمایل دارند به محض اینکه آموزش ببینند، سریعاً سالن خود را افتتاح کنند. بارها پیش آمده است که برای مشاوره به بعضی از سالن‌های تازه تاسیس شده، مراجعه کرده‌ام که مدیریت سالن هیچ‌گونه اطلاعاتی از آرایشگری نداشت و آموزشی نیز ندیده بود و تنها برای سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی یک کسب‌وکار اقدام کرده بود. این فعالیت‌ها نتایج خوبی را برای شما به دنبال نخواهد داشت؛ بنابراین باید پس از آموزش، برای کسب تجربه، رفع اشکال خود و آشنایی با محیط سالن بین یک تا سه سال در سالن‌های مختلف فعالیت کنید. سعی کنید سالن‌هایی را انتخاب کنید که تجربه بیشتر، پرسنل بیشتر و مشتریان بیشتری دارند. این امر باعث می‌شود که اطلاعات شما نسبت به آن موضوع بالا رود، ارتباطات بیشتری داشته باشید و با افراد زیادی در تعامل باشید. انجام این کار باعث می‌شود زمانی که سالن خود را افتتاح می‌کنید، مشتری بیشتری به سالن شما مراجعه نموده و خدمات دریافت کنند.

اگر بدون کسب تجربه، سالنی را راه‌اندازی کنید، به‌خاطر اینکه مشتریان از

شما شناختی ندارند، زمان زیادی لازم است تا با شما آشنا شوند که این امر باعث تحمل هزینه‌های زیادی می‌شود؛ اما اگر از قبل، در سالن‌های مختلف کار کرده باشید، می‌توانید با یک اطلاع‌رسانی ساده، مشتریان قبلی را به سالن خود جذب کنید.

«هیچ چیزی تصادفی اتفاق نمی‌افتد؛ بلکه مسئله، افزایش اطلاعات و

تجربه است.» جوناس سالک

گفتگوی ششم:

- خانم رضایی لطفاً درباره شروع فعالیت کاری خود توضیح دهید و اینکه چگونه این مسیر را پیمودید؟

- من کارم را ابتدا در سالن زیبایی یکی از دوستانم شروع کردم. پس از شروع فعالیت‌م، به دلیل علاقه و پشتکار زیادی که داشتم خیلی سریع پیشرفت کردم و مشتریان ثابت زیادی جذب کردم که هر مشتری همانند یک بیلبورد سیار در منطقه عمل می‌کردند؛ این امر باعث افزایش تعداد مراجعه‌کنندگان سالن شد.

خداوند را شاکرم که تمامی مشتریان از کارم راضی بودند. چند سال به صورت مداوم در یک سالن فعالیت داشتم. طی این سال‌ها حمایت همیشگی همسر عزیزم و عدم شکایت وی از ساعت کاری طولانی‌ام، یکی از عوامل تأثیرگذار در

پیشرفتم بود. ایشان طی این مدت، بسیار صبوری کردند؛ زیرا من چند سال مداوم، صبح زود به سالن می‌رفتم و تا دیروقت فعالیت می‌کردم؛ اما همسرم با دیدن علاقه و پشتکارم در این هنر پیشنهاد دادند که یک سالن کوچک افتتاح کنم و فعالیت‌م را در آنجا ادامه دهم. درواقع شروع فعالیت مستقل و رسمی‌ام از یک سالن کوچک ۵۰ متری در منطقه سعادت‌آباد بود. بیشتر فضای سالن را به خدمات تخصصی عروس اختصاص داده بودم که همراه چهار الی پنج نفر از همکاران، برای ارائه بهترین خدمات تلاش می‌کردیم.

- سرکارخانم رضایی برای دوستانی که قصد دارند این مسیر را شروع کنند و یا دوستانی که در این مسیر به دنبال موفقیت و پیشرفت هستند، توصیه و یا پیشنهادی دارید؟

- از شما تشکر می‌کنم که این فرصت را در اختیار من قرار دادید تا بتوانم تجربیم را در اختیار دوستداران صنعت زیبایی قرار دهم. من به‌عنوان کسی که از صفر شروع کرده و با طی کردن این مسیر، با یاری خداوند توانسته است به موفقیت برسد به عزیزانی که تصمیم دارند در این حرفه فعالیت کنند، پیشنهاد می‌کنم که اگر از صفر شروع کرده‌اید هرگز خسته نشوید. در طی این مسیر با مشکلات و موانعی مواجه خواهید شد که نباید اجازه دهید شما را ناامید و دلسرد کند. با وجود تمام سختی‌ها، این راه را ادامه دهید.

باید بایستید، صبور باشید و متوقف نشوید. باید تلاش و پشتکار مداوم داشته باشید تا به موفقیت برسید. هنگامی که به موفقیت رسیدید، تلاشتان را مضعف کنید؛ زیرا ماندن در قله از رسیدن به قله دشوارتر است. موفقیت اتفاقی نیست، بلکه حاصل یک برنامه‌ریزی صحیح است. خودتان را باور کنید و رویاهایتان را دنبال کنید.

توصیه دوم من این است که سریعاً اقدام به راه‌اندازی سالن نکنید. قطعاً افراد زیادی تمایل به فعالیت در این رشته را دارند؛ اما شما هرگز نباید در شروع کار، برای تأسیس یک سالن مستقل اقدام کنید. برای شروع، یک سالن مشهور و عالی در شهرتان را انتخاب کنید و همه تمرکز و انرژی خود را صرف کسب تجربه و افزایش مهارت در لاین تخصصی‌تان کنید. این موضوع، کلید طلایی موفقیت شما در صنعت زیبایی خواهد بود؛ یعنی ابتدا در سالن‌هایی که می‌توانند مشتریان خود را در اختیارتان قرار دهند، کار کنید و به فکر راه‌اندازی سالن خود نباشید تا باعث ازدست‌رفتن سرمایه اولیه نشود؛ زیرا با این کار نسنجیده به‌علت عدم بازگشت سرمایه، مجبور به ترک شغل خود می‌شوید.

دوباره تأکید می‌کنم که خودتان شروع‌کننده نباشید. می‌بایست چند سال در کنار افرادی که خاک این کار را خورده‌اند و تجارب زیادی در این زمینه دارند، فعالیت کنید. البته می‌دانم که کار کردن در محیط‌های بزرگ، سختی‌هایی نیز

دارد؛ اما این کار برای شما تجربه می‌شود که در زمان افتتاح سالن‌تان، دیگر مجبور به تحمل آن سختی‌ها نیستید و در اثر بی‌تجربگی، شکست نمی‌خورید.

تفاوت آرایشگران موفق و ناموفق، در داشتن سرمایه نیست، بلکه در چگونگی استفاده از تجارب خود و سایر همکاران است و اینکه چگونه با این تجارب، برای آینده شغلی خود برنامه‌ریزی می‌کنند. یکی از دلایل موفقیت خانم لی لی رضایی، کسب تجربه چندین ساله در سالن‌های زیبایی معتبر و فعالیت مستمر در سال‌های ابتدایی ورود به این عرصه بود که باعث موفقیت پیروزمندانۀ ایشان و کسب مراتب شغلی عالی گردید. اگر برای شروع کار، بی‌گذار به آب بزنید و بدون تجربه قبلی، سعی در راه‌اندازی یک سالن هرچند کوچک داشته باشید، بی‌شک با شکست مواجه می‌شوید.

وقت انسان مهم‌ترین دارایی اوست که نمی‌توان آن را هدر داد و برای رسیدن به موفقیت، زمان زیادی را برای تجربه کردن سپری کرد. شما می‌توانید برای صرفه‌جویی در زمان خود، از آموزه‌های خانم رضایی یا افرادی که در این هنر موفق شده‌اند، استفاده کنید. استفاده از تجارب ایشان به شما کمک می‌کند تا کلید موفقیت در صنعت زیبایی را سریع‌تر و راحت‌تر پیدا کنید و از سایر همکاران پیشی بگیرید.

تمرین عملی ۶:

در اسرع وقت به سالن‌های مطرح و مشهور سری بزنید و حداقل یک سال در این سالن‌ها کار کنید. یادآور می‌شوم در سالن‌هایی فعالیت کنید که دارای مجوزهای

قانونی و تابلوی ورودی باشند؛ زیرا سالن‌های بدون تابلو و گمنام، غیراستاندارد بوده و همیشه مشتریان کمتری دارند.

سعی کنید به شکل درصدی و توافقی با مدیر سالن همکاری کنید و از لحاظ مالی به این موضوع نگاه نکنید. توجه داشته باشید که کسب تجربه می‌تواند ارزش بیشتری برای آینده شما داشته باشد. بعد از بالا بردن تجربه و تأمین سرمایه اولیه مورد نیاز، می‌توانید مستقل شده و سالنی برای خودتان راه‌اندازی کنید. اگر سرمایه کافی ندارید، می‌توانید به صورت مشترک با چند آرایشگر حرفه‌ای و باتجربه، سالنی تأسیس کنید.

اهمیت انضباط شغلی

«مدام از من پرسیده می‌شود، به خصوص از سوی زنان که چطور توانستم زندگی خانوادگی‌ام را با شغلم تطبیق دهم؟! خب، اصلاً آسان نبوده است.» ماری کوری

چرا تنها بعضی از آرایشگران از بقیه همکاران خود موفق‌تر هستند؟ چرا بعضی از آن‌ها ثروت بیشتری کسب می‌کنند و دستاوردهایشان در زمان مشابه، بیشتر از اکثر آرایشگران است؟

آرایشگران موفق به خوبی می‌دانند چطور بین کار و زندگی خود تعادل برقرار کنند. هر چه بی‌برنامگی در شغل شما بیشتر باشد، هوش هیجانی و توانایی‌های

شما در تصمیم‌گیری اُفت می‌کنند. فردی که در زندگی و شغل خود پایبند به نظم باشد، افکارش از یک طبقه‌بندی خاصی برخوردار می‌شود و به همین جهت به راحتی پله‌های رشد را طی می‌کند و از فشار روحی و روانی در امان بوده و شادمانی‌اش بیشتر می‌شود.

برای بسیاری از آرایشگران، برقراری تعادل بین کار و زندگی، هدفی دست‌نیافتنی است. زمانی که بتوانید بین کار و زندگی تان تعادل ایجاد کنید، حتماً خوشحال خواهید بود. همین خوشحالی باعث می‌شود تا میزان خلاقیت و بهره‌وری تان افزایش پیدا کند، روزهای بیشتری را کار کنید، امور خانوادگی خود را مدیریت کنید و مهم‌تر از همه اینکه رضایت شغلی داشته باشید.

با پرورش مهارت انضباط شغلی، می‌توان به این موارد دست پیدا کرد. همان‌طور که انضباط شغلی، کلید موفقیت است، نداشتن این ویژگی می‌تواند علت اصلی شکست، درماندگی، ناکامی و بدبختی در شغل‌تان باشد. نداشتن انضباط شغلی باعث می‌شود که بهانه بیاورید و در مدیریت شغل و زمان خود ناتوان باشید. توجه داشته باشید که هرچه زمان به تعویق انداختن کارها و تعلل در انجام آن‌ها کمتر شود، می‌توانید زمان مفید بیشتری را با دوستان یا خانواده خود بگذرانید. در ادامه به نکاتی اشاره می‌شود که می‌بایست به‌منظور داشتن انضباط شغلی در سالن رعایت شود.

۱. اهداف کوچک روزانه تعیین کنید

توانایی رسیدگی به اولویت‌های کاری، حس کنترل و مدیریت را در شما تقویت می‌کند. هرچه در کارتان برنامه‌ریزی و نظم بیشتری داشته باشید، بهره‌وری بالاتری خواهید داشت. مدیریت وظایف، بخش مهمی از مدیریت زمان است و کسی می‌تواند زمان را به خوبی مدیریت کند که نسبت به اولویت‌بندی وظایفش، دقیق و حساس باشد.

حال باید بدانیم که چه کارهایی در اولویت اول برنامه‌ریزی قرار دارند؟ فعالیت‌هایی که انجام آن‌ها شما را به اهداف شغلی نزدیک می‌کند و بی‌توجهی به آن‌ها می‌تواند مشکلات جدی و عمیق ایجاد کند؛ این موارد به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به هدف‌ها و ارزش‌های زندگی و کارتان مربوط می‌شوند.

۲. زمان خود را مدیریت کنید

زمانی که کارهای خود را به تعویق می‌اندازید، پس از مدتی این وظایف در ذهن‌تان، غیر قابل اجرا خواهند بود. زمانی که درگیر وظیفه‌ای بزرگ هستید، در ابتدا آن را به وظایف کوچک‌تر تقسیم کنید. پس از انجام هر یک از وظایف به خودتان جایزه‌ای کوچک دهید. این جایزه می‌تواند تنفسی ۵ دقیقه‌ای یا نوشیدن یک لیوان چای باشد.

۳. به خودتان پنج دقیقه استراحت دهید

استراحت کوتاه مدت در حین کار، امری قابل قبول است. تنفس پنج دقیقه‌ای در حین انجام کار، به شما کمک می‌کند تا ذهن آشفته خود را منظم کرده و توانایی‌تان را برای مدیریت کارها بهبود بخشید. این امر باعث می‌شود تا با ذهنی باز به کارتان ادامه دهید.

همچنین باید پس از پایان کار، زمانی را به تمرکز بر سایر بخش‌های زندگی اختصاص دهید. زندگی فقط کار کردن محض نیست. ما برای کار زندگی نمی‌کنیم، بلکه برای زندگی مان کار می‌کنیم. پس می‌بایست زمانی برای زندگی کردن نیز به خودتان اختصاص دهید.

۴. کارهای غیرضروری را به دیگران بسپارید

شما به عنوان یک آرایشگر کارهای غیرضروری زیادی دارید که می‌توانید انجامشان را به دیگران بسپارید؛ هم در خانه و هم در کار. برترین آرایشگران از این امکان، بیشترین استفاده را می‌برند. کارهایی را در نظر بگیرید که انجام آن‌ها زمان زیادی از شما می‌گیرد. آیا فرد دیگری می‌تواند این کارها را بهتر انجام دهد؟ اگر پاسخ مثبت است، سعی کنید افراد واجد شرایط را شناسایی کرده و امور مذکور را به آنان بسپارید.

برخی از کارهایی که می‌توانید با هدف مدیریت زمان و برقراری تعادل بهتر میان زندگی شخصی و شغلی انجامشان را به دیگران واگذار کنید از این قرار هستند:

در آرایشگاه:

- پشتیبانی آنلاین مشتریان در فضای مجازی
- خدماتی که به تخصص شما نیازی ندارد
- خدمات مشاوره‌ای مشتریان
- بازاریابی و تبلیغات
- چک کردن و تأمین مایحتاج آرایشگاه
- پاسخ‌دهی به تلفن‌ها
- امور حسابداری

در منزل:

- خرید سوپرمارکتی
- آماده کردن غذا
- نظافت منزل
- لباسشویی و خشکشویی
- نگهداری حیاط و باغچه
- خریدهای غیرضروری

با کمی خلاقیت متوجه می‌شوید برای خالی کردن وقت خود به منظور پرداختن به اهداف شخصی و شغلی، می‌توان صدها راه مختلف را پیدا کرد. البته بسیاری از این موارد، برای یک آرایشگر هزینه‌بر خواهند بود. استخدام منشی، حسابدار، پرسنل حرفه‌ای، پشتیبان فضای مجازی و... شاید هزینه زیادی داشته باشد؛ اما این امور باعث می‌شوند که از فرصت ایجادشده برای پرداختن به اموری استفاده کنید که سودآوری بیشتری به‌همراه دارند و درنهایت به نفع شما خواهد بود.

هرچند رعایت این موارد مفید هستند؛ اما کافی نیستند. برای برقراری تعادل بین شغل و زندگی خود می‌بایست سبک زندگی‌تان را نیز تغییر دهید. مواردی که باید در منزل رعایت کرد، از این قرار است:

۱. از وسایل ارتباطی به‌درستی استفاده کنید

همان فضای مجازی که ارتباط شما با همکاران، پرسنل و مشتریان را تسهیل کرده‌اند، اگر به‌درستی استفاده نشوند، روند زندگی‌تان را به‌کلی مختل خواهند کرد. درست است که باید همیشه در دسترس باشید، به‌خصوص در شغل آرایشگری که ساعت کاری آن شناور است؛ اما نباید اجازه دهید امور مربوط به سالن در زندگی شخصی‌تان اختلال ایجاد کند.

۲. یک روال منظم روزانه برای خودتان در نظر بگیرید

اجرای یک روال روزانه محکم و قوی به شما کمک خواهد کرد که به تعادل لازم

برسید. عادت‌هایی قوی مانند هشت ساعت خواب، تغذیه صحیح، فعالیت‌های ورزشی، به‌موقع چک کردن فضای مجازی، پاسخ‌دهی به مشتریان در ساعت‌هایی معین، ورود و خروج به‌موقع در سالن، شما را سالم‌تر و شادتر می‌سازد.

«نظم، اولین قانون بهشت است.» توماس تروی

گفتگوی هفتم:

- خانم رضایی با توجه به حجم بالای کار، در امور خانواده و فرزندان خللی وارد نمی‌شود؟

- با شناختی که من از بانوان دارم، می‌توانم بگویم که ما بانوان توانایی مدیریت امور خانواده و تقسیم وظایف را داریم و می‌توانیم همان میزان انرژی را که برای شغلان می‌گذاریم، برای خانواده خود نیز ذخیره کنیم. خوشبختانه حرفه‌ام را به‌نوعی مدیریت می‌کنم که در حق خانواده‌ام، اجحاف نشود؛ زیرا علاوه‌بر اینکه کارم را دوست دارم، عاشق همسر و فرزندم نیز هستم.

لازم نیست یک خانم تمام روز در منزل باشد. بانوان دارای فرزند، می‌توانند کارها را به‌گونه‌ای مدیریت کنند که هم برای خانواده و هم برای شغل خود، زمان مناسبی را تعیین کرده باشند تا با انجام کارهای بیرون از منزل، به امور خانواده لطمه‌ای وارد نشود. من مدیریت زمان را به‌صورت خیلی هدفمند اجرا کردم و به لطف خداوند توانستم زندگی‌ام را به‌خوبی هدایت کنم. حفظ تعادل

بین کار و خانواده، نیازمند تلاش و برنامه‌ریزی دقیق است. این بدین معنا نیست که شما باید هر روز زمان مساوی در خانه و محل کارتان باشید، بلکه باید خروجی هر دو گزینه، رضایت‌بخش باشد. به‌طور مثال ممکن است شما در ایام خاصی نظیر اعیاد زمان بیشتری را به کار اختصاص دهید ولی می‌توانید با یک مدیریت صحیح و هوشمندانه، در اوقات فراغت سالن، این کمبود را جبران کنید. البته همسر عزیزم به‌خاطر درک بالایی که از شرایط کاری من داشتند و اینکه همیشه سعی در تشویق‌م برای پیشرفت بیشتر دارند، این شرایط را درک می‌کنند؛ اما من نیز سعی کردم انرژی‌ام را به‌گونه‌ای تنظیم کنم تا برای همسر و فرزندم کمبودی ایجاد نشود. گذراندن وقت با همسر و فرزند عزیزم همیشه به من انگیزه و انرژی می‌دهد. همان‌طور که آن‌ها به من نیاز دارند من نیز به آن‌ها نیاز دارم. این یک رابطه‌ی سازنده و دوطرفه می‌باشد که خوشبختانه ثمره‌ی آن، یک زندگی عاشقانه‌ی بیست ساله و فرزند شش ساله‌ام به نام رادین است. من با رعایت اصول مدیریت زمان، به‌عنوان یک مادر برای رشد و تربیت فرزندم وقت می‌گذارم، با او بازی می‌کنم و از وجود نازنینش انرژی می‌گیرم.

برقراری تعادل میان کار و زندگی شخصی می‌تواند دشوار باشد؛ البته تعادل همیشه نسبتی پنجاه پنجاه نیست. گاهی لازم است زمان بیشتری به کار اختصاص دهید و برخی مواقع هم می‌بایست بیشتر به زندگی شخصی‌تان پردازید. ایده‌ی تعادل

کار و زندگی یعنی آنقدر روی یکی از این دو متمرکز نشوید که به کلی از دیگری غافل بمانید. سرکارخانم رضایی به این درک رسیده‌اند که چگونه با استخدام پرسنل به‌منظور تقسیم وظایف و هدف‌گذاری، این تعادل را برقرار کنند؛ پس سعی کنید برای اجتناب از فرسودگی شغلی و حفظ بهره‌وری خود، انضباط شغلی را جدی بگیرید.

تمرین عملی ۷:

۱. بهتر است فهرستی از کارهایی را که در طول روز می‌بایست انجام دهید به‌دقت تهیه شود. همه کارهایی (کوچک یا بزرگ) که باید انجام شود را متناسب با زمان خود لیست کنید. اگر از لیست کاغذی استفاده می‌کنید، آن را در جایی قرار دهید که چشمتان به آن بخورد؛ بنابراین همیشه می‌توانید اولویت‌بندی کارها را مشاهده کرده و سپس مهم‌ترین وظایفتان را انجام دهید. برای درک بهتر اولویت کاری، هر لحظه از خودتان بپرسید: الان حیاتی‌ترین کار چیست؟ سپس بلافاصله آن را انجام دهید. پس از انجام، آن را خط بزنید. کاغذهای یادداشت را می‌توانید در جاهای مختلف سالن یا منزل قرار دهید تا کارهای مهم به شما یادآوری شود.

۲. در اسرع وقت به‌منظور صرفه‌جویی و مدیریت زمان، نسبت به استخدام پرسنل متخصص، منشی، حسابدار، خدمتکار و اداره‌کننده یا Admin فضای مجازی اقدام کنید.

۳. چک کردن مداوم فضای مجازی به این معناست که شما نمی‌توانید به صورت مطلق از کارتان جدا شوید؛ پس هنگامی که در منزل حضور دارید، همه راه‌های ارتباطی اینترنتی را قطع کنید و به پرسنل یا همکاران خود بگویید در صورت وقوع پیشامدهای ضروری در زمانی که سر کار نیستید، تنها راه ارتباطی با شما فقط تماس تلفنی است. ممکن است این کار در ابتدای امر وحشتناک به نظر بیاید؛ اما اینطور نیست.

هنگام حضور در جمع خانواده، در برابر اصرار به آنلاین شدن مقاومت کنید. این عادت در میان آرایشگرانی که می‌خواهند از بقیه جلوتر باشند بسیار رایج است. اکثر مواقع این کار، ضروری یا حتی کاربردی نیست؛ اما بهتر است از حضور در کنار عزیزانتان لذت ببرید، استراحت کنید تا بتوانید روزهای آتی در سالن را با نیروی تازه شروع کنید.

تبلیغات یعنی همه چیز

«کسی که به خاطر صرفه‌جویی در هزینه‌ها، تبلیغات خود را متوقف می‌کند، مانند کسی است که برای صرفه‌جویی در وقت، ساعتش را متوقف کند.» هنری فورد

موفقیت یک آرایشگر کاری فراتر از حرفه‌ای شدن و گذراندن دوره‌های مختلف است. عوامل متعددی در پیشرفت کاری شما دخیل هستند که یکی از

مهم‌ترین آن‌ها تبلیغات است. موفقیت در سالن زیبایی نیاز به جذب مشتری و تبلیغات دارد و هر آرایشگری که در تبلیغ آرایشگاه خود مؤثرتر عمل کند، کسب‌وکار موفق‌تری دارد. شما باید در تبلیغات برای آرایشگاه خود هنرمند باشید تا بتوانید خود را به دیگران معرفی کنید و اعتبار لازم را جمع‌آوری کنید. بیش از ۹۰ درصد افرادی که یک سالن زیبایی را تأسیس می‌کنند به هزینه‌های مربوط به سالن اعم از تهیه وسایل، پیش‌پرداخت، اجاره و ... فکر می‌کنند؛ اما هرگز به بحث تبلیغات و بودجه تبلیغاتی اهمیت نمی‌دهند.

حتماً برای تبلیغات بودجه‌ای مناسب لحاظ کنید و از همان ابتدا تصمیم بگیرید که هر ماه بین ۱۰ تا ۳۰ درصد یعنی میانگین ۲۰ درصد از تمام درآمدی که هر ماه کسب می‌کنید را برای تبلیغات سالن خود کنار بگذارید. ابتدا مدتی طول می‌کشد تا افراد بیشتری با خدمات شما آشنا شوند و به همین دلیل ممکن است درآمد زیادی نداشته باشید؛ بنابراین باید هزینه‌ای را برای تبلیغات ماه اول اختصاص دهید.

به‌طور مثال اگر بخواهید ۱۰ درصد از درآمد را به‌منظور انجام تبلیغات در نظر بگیرید، با کسب ۵ میلیون تومان درآمد در ماه اول، باید ۵۰۰ هزار تومان برای تبلیغات هزینه شود یا اگر برای تأسیس یک سالن ۱۰۰ میلیون تومان هزینه شده است، باید حداقل ۲۰ درصد از این مبلغ را برای تبلیغات اولیه استفاده کنید. داشتن

یک سالن زیبایی مجلل در بهترین مکان کفایت نمی‌کند؛ اگر تبلیغات مناسبی انجام نشود، هیچ‌کس از حضور شما در آن منطقه مطلع نخواهد شد.

تبلیغات را کم‌اهمیت ندانید. این موضوع آنقدر مؤثر است که بعضی از آرایشگران حتی با نداشتن لوگو و مکان مناسب و... توانستند با تبلیغات هوشمندانه، مشتریان زیادی را به سالن خود جذب کنند.

اغلب اوقات تا صحبت از تبلیغات می‌شود، آرایشگران به‌دنبال پخش تراکت، تبلیغ در مجلات و فضای مجازی می‌روند؛ اما با روش تبلیغات آشنایی ندارند. در این باره باید از مشاوران تبلیغاتی استفاده کنید تا بتوانید خدمات خود را به‌درستی معرفی کنید؛ زیرا مشتریان اولیه بر اساس تبلیغات، به سالن شما مراجعه می‌کنند. اینکه چگونه تبلیغ کنید، از چه تصاویری استفاده کنید، تبلیغات شما چه عنوانی داشته باشد و در متن تبلیغ چه مواردی را ذکر کنید، همگی موارد بسیار ظریف و مهمی هستند که می‌تواند در جذب مشتری بسیار مؤثر باشد.

در صورتی که شما در تبلیغ آرایشگاه خود از روش‌های اشتباه استفاده کنید به‌جای کسب منفعت، فقط باعث عقب‌افتادگی کسب‌وکار خود می‌شوید و این زمان بهترین فرصتی است که سایر آرایشگاه‌ها با اجرای استراتژی درست، به‌سرعت از شما عبور می‌کنند. در این صورت امکان برگشت شما به میدان رقابت بسیار کم می‌شود.

در اینجا قصد داریم برخی استراتژی‌های بسیار مهم که در تبلیغ آرایشگاه زنانه نقش دارند را مطرح نماییم.

تشویق مشتریان برای تبلیغ دهان به دهان

جالب است بدانید سال‌ها پیش که تبلیغات به گستردگی امروز نبود، آرایشگران با کیفیت خدماتشان، کار خود را تبلیغ می‌کردند. تبلیغ دهان به دهان در تبلیغات بسیار اهمیت دارد. گاهی اوقات تبلیغات دهان به دهان نقش مهم‌تری نسبت به تبلیغات انجام شده توسط خود آرایشگاه دارد. شما می‌توانید از روش‌های مختلفی برای ترویج روش دهان به دهان استفاده کنید. به‌طور مثال برای مشتریان ثابت خود که مشتری‌های جدیدی برای شما بیاورند، تخفیف‌هایی در نظر بگیرید. همچنین از مشتریان خود بخواهید که از طریق فضای مجازی مانند اینستاگرام، شما را به دوستان خود معرفی کنند.

شعارهای تبلیغاتی

یکی از مهم‌ترین فاکتورهایی که باعث موفقیت در دنیای تبلیغات می‌شود، شعار کسب‌وکار مورد نظر است. کلمه‌ها می‌توانند با ذهن مشتری بازی کنند. شعار مربوط به سالن زیبایی‌تان باید جمله‌ای کوتاه و منحصر به‌برند شما باشد. انتخاب این جمله باید به‌گونه‌ای باشد که در ذهن مشتری ماندگار شود و بخشی از ذهن او را برای همیشه به خود اختصاص دهد؛ مانند بسیاری از برندهای موفق

که هنگام شنیدن نام آنها، شعار و حتی آگهی تبلیغاتی آن برند در ذهن تداعی می‌شود. جالب است بدانید که ۹۵ درصد مخاطبان، فقط عنوان تبلیغات را می‌خوانند و اگر به اندازه کافی جذاب بود، به سراغ متن تبلیغات می‌روند. فرض کنید از کلمات مناسبی در راستای تبلیغ آرایشگاه خود استفاده کنید؛ این امر بی‌شک عامل موفقیت است.

در ادامه چند متن تبلیغاتی سالن‌های آرایشی که جزء آرایشگاه‌های موفق هستند را باهم مرور می‌کنیم.

۱. به موهایتان زندگی ببخشید

این یک جمله کوتاه با معانی زیاد است که می‌تواند شامل تمام افرادی شود که به هر دلیل (ریزش، سفیدی، کم‌پشتی، بدرنگی و بی‌حالتی مو و ...) به خدمات آرایشگاه نیاز دارند.

این شعار می‌تواند تمام این افراد را به سالن شما جذب کند. به این کلمات کوچک و به ظاهر ساده، باور داشته باشید؛ زیرا معجزه اصلی در این کلمات نهفته است.

۲. همیشه برای جبران وقت هست

این دومین جمله‌ای است که می‌تواند در تبلیغ آرایشگاه زنانه، سیل کثیری از افراد را به سمت شما جذب کند. متأسفانه در کشور ما، بنا به دلایلی بانوان فکر

می‌کنند اینکه بخواهند زیبا باشند کار پسندیده‌ای نیست؛ درحالی‌که در اعماق وجود خود به زیبایی علاقه دارند و فقط منتظر یک جمله هستند. پس چرا این جمله را از شما نشنوند. این جمله حس اعتماد به شما را بیشتر می‌کند و تمام افرادی را که فکر می‌کنند آرایش و زیبایی برای آن‌ها امری ناپسند محسوب می‌شود را به سوی شما جذب می‌کند.

۳. این‌رو به خودت مدیونی

این جمله برای افرادی که به زیبایی خودشان اهمیت نمی‌دهند بسیار کاربردی است و فکر مشتری را درگیر می‌کند که چرا نباید زیبا باشد. همچنین حس زیادی در مشتری ایجاد می‌کند و باعث می‌شود که او احساس کند به خودش ظلم کرده است.

هنرمند گرامی! افرادی که می‌خواهند در این راه پیروز باشند، تلاش می‌کنند تا هر آنچه که شعار می‌دهند را عملی کنند؛ پس شعار بدون عمل، بی‌فایده است.

تبلیغات پیامکی برای تبلیغ آرایشگاه زنانه

استفاده از پیامک برای موارد مختلف، یکی از مواردی است که می‌توانید به‌عنوان یک تبلیغ مؤثر و پول‌ساز به آن نگاه کنید است. فرض کنید شما قصد دارید یک تخفیف ۴۰ درصدی برای رونق کار خود در یک مناسبت خاص قرار دهید و تمایل دادید همه از آن مطلع شوند.

آرایشگاه‌های زنانه می‌توانند با استفاده از یک سیستم پنل SMS از قابلیت ارسال پیامک به تفکیک سن و جنسیت برای تبلیغات و بازاریابی هدفمند کسب و کار خود استفاده کنند؛ بنابراین فقط کسانی پیامک شما را دریافت می‌کنند که مطمئن هستید به مشتری شما تبدیل خواهند شد. ساده‌ترین و کاربردی‌ترین راه تبلیغات، استفاده از این سیستم پیامکی است تا آن‌ها را از این خبر مطلع کنید.

مشکلی که در گذشته برای ارسال پیامک سن و جنسیت وجود داشت این بود که قابلیت ارسال پیامک به تفکیک سن و جنسیت برای منطقه خاصی امکان‌پذیر نبود و شما فقط می‌توانستید برای تمام افراد یک شهر که در بازه سنی مشخصی هستند پیامک ارسال کنید. این امر برای شهرهای کوچک مشکلی نداشت؛ اما برای شهرهای بزرگ مانند تهران، اصفهان، مشهد، تبریز و... که جمعیت آن‌ها زیاد است، به اندازه کافی هدفمند نبود؛ اما اکنون سیستم پنل SMS این ضعف را برطرف کرده است. برای انجام این نوع تبلیغات، شما منطقه و کدپستی مورد نظرتان را به سیستم پنل پیامک می‌دهید تا پیامکتان به صورت هدفمند به افرادی که در محله و بازه سنی مورد نظر شما هستند ارسال شود. زمانی که شما برای تبلیغ آرایشگاه خود، پیامک انبوه ارسال می‌کنید این امکان وجود دارد که گیرنده پیام، پیامک را به دوستان و آشنایان خود نیز ارسال

کند و پیامک شما به صورت ویروسی پخش شود. در واقع شما با استفاده از تبلیغات پیامکی، اولین گام برای جذب مشتری را برداشته‌اید.

استفاده از تراکت

یکی از روش‌های تبلیغاتی مؤثر، جالب و البته قدیمی با سودآوری زیاد، استفاده از تراکت‌های تک‌برگی می‌باشد. این روش برای آرایشگاه‌های تازه تأسیس، گمنام و در محله‌های خاص بسیار مناسب است؛ زیرا به شما کمک می‌کند تا با سرعت بیشتری شناخته شوید.

با توجه به بودجه سالن آرایشی، می‌توان برنامه‌ریزی دقیقی در مورد چاپ تبلیغات کاغذی انجام داد. هرچند که روش‌های بسیاری برای تبلیغات سالن زیبایی وجود دارد؛ اما باید روش‌هایی را انتخاب کرد که مقرون به صرفه باشد. شما می‌توانید کاغذهای تبلیغاتی را در محدوده کاری خود پخش کنید.

البته این روش هنگامی می‌تواند حداکثر تأثیر را داشته باشد که آرایشگاه شما در محلی تأسیس شده باشد که رقیب ندارید یا رقیب نسبت به شما دارای عملکرد ضعیف هستند. در این صورت می‌توانید سیل عظیمی از مشتری‌ها را به سمت خود جذب کنید.

تبلیغات در نیازمندی روزنامه

این روش تبلیغی، اهمیت فراوانی دارد. طبق نظر یکی از صاحبان آرایشگاه، از

طریق تبلیغات در صفحه‌نیازمندی روزنامه حتی اگر مشتری جدیدی به آرایشگاه شما مراجعه نکند، لاقلمشتری‌های قدیمی که به‌دنبال آدرس و شماره تلفن شما بودند، مراجعه خواهند کرد. بسیاری از آرایشگران به اهمیت این موضوع واقف نیستند و نمی‌دانند که علاوه‌بر مهم بودن مکان آگهی، اندازه آگهی نیز اهمیت دارد.

داشتن خلاقیت

بزرگ‌ترین برگ برنده شما در تبلیغ آرایشگاه زنانه، خلاقیت است. هر قدر خلاقیت شما بیشتر باشد، موفقیت بزرگ‌تری کسب می‌کنید. شما باید به‌دنبال روش‌هایی باشید که سایر همکاران از آن‌ها استفاده نکنند یا افراد کمی، از آن ایده‌ها باخبر باشند. با این روش می‌توانید مشتری را اسیر خلاقیت خود کرده و کاری کنید که حتی اگر مشتری قصد مراجعه به مکان دیگری داشت، ناخودآگاه به سالن زیبایی شما مراجعه کند. توجه داشته باشید که نمی‌توان از هر خلاقیتی برای تبلیغ آرایشگاه زنانه استفاده کرد. پس به‌دنبال ایده‌های نو باشید و یا از ایده‌ها و خلاقیت‌های دیگران در حوزه‌های مختلف الهام بگیرید و با مهندسی معکوس، آن را به یک روش تبلیغاتی برای خود تبدیل کنید.

همچنین با یک خلاقیت ساده و کوچک، می‌توانید به پرسنل سالن خود آموزش دهید که مشتریان را ماهرانه و نامحسوس برای رزرو نوبت بعدی ترغیب

کنند. برای این کار می‌توانید به ویژگی‌های هریک از خدماتی که ارائه می‌دهید، دقت کرده و در صحبت‌های خود یا پرسنلتان با مشتریان، در هر خدمات، موضوعی را به مراجعۀ بعدی مشتری گره بزنید؛ البته این کار باید بدون ریا و به‌طور طبیعی با مشتریان مطرح شود تا حالت تحمیلی پیدا نکند.

استفاده از فضای مجازی برای تبلیغ آرایشگاه زنانه

امروزه بیش از ۷۰ درصد افرادی که به‌دنبال خدمات هستند، ابتدا آن را به‌صورت آنلاین بررسی می‌کنند؛ بنابراین پیروزی شما زمانی است که در نتایج جستجوی آن‌ها برای خدمات آرایشگری قرار بگیرید.

این مسئله را جدی بگیرید؛ زیرا فضای مجازی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین روش‌های تبلیغاتی استفاده می‌شود و آنقدر گستردگی دارد که می‌تواند شما را در خودش غرق کند. شبکه‌های اجتماعی به شما این توانایی را می‌دهند که خودتان را بدون هزینه به میلیون‌ها نفر نمایش داده و به بازار عرضه کنید! قدرت رسانه‌های اجتماعی از هر زمان دیگری قوی‌تر است و باعث افزایش آگاهی از برند شما می‌شود؛ این کاری است که برترین آرایشگران دنیا آن را انجام می‌دهند.

سالن‌هایی که برای معرفی کسب‌وکار خود به روش‌های سنتی می‌پردازند و به بازاریابی و تبلیغات اینترنتی اهمیتی نمی‌دهند، مجبور می‌شوند بعد از زمان کوتاهی با ضرر زیادی، شغل خود را تعطیل کنند.

مواردی که می‌توانند در تبلیغات اینترنتی شما تاثیر زیادی داشته باشند، در ادامه معرفی می‌شوند.

۱. راه‌اندازی یک وبسایت

از مهم‌ترین عواملی که در صنعت زیبایی جایگاه ویژه‌ای دارد، راه‌اندازی سایت است. از آنجایی که طبق آمار، ۸۳ درصد جستجوها با استفاده از *Google* انجام می‌شود، این موتور جستجو را باید در رأس کار خود بگذارید. ساخت سایت، امکان افزایش مشتری شما را به شدت افزایش می‌دهد.

باید یک سایت به‌روز و پرمحتوا داشته باشید؛ زیرا به‌روز بودن شما یعنی اهمیت به کسب‌وکار خودتان. از فواید راه‌اندازی وبسایت، تعیین وقت قبلی به‌صورت اینترنتی برای مشتریان است. بدین شکل مشتری به‌راحتی می‌تواند به وبسایت سالن مراجعه کرده و وقت مناسبی را برای خود رزرو نماید.

۲. استفاده از شبکه‌های اجتماعی

در دومین قدم برای بازاریابی اینترنتی می‌بایست از شبکه‌های اجتماعی شامل موارد ذیل استفاده کنید.

Telegram, Instagram, YouTube, Aparat, Twitter, Facebook

این شبکه‌ها، کاربران محلی را به دلیل موقعیت سالن شما به‌خوبی جذب می‌کنند و این پیغام را می‌رسانند که آرایشگاه شما دارای یک ویژگی برجسته است و ارزش بررسی دارد.

تبلیغات در فضای مجازی را به شدت جدی بگیرید؛ زیرا با توجه به اینکه بسیاری از کسب‌وکارها آنلاین هستند، باید در فضای مجازی فعالیت بسیار مناسبی داشته باشید. در اولین فرصت نسبت به یادگیری تمامی شبکه‌های اجتماعی موردنظر اقدام کنید و این کار را به صورت همیشگی دنبال کنید. اگر کسب‌وکاری در فضای آنلاین نباشد، آن کسب‌وکار از همین الان شکست خورده است.

با توجه به بازار امروز و محبوبیت اینستاگرام در ایران، اولین و ضروری‌ترین کار، یادگیری و کسب اطلاعات درباره آن و فعالیت مستمر در این فضا است. مؤسسه دنیای تحول با ۱۲ سال سابقه فعالیت آموزشی و مشاوره‌ای در کشور به صورت تخصصی بر روی پیشرفت و توسعه سالن‌های زیبایی و برندسازی آرایشگران فعالیت دارد. شما در کلاس‌های آموزش حرفه‌ای اینستاگرام، آموزش می‌بینید که چگونه یک پست استاندارد و باکیفیت بگذارید، چگونه استوری بگیرید و چه مواردی را در آن لحاظ کنید، برای استوری‌های خود چه برنامه‌ریزی‌هایی داشته باشید، چگونه و در چه زمانی لایو بگیرید و در نهایت اینکه چگونه یک کاربر حرفه‌ای اینستاگرام باشید.

نمایش نظر مشتریان قبلی در تبلیغات آرایشگاه

یکی از موارد بسیار مؤثر در اعتمادسازی بین مشتری و سالن زیبایی، ارائه نمونه کار به مشتری است. شما می‌توانید یک قدم فراتر بگذارید و نظر مشتریان قبلی خود را بپرسید و همراه عکس آن‌ها در سایت خود قرار دهید.

شما همچنین می‌توانید عکس‌هایی از مشتریان قبلی خود در یک قسمت آرایشگاه قرار دهید تا مشتریانی که به شما مراجعه می‌کنند این عکس‌ها را ببینند. اگر برای شما مقدور است پیشنهاد می‌شود که در نقاط مختلف سالن از این عکس‌ها استفاده کنید که همه‌جا در دید مشتری باشد.

همکاری با مشاغل دیگر

یکی از روش‌های تبلیغات غیرمستقیم برای تبلیغ آرایشگاه زنانه که به شما کمک می‌کند بازار کار را در دست بگیرید، همکاری با مشاغل مرتبط است. در اینجا منظور از مشاغل مرتبط، مشاغلی است که به نوعی با کار شما در ارتباط است.

شما می‌توانید با عقد قرارداد با سایر مشاغل مرتبط با آرایشگاه زنانه مانند آتلیه‌های عکاسی، مراکز فروش و کرایه لباس‌های مجلسی و عروسی، باغ و تالارها، باشگاه‌های ورزشی، سالن‌های اسپا، خدمات گل‌آرایی همکاری دوجانبه داشته باشید تا علاوه بر رونق‌دهی به درآمد آن‌ها و کسب اعتماد و احترام متقابل، کاری کنید که آن‌ها نیز از طریق ارسال مشتری، به کار شما رونق ببخشند.

«تبلیغات یعنی هنر متقاعد کردن مردم برای خرج کردن

پول‌هایشان برای چیزی که به آن نیازی ندارند.» ویل راجرز

گفتگوی هشتم:

- خانم رضایی فضای مجازی چقدر در موفقیت شغلی شما تأثیر داشته

است؟ شما برای تبلیغات سالن خود چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

- طبق تجربه می‌توانم بگویم که تبلیغات بسیار تأثیرگذار است. در اواخر سال ۱۳۸۰ که من شروع به فعالیت کردم، شبکه‌های مجازی به این شکل وجود نداشت و تبلیغات به شکل دیگری انجام می‌شد. ابتدای فعالیت، رضایت مراجعه‌کنندگان باعث می‌شد که تبلیغات دهان‌به‌دهان صورت بگیرد و همین رضایت مشتری منجر به جذب مشتری بیشتر و تبلیغ حرفه‌ام شد.

با گذشت مدتی از شروع کارم، از طریق آگهی‌نامه‌ها و پخش تراکت به تبلیغ سالنم پرداختم؛ اما در سال ۱۳۹۱، تصمیم به تبلیغات رسمی گرفتم. ایجاد یک وبسایت دوزبانه فعال و در سال‌های اخیر فعالیت در شبکه‌های اجتماعی محبوب مانند اینستاگرام از کارهایی بودند که در راستای تبلیغ خدماتم انجام دادم. این موارد تأثیر بسیار مثبتی در برندسازی و نمایش هنرم داشت؛ زیرا خیلی از دوستان، شناختی از من نداشتند. با تبلیغات هدفمند توانستم برند خود را به مخاطبان بیشتری معرفی کنم و دایره مخاطبانم گسترده‌تر شد. همچنین از تبلیغات محیطی مثل بیلبورد و سامانه ارسال SMS نیز استفاده می‌کنم.

- با توجه به بالا بودن تعداد رقبا در این عرصه، با چه شعاری، برند خود را

تبلیغ کردید تا دیده شوید؟

- با عملی کردن دو شعار:

مشتری پادشاه است.

با ما همچون اثر انگشت خود، خاص باشید.

این‌ها فقط یک شعار نیستند، بلکه خط مشی ماست. شعار ما مشتری‌مداری است؛ امنیت‌خاطر در محیطی که همه‌چیز مهیاست تا بهترین خدمات را به مشتریان عزیز ارائه بدهیم. این شعار، مشتری را ترغیب می‌کند تا سالن ما را از بین سایر گزینه‌ها انتخاب کند. عملی کردن این شعار مستلزم تلاش زیادی است که آن را در مجموعه خود به جان می‌خریم تا حرف و عملمان یکی باشد. نتیجه تلفیق این دو شعار، وجه‌تمایز ما از سایر رقباست.

هنرمند گرامی! شما باید دیده شوید تا در ذهن مردم بمانید، این یعنی برندسازی و این برندها هستند که بیشترین مشتری‌ها را دارند و بالاترین هزینه‌ها را دریافت می‌کنند. یک آرایشگاه حرفه‌ای به تبلیغات اهمیت می‌دهد و برای این امر هزینه می‌کند تا دیده شود و با رکود مواجه نشود. خانم رضایی با اجرای این مولفه بسیار مهم، توانستند مزد زحماتشان را دریافت کرده و شهرت و محبوبیت خود را بین مشتریان حفظ کنند.

تمرین عملی ۸:

۱. شما می‌توانید با خرید سیستم پنل پیامک، نسبت به ارسال پیامک‌هایی

که در ذیل آورده شده است، اقدام کنید:

- ارسال پیامک انبوه تبلیغاتی به تفکیک سن و جنسیت، منطقه، کدپستی

- ارسال هفتگی پیامک‌های حاوی نکات آرایشی و بهداشتی (به‌منظور مشتری‌مداری)
 - ارسال پیامک‌های اتوماتیک یادآوری نوبت، تبریک تولد و ...
 - استفاده از ماژول نوبت‌دهی هوشمند برای نوبت‌دهی به مشتریان
۲. شما می‌توانید در روزهایی به‌جز مناسبت‌های مشهور، کمپین‌های تبلیغاتی کوچک و بزرگ، چالش‌ها و مسابقات متنوع با هدایای ارزنده، تخفیف‌های جذب‌کننده و ... را برای همه مشتریان و یا برخی افراد واجد شرایط در دیگر مناسبت‌های جهانی غیرمرسوم، در نظر بگیرید.
۳. در اولین فرصت با یک آژانس تبلیغاتی تماس بگیرید و از آن‌ها بخواهید تمامی راه‌های ارتباط جمعی مورد نیاز برای برقراری ارتباط با مشتریان‌تان را فراهم کنند. به‌طور مثال راه‌اندازی یک سایت، راه‌اندازی یک اپلیکیشن مخصوص برند شما و ...
- فریب افرادی را که در این کار سررشته‌ای ندارند و خود را مشاور تبلیغاتی می‌دانند، نخورید؛ به‌ویژه افرادی که برای تبلیغ کارتان از شما درخواست هزینه‌های کلان دارند. مؤسسه دنیای تحول با ارائه برنامه‌هایی تخصصی در خصوص موفقیت و توسعه سالن‌های زیبایی می‌تواند همراه خوبی برای پیشرفت شما عزیزان باشد.

۴. کیفیت کار خود را به ویتترین تبلیغاتی خود تبدیل کنید. شاید بتوان گفت این مهم‌ترین عامل تبلیغات در آرایشگری باشد. بیشترین منبع تبلیغات شما خدماتی است که انجام می‌دهید. به‌طور مثال خانم‌ها وقتی ببینند که یک رنگ مو بسیار جذاب است، اولین سوآلی که خواهند پرسید این است که آن خانم، موی خود را کجا رنگ کرده است؛ پس در کیفیت خدمات، ایده‌آل‌گرا باشید تا به راحتی دیده شوید.

برای آگاهی بیشتر می‌توانید آموزش‌های بازاریابی، تبلیغات صحیح، شیوه‌های جذب مشتری و برندسازی شخصی را در قسمت مقالات سایت دنیای تحول به آدرس www.dtahavol.com دنبال کنید.

تیم خانوادگی یک آرایشگر

«شما به دنبال کسب درآمد از خانه خود خارج می‌شوید و وقتی به آن رسیدید، به خانه بازمی‌گردید و آن را با خانواده خود به اشتراک می‌گذارید.» آنیتا بیکر

آیا آن دسته از نزدیکانتان را که می‌توانند در این مسیر از شما حمایت کنند، از اهداف خود مطلع کرده‌اید؟ موفقیت افراد در حوزه کاری، تحت تأثیر عوامل متعددی می‌باشد که خانواده یکی از آنها است. خانواده به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر فرد اثر گذاشته و آینده او را تعیین می‌کند. برای افرادی که

می‌خواهند در این صنعت پیشرفت کنند، خانواده می‌تواند منبع مهمی از توصیه، دلسوزی و حمایت باشد. افراد موفق به تنهایی به اهداف خود نمی‌رسند. یکی از مؤلفه‌های اصلی تعادل این است که اطرافیان خود را نیز در جریان امور قرار دهید تا آن‌ها نیز بدانند چه انتظاری باید از شما داشته باشند و بالعکس. با همسر یا نزدیکان مهم خود در مورد اهدافی که دارید، صحبت کنید. با مدیر، همکاران یا پرسنل خود نیز صحبت کنید تا به شما کمک کنند برای اهداف و معیارهای موفقیت خویش، پارامترهای مشخصی تعیین کنید. اگر بدانید در این حوزه چه می‌خواهید، قادر خواهید بود از حاشیه‌ها دوری کنید.

«عشق به خانواده و تحسین از جانب آن‌ها، بسیار مهم‌تر از هر ثروت

و امتیازی است.» چارلز کورالت

گفتگوی نهم:

- خانم رضایی حامی، پشتیبان و مشوق اصلی شما چه کسی بود که باعث

شد در این مسیر قرار بگیرید و موفقیت‌های بی‌شماری را کسب کنید؟

- همسر عزیزم جناب آقای بشیری اصلی‌ترین حامی و پشتیبانم هستند.

جریان موفقیت من از ابتدای آشنایی‌ام با ایشان شروع می‌شود. ما در سال

۱۳۷۸ نامزد و سال ۱۳۸۰ ازدواج کردیم.

من و همسرمان مانند اکثر زوج‌های جوان در سال‌های ابتدایی زندگی مشترکمان دوست داشتیم به مهمانی و سفر بپردازیم؛ اما از همان روزهای نخست، سخت مشغول تحصیل بودم و پس از تحصیل، چندین نمایشگاه نقاشی برگزار کردم. در طول این مدت، هرگاه که فرصتی ایجاد می‌شد، چهره‌دوستان و نزدیکان را آرایش می‌کردم. همسرمان که شاهد علاقه و تلاش‌های بی‌وقفه‌ام بودند، پیشنهاد دادند که به هنرمند جدی‌تر بیندیشم و برای گرفتن مدرک آرایشگری در یک آموزشگاه معتبر ثبت‌نام کنم. من نیز به خاطر اشتیاق زیاد به این هنر، برای گذراندن دوره‌های ضروری ثبت‌نام کردم. از آن زمان تاکنون همسرمان همواره پشتیبانم بوده‌اند و من را برای پیشرفت بیشتر تشویق می‌کنند. البته کسب این موفقیت، بدون کمک و همدلی خانواده عزیزم هرگز ممکن نبود؛ به خاطر داشتن این عزیزان، سپاسگزار خداوند مهربان هستم.

این امر بدان معنا نیست که موفقیت حرفه‌ای شما وابسته به این است که حتماً با کسی در رابطه باشید. واضح است که بسیاری از افراد مجرد، در کار خود می‌درخشند و بسیاری از رهبران کسب‌وکار، مجرد هستند. در واقع در برخی از شرایط، مجرد بودن به افراد کمک می‌کند تا کسب‌وکار خود را به‌روشنی مؤثرتری اداره کنند. مشاغلی که توسط افراد مجرد اداره می‌شوند بیشتر از سایر کسب‌وکارها سرمایه‌گذاری می‌کنند و ریسک بیشتری را نیز می‌پذیرند.

با این وجود افراد موفق معمولاً روابط محکمی دارند. وقتی شما در یک رابطه استاندارد و موفق باشید، دیگر تنها دو فرد نیستید، شما یک مجموعه هستید؛ هرچه این مجموعه محکم‌تر باشد، مزیت شما نیز بیشتر خواهد بود. خانم رضایی در صحبت‌های خود چندین بار تأکید کردند که حمایت‌ها و تشویق‌های همسرشان، عامل اصلی این موفقیت کاری بود که می‌تواند نقش بسیار کلیدی خانواده و نزدیکان را در پیمودن این مسیر اثبات کند.

تمرین عملی ۹:

نزدیک‌ترین و آگاه‌ترین عضو خانواده‌تان را انتخاب کرده و او را در جریان اهداف بزرگ خود قرار دهید. از او بخواهید تا در این مسیر با شما همراه باشد. اگر در این راه، لغزش، خطا، ناامیدی، نگرانی و شکست را تجربه کردید، حتماً با کسی که بیشترین انگیزه و نشاط را به شما هدیه می‌دهد در این‌باره مشورت کنید. گاهی لازم است از کسی کمک بخواهید تا ارزش و عظمت درونی‌تان را دوباره به شما یادآوری کند. گاهی یک تشویق هرچند کوچک از سوی عزیزان، می‌تواند در سرنوشت کاری شما تأثیر بسزایی داشته باشد؛ بنابراین از نقش مؤثر خانواده غافل نشوید و با توکل بر خدا و مشورت با اطرافیان خود، سختی این مسیر را به شیرینی بزرگی تبدیل کنید.

پیش به سوی شکست

«شکست عظیم، کلید موفقیت است.» توماس واتسون

زندگی مانند آونگ است که یک طرف آن درد، طرد شدن، ناراحتی و شکست است و طرف دیگر لذت، عشق، شادی و موفقیت است. باید تا آنجا که می‌توانید آونگ زندگی خود را به سمت درد، طرد شدن، ناراحتی و شکست هل دهید. شکست را بپذیرید، از آن فرار نکنید، بهانه نیاورید و آن را گردن دیگران نیاندازید. شکست را در آغوش بگیرید.

بزرگ‌ترین استراتژی موفقیت این است: شکست بخور - سریع شکست بخور -

بزرگ شکست بخور.

اکثر مردم، ناحیه امن و راحتی را برمی‌گزینند. باید هر بار منتظر طرد شدن، ناراحتی و شکست باشید تا موفقیت‌های بیشتری به دست آورید. لحظات دشوار درس‌های زیادی به شما می‌آموزند. نباید از شکست خوردن بترسید و ناامید شوید؛ زیرا شکست، معلم بهتری از موفقیت است. شکست خوردن به معنی ضعف در انجام کارها نیست، بلکه به این معنی است که جایی در کارتان ایراد دارد. شکست خوردن شما را در رفع مشکلات موجود یاری می‌دهد؛ بنابراین شکست‌های خود را با شهامت بپذیرید و از منافع آن در تجربه‌های بعدی بهره بگیرید.

معمولاً شکست‌ها به دلیل اشتباهات انسانی رخ می‌دهند. هر شکست چندین

نقطه ضعف کارتان را که شاید نمی‌دانستید آشکار می‌کند و نقاط ضعف برابر است با خلع‌های علمی؛ بنابراین شکست به شما می‌آموزد که چگونه از این خطاها در آینده دوری کنید. همیشه نمی‌توان بهترین تصمیم را با در نظر گرفتن تمام جوانب اتخاذ کرد. در این مواقع پس از شکست خوردن می‌توانید اشتباهات خود را پیدا کرده و در آینده تصمیم بهتری بگیرید.

گاهی ترس از شکست بدتر از تجربه واقعی شکست است. باید شکست را با علاقه دنبال کنید تا بتوانید آن ترس را به تفریح تبدیل کنید. دنبال کردن موفقیت را به دنبال کردن شکست تبدیل کنید تا ترس و شکست، انرژی خود را از دست بدهد. هر کسی «نه» بیشتری بشنود، برنده خواهد شد. برای دردناک‌ترین و تلخ‌ترین داستان شکست خود، جایزه بزرگی بگذارید. باید ترس را به سرگرمی تبدیل کنید. هر روز کاری که از آن می‌ترسید را انجام دهید تا تمام ترس‌های موجود در ذهنتان به پایان برسد.

شکست خوردن به شما کمک می‌کند تا ریسک بیش‌تری را در آینده بپذیرید. هنگامی که برای اولین بار در کسب‌وکار خود شکست می‌خورید، متوجه می‌شوید که قدرتان در مقابل مشکلات از آن چیزی که فکر می‌کردید بیشتر است؛ بنابراین پس از شکست، انعطاف‌پذیری شما بیشتر می‌شود و می‌توانید در تجارب آینده، خطر بیشتری را تحمل کنید و ریسک بیشتری را بپذیرید.

این نکته را بدانید که راه موفقیت فقط از مسیر شکست‌های پیاپی می‌گذرد، پس باید شکست را کوچک کنید. به جای فرار از کسب مهارت، به سمت آن بروید. به راحتی بگویید که اشتباه کردم و شکست خوردم، این مشکل را به یک وضعیت عادی تبدیل کنید.

کدام آرایشگر بدون شکست، مهارت کسب کرده؟ کدام آرایشگر بدون شکست به اوج رسیده؟ کدام سالن زیبایی در مسیر خود اشتباهی نداشته؟ این را بدانید که این آخرین شکست نخواهد بود و بازهم در مسیر کاری شما شکست‌های دیگری نیز وجود دارد؛ اما چیزی که در نهایت به آن دست پیدا می‌کنید یک موفقیت بزرگ است که همه شکست‌ها را کمرنگ می‌کند.

«من تاکنون هزاران بار شکست خورده‌ام.» ریچارد برانسون

گفتگوی دهم:

- خانم رضایی شما در دوران فعالیت خود در این حوزه، چه مشکلات و شکست‌هایی داشتید و چگونه آن را مدیریت کردید؟

- نزدیک به دو دهه است که میکاپ، به‌طور حرفه‌ای دغدغه کاری من است. دغدغه‌ای که رضایت‌مندی مشتریان، انرژی و انگیزه مضاعف برای رویارویی با همه چالش‌ها را به من می‌دهد.

همیشه سعی کردم در فضای سالن، انرژی مثبت جریان داشته باشد؛ اما در کنار آن، سختی‌های زیادی وجود دارد. اکثر بانوانی که با مشاغل مختلف (پزشکان، پرستاران و ...) به سالنم مراجعه می‌کنند، همیشه می‌گویند که شما شغل شادی دارید. درست است که این شغل شاد و خوب است؛ اما سختی‌های متفاوتی نیز دارد. آرایشگران هیچ عید و مراسم خاصی ندارند و در تمامی اعیاد و مناسبت‌ها در خدمت مشتریان و در سالن هستند.

از چالش جدید در این حوزه می‌توان به شرایط حاصل از شیوع بیماری کرونا اشاره کرد که همه اصناف و مشاغل را تحت تأثیر قرار داده و فعالیت سالن‌های زیبایی را زمان زیادی متوقف کرد؛ اما ما برای جبران این شکاف ارتباطی با مشتریان عزیزمان از استوری و لایوهای اینستاگرام استفاده می‌کنیم و روی کلاس‌های آموزش مجازی میکاپ، تمرکز بیشتری داریم.

یکی از بزرگ‌ترین منافع شکست این است که تکبر را دور کرده و فروتن بودن را به شما می‌آموزد. برای رسیدن به موفقیت باید سخت تلاش کرد و ناامید نشد؛ اما بسیاری از آرایشگران پس از رسیدن به پیروزی، گذشته را فراموش کرده و به لحظه حال مغرور می‌شوند. تواضع و فروتنی خانم رضایی می‌تواند ناشی از روحیه شکست‌ناپذیر ایشان باشد؛ کسی که در این مسیر پرفراز و نشیب، بی‌وقفه تلاش کرد و با وجود مشکلات، هرگز تسلیم نشد. برایم جالب بود که ایشان در

صحبت‌های خود، کلمه «چالش» را به جای کلمه «شکست» استفاده کردند که نشان از تفکر مثبت و سازنده این بانوی فرهیخته دارد.

پیمودن این راه با چالش‌های زیادی روبه‌رو است که باید از آن‌ها درس بگیرید تا با گذشت زمان، پیشرفت کنید. اشتباه در کار یک آرایشگر نشان‌دهنده عدم دانش کامل در مهارت‌های اوست. اشتباه کردن این فرصت را به شما می‌دهد تا نقاط ضعف خود را پیدا کنید و برای برطرف کردن آن به یادگیری و آموزش بیشتر بپردازید.

تمرین عملی ۱۰:

بزرگ‌ترین ترسی که تاکنون شما را از رسیدن به موفقیت در این شغل دور نگه داشته است، شناسایی کنید. همیشه یک ترس در پس ذهن شما وجود دارد. اکنون تصور کنید که این ترس در درون شما وجود ندارد. تصور کنید که از هیچ چیزی و هیچ بخشی از کار خود نمی‌هراسید. تصور کنید که موفقیت کامل شما در هر تخصصی که انجام می‌دهید تضمین شده است. چه می‌کردید اگر هیچ ترسی در وجود شما نبود؟ پاسختان هرچه که باشد، از همین لحظه طوری عمل کنید که انگار شکست غیرممکن است و این اتفاق قطعاً خواهد افتاد. آنقدر به وانمود کردن ادامه دهید تا زمانی که به واقعیت بپیوندید.

اگر مهارتی را یاد نگرفته‌اید یا در آن ضعف دارید، کار مشتری را خراب

کرده‌اید یا آرایشگاه‌تان از دست رفته است یعنی جایی در علم فروش، مشتری‌مداری یا خدمات دچار ضعف هستید؛ ولی نباید بترسید. اگر می‌خواهید دوباره شروع کنید کافی است آن‌ها را برطرف کنید. در واقع یادگیری، مطالعه و به‌روز ماندن، یک امر بسیار حیاتی برای ماندگاری کسب‌وکارتان است و مانند اکسیژنی است که برای زنده ماندن به آن نیاز دارید. مهارت‌های کمی را پیدا کنید؛ اما خیلی عمیق در آن زمینه مسلط شوید، علی‌الخصوص مهارت تمرکز کردن. بیشتر از هر کسی در تخصص خود تمرکز داشته باشید (عامل اصلی جداکننده شما از رقبا در قرن ۲۴). با تمرکز بر روی تخصص خود، می‌توانید خطاهایتان را به صفر برسانید.

گاو بنفش در صنعت زیبایی

«چیزی که شما را از دیگران متمایز می‌سازد، خدمات متفاوت و حرفه‌ای

برای مشتری است.» سم ویلا

فرض کنید در یک مزرعه هستید که در این مزرعه تعداد زیادی گاو وجود دارد. اگر همه گاوها سیاه و سفید باشند، پیدا کردن یا تشخیص دادن یکی از هزاران گاو، کار سخت و طاقت‌فرسایی خواهد بود؛ اما اگر تنها یک گاو بنفش در بین تمام گاوها وجود داشته باشد، آیا باز هم پیدا کردن آن کار سختی خواهد بود؟

پیشینیان، همیشه به هم‌رنگی و تشابه تأکید می‌کردند و از کودکی در گوش ما زمزمه می‌کردند «خواهی نشوی رسوا هم‌رنگ جماعت شو». آن‌ها می‌گفتند که باید دنباله‌رو باشی تا مورد انتقاد قرار نگیری و این بدین معناست که خواهی نشوی رسوا، مُقلد باش، نه مبتکر!

به نظر می‌سد این طرز تفکر، ریشه در هراس از انتقاد دارد و مورد انتقاد قرار گرفتن مترادف با رسوایی قلمداد می‌شود. من شما را به تکرنگی و تمایز در این کسب‌وکار دعوت می‌کنم. افزایش تمایل به انجام کارهای شگفت‌انگیز، باعث ایمنی بیشتر می‌شود نه خطر بیشتر. روش‌های قدیمی جز شکست نتیجه‌ای ندارند؛ خلق روش‌های چشمگیر و ارزشمند ضروری است.

استراتژی گاو بنفش می‌گوید که عادی بودن منفعت زیادی نخواهد داشت. اگر می‌خواهید در این صنعت، درآمد و پیشرفت متفاوتی را تجربه کنید باید خدمات همیشگی را تغییر دهید و تغییر مثبتی را در کار خود ایجاد کنید؛ بنابراین شما با متفاوت کردن کسب‌وکارتان می‌توانید بیش از سایر رقبا شناخته شوید تا مشتریان شما را در کمترین زمان پیدا کنند.

البته این پایان کار نیست؛ چون می‌توان در قسمت منفی کسب‌وکار نیز گاو بنفش بود، یعنی خدماتی که ارائه می‌دهید آنقدر بد و بی‌کیفیت باشد که به سرعت بین رقبا و مشتریان شناخته شوید! واضح است که در چنین شرایطی،

کسب و کارتان به تدریج رو به افول خواهد رفت و به زودی طعم شکست را تجربه خواهید کرد؛ چراکه مشتریان، شما را به سایر افراد معرفی و یکدیگر را از کیفیت بد خدمات شما مطلع می‌کنند.

امروزه در عرصهٔ زیبایی، گزینه‌ها و انتخاب‌ها بسیار زیاد و روزافزون است و در عوض زمان و فرصت مشتریان برای انتخاب از میان گزینه‌ها، رو به کاهش است؛ بنابراین خدمات، فرصت کمی دارند تا به چشم بیایند. اگر خدمات چشمگیر نباشند، در میان گزینه‌های متعدد، گم‌شده و نادیده گرفته می‌شوند. در این حوزه که هر لحظه رقابت بیشتر می‌شود، شبیه دیگران بودن به معنای شکست است و در چنین محیطی، انجام خدمات عادی و بدون ریسک، خطرناک‌ترین کاری است که می‌توانید بکنید.

اگر از بزرگ‌ترین کسب و کارها بپرسید چگونه موفق شدند، آن‌ها مهم‌ترین عامل موفقیت خود را مدیون خلاقیت می‌دانند؛ زیرا مردم همواره به دنبال چالش‌های جدید هستند و چه بهتر که شما این چالش را به آن‌ها هدیه دهید. چنانچه در پی گاو بنفش هستید، خود را برای یک انتقاد جدی آماده کنید. آرایشگران برتر می‌دانند که فقط دیکتهٔ نانوشته، بیست است و انتقاد فقط افرادی را نشانه می‌رود که در جستجوی برتری هستند. آنان انتقاد از کارشان را به معنای نقد از خود و زیر سؤال بردن شخصیتشان نمی‌دانند.

هیچ کسی مشتاقانه خود را با خدمات شما وفق نمی‌دهد؛ زیرا اکثر مشتریان از خدمات سالن همیشگی خود راضی هستند و به خدماتی که دریافت می‌کنند وابسته‌اند. آن‌ها به دنبال روش‌ها و خدمات جایگزین نیستند. شما این قدرت را ندارید که آن‌ها را به پذیرش تغییر مجبور کنید. تنها شانس شما این است که خدمات خود را به کسانی ارائه دهید که مشتاق تغییر هستند و روش‌های جدید را دوست دارند. باید خدمات شما آنقدر چشمگیر و جذاب باشد که اکثر مشتریان را جذب نماید.

اگر گاو بنفش بودن برای درخشش در میان مشتریان به این اندازه ساده است، چرا هر کسی آن را انجام نمی‌دهد؟ چرا اینقدر سخت است که گاو بنفش شویم؟ گاو بنفش نادر است؛ زیرا مردم ترسو هستند. اگر یک آرایشگر چشمگیر باشد ممکن است تعدادی از مخاطبان، او را نپذیرند. بهترین چیزی که ترسوها آرزوی آن را دارند این است که عادی بمانند.

«تفاوت و زیبایی ناشی از ریزه‌کاری‌ها است.» کریس وایدنر

گفتگوی یازدهم:

- خانم رضایی چه عواملی از نگاه شما می‌توانند باعث تفاوت یک برند در صنعت زیبایی باشند؟
- تفاوت یک آرایشگر خوب و عالی فقط در جزئیات است، اصول را همه بلدند. تفاوت فقط در نکات بسیار ریز نهفته است که باید با داشتن خلاقیت، آن را کشف و در کار اجرا کرد.

برای پیروزی و تفاوت در این عرصه باید به جدیدترین روش‌ها تسلط پیدا کرد. باید با ترندهای هر فصل و سال آشنا بود. شناخت کامل برندهای مشهور لوازم آرایش، بررسی و خرید لوازم جدید تولیدی و استفاده از مواد درجه یک در این حوزه بسیار حائز اهمیت است.

سعی می‌کنم زوایای دیدگاهم را با ذکر یک مثال توضیح دهم؛ در سالن زیبایی شعبه شیراز تعدادی از مراجعه‌کنندگان برای مراسم ازدواج و یا فرمالیته و حنابندان خود، میکاپ سنتی قشقایی را انتخاب کردند. پرسنل مجموعه ما، با آگاهی از ترندهای فصل و سال و همچنین با تسلط بر جدیدترین روش‌ها، میکاپ زیبای قشقایی را اجرا کردند. این کار پیاده‌سازی تکنیک لوکالیزه یا همان بومی‌سازی است که به آرایشگر کمک می‌کند تا همیشه در اوج بماند.

- از شما می‌خواهم کارهایی که برای متفاوت‌بودن و پیشی گرفتن از رقبا

انجام داده‌اید را بیان کنید؟

- به عقیده من در این خصوص سه کلید طلایی وجود دارد:

الف) بالابردن کیفیت خدمات

ب) پاسخ‌گو بودن در صورت عدم رضایت مشتری

ج) حفظ ارتباط با مشتریان تا مراجعه بعدی

در مجموعه سالن‌های زیبایی لی لی رضایی سه آیتم فوق، همیشه لحاظ

می‌شوند که باعث رضایت‌مندی اکثر مشتریان می‌گردد. رضایت و خشنودی مشتری، تضمینی برای مراجعه بعدی وی خواهد بود.

شغل آرایشگری، هیچ محدودیتی ندارد و اگر شما همانند خانم رضایی یک ذهن هنرمند، خلاق و ایده‌پرداز داشته باشید، می‌توانید بین کسب‌وکار خود و سایر رقبا تمایز قائل شده و به یک آرایشگر بسیار مجرب تبدیل شوید که بقیه از روی مدل‌های شما کپی‌برداری می‌کنند. توجه داشته باشید که کپی‌برداری از روی مدل‌های آرایشگر یعنی کار او دارای ارزش است و هرقدر که این کپی بیشتر باشد، ارزش هنرش نیز بالاتر می‌رود و اعتبار بالاتری کسب می‌کند؛ زیرا دیگران او را به‌عنوان یک مرجع شناخته‌اند.

خبر خوب این است که اکثر آرایشگران به دلیل وحشت از گاو بنفش شدن، کار شما را راحت‌تر کرده‌اند. شما می‌توانید در این مسیر با تلاش کمتری به تفاوت و تمایز دست یابید.

تمرین عملی ۱۱:

یک یا دو قدم بیشتر بردارید. رقیبی بیابید که به دوردست‌ها چشم دارد و تلاش کنید بهتر از او باشید. هر چیزی که رقبای شما به خاطر آن شناخته شده‌اند را بیشتر، بهتر، سریع‌تر و یا متفاوت‌تر انجام دهید. در هر زمینه‌ای که می‌خواهید پیشرفت کنید و گاو بنفش خود را به نمایش بگذارید، مقدار مشخصی مهارت

وجود دارد. وقتی مهارت‌های خود را افزایش می‌دهید همه‌چیز تغییر می‌کند. یک مهارت را پیدا کنید و با تمام وجود به آن حمله کنید. مهارت خود را با روش‌های جدید و متفاوتی به نمایش بگذارید؛ مهارتی که برای رسیدن به اهدافتان بسیار مهم است و تفاوت چشمگیری برای شما ایجاد می‌کند. همچنین می‌توانید سالن خود را با سایر رقبا مقایسه کنید و از جمع‌بندی آن‌ها به دنبال نواقصی بگردید که می‌توان با ساده‌ترین کار، آن را حل کرد؛ مانند نوبت‌دهی اینترنتی یا مشاوره تلفنی. البته این روش‌ها قدیمی هستند و اکنون ایده محسوب نمی‌شوند؛ ولی در زمان خود ایده‌های خوبی بودند.

«برای گاو بنفش بودن نیازی نیست تا فضا بروید، فقط کافی است که از کوچکترین نیازهای مشتریان علیه خودشان استفاده کنید تا حس نیاز را در آن‌ها فعال کنید.»

نتیجه عالی با تجهیزات عالی

«درست مانند نقاشان و مجسمه‌سازان، آرایشگران نیز از لوازم خود برای

خلق یک شاهکار استفاده می‌کنند.» ریک ولمن

برای راه‌اندازی یک آرایشگاه، حتماً باید در مورد تجهیزات و قیمت آن‌ها اطلاعات کافی داشته باشید. شما باید درباره مدل و نام برند وسایل نیز تحقیق نمایید که کدام برند، محصول بهتری را ارائه داده است و یا کدام محصول

باکیفیت تر بوده و دوام بیشتری دارد. لوازم آرایشگاهی بسیار حساس هستند و باید برای خرید آن‌ها به نکات زیادی توجه نمایید.

در زمان تهیه لوازم مصرفی آرایشگاه باید قبل از هر چیزی رضایت مشتری را در اولویت قرار دهید؛ زیرا آرایشگاه زنانه از کسب‌وکارهایی است که رقبا زیادی دارد و برای پیشی گرفتن از آن‌ها می‌توان از لوازم باکیفیت استفاده کرد.

از دیگر دلایلی که باید تجهیزات آرایشگاه با حساسیت بیشتری انتخاب شوند، می‌توان به احتمال فرسودگی زیاد وسایل به‌علت استفاده مکرر از آن‌ها اشاره کرد؛ حال اگر این وسایل کیفیت پایینی داشته باشند، عمر کمتری داشته و آرایشگر باید برای راه‌اندازی و یا خرید مجدد آن‌ها دوباره هزینه کند.

تمام آرایشگران برتر، یک کیت کامل از تجهیزات حرفه‌ای را تهیه می‌کنند تا به تدریج دچار نقص نشوند. شما نیز اگر می‌خواهید به یک آرایشگر حرفه‌ای تبدیل شوید، باید اساسی‌ترین و باکیفیت‌ترین تجهیزات لازم در تخصص خود را تهیه نمایید و از آن‌ها به بهترین شکل استفاده کنید.

برای تهیه لوازم آرایشی و بهداشتی نیز می‌توانید مراکز پخش اصلی را برای خرید انتخاب کنید و خرید خود را به‌طور عمده انجام دهید. اگر جای مناسبی را پیدا کنید که بتوانید برای خرید همیشه به آنجا مراجعه کنید، به نفع شما خواهد بود؛ زیرا آشنایی با فروشندگانی که در ارتباط با کسب‌وکار شما هستند

و لوازم مناسب شما را فراهم می‌کنند، می‌تواند برای روزهایی که در تهیه لوازم، دچار مشکل می‌شوید و یا با توجه به محدودیت‌های اقتصادی کمیاب می‌شوند بسیار کمک‌کننده باشد و باعث می‌شود تا فعالیت کسب‌وکار شما دچار اختلال نگردد و همچنین زمانی که به چیزی احتیاج داشتید، بتوانید به‌سرعت آن را تهیه کنید و کار مشتری را راه بیاندازید و از تلف شدن وقت جلوگیری کنید.

«سرمایه‌گذاری برای ابزار حرفه‌ای، سرمایه‌گذاری برای سلامت جسم

ماست.» سم ویلا

گفتگوی دوازدهم:

- خانم رضایی برند شما با کیفیت عالی خدمات شناخته شده است، شما برای تجهیزات مورد استفاده یک آرایشگر چه توصیه‌ای دارید؟ این تجهیزات باید چه ویژگی‌هایی داشته باشند؟

همان‌طور که در بخش‌های پیشین نیز اشاره کردم یک آرایشگر در سال‌های ابتدایی فعالیت خود نباید برای تأسیس یک سالن مستقل اقدام کند. باید به مدت یک تا سه سال در سالن‌های مطرح و برتر شهر خود فعالیت کند تا به تجربه و سرمایه کافی دست یابد؛ بنابراین هنگام تأسیس سالن خود برای تأمین هزینه‌های خرید تجهیزات سالن، دچار دغدغه‌های مالی نخواهد شد. لوازم سالن باید استاندارد باشد؛ زیرا هم مانع از آسیب رسیدن به مشتری می‌گردد و هم

کیفیت ارائه خدمات بالا می‌رود. به‌طور مثال وقتی مشتری برای دریافت خدمات، روی صندلی می‌نشیند، باید به‌لحاظ فیزیکی راحت باشد و احساس امنیت کند. حتی اگر برنامه‌ریزی شما دقیق باشد، امکان دارد مشتری قبل یا بعد از خدمات، زمانی را در سالن صرف کند؛ بنابراین باید شرایطی را مهیا کنید که مشتری متوجه گذشت زمان نشود. ایجاد محیطی بهداشتی، شاد و زیبا، رضایت مشتری را به‌دنبال دارد.

- همچنین این استانداردها باید در مورد لوازم آرایشگاهی مثل لوازم آرایش، مواد رنگ، صافی و سایر خدمات لحاظ شود. در این زمینه می‌توان بهتر عمل کرد و در صورت داشتن سرمایه مالی، به سمت لاکچری شدن حرکت کرد. به‌کارگیری تجهیزاتی که با لوگو و سلیقه شما طراحی و ساخته شده‌اند می‌تواند شما از سایرین متمایز کند. در این راستا می‌توانم به برند «چشم سوم» اشاره کنم که به‌شکل تخصصی در زمینه تجهیز سالن‌های زیبایی فعالیت می‌کند. این برند متعلق به همسر، جناب آقای حسین بشیری است که نتیجه سال‌ها تجربه شخصی ایشان به همراه یک تیم حرفه‌ای طراحی و اجرا است. شما می‌توانید نمونه کارهای این برند را در فضای مجازی با نام «چشم سوم» دنبال کنید.

یکی از طرفدارترین خدمات در آرایشگاه‌های زنانه، خدمات آرایش صورت

است. کیفیت لوازم در این حوزه بسیار مهم است و آرایشگر هرگز نباید برای کاهش هزینه‌ها، لوازم ارزان قیمت خریداری کند؛ زیرا اگر تاریخ انقضاء لوازم آرایش گذشته باشد و یا کیفیت خوبی نداشته باشد، نتایج جبران‌ناپذیر خواهد داشت. با توجه به تخصص سرکارخانم لی لی رضایی در حوزه میکاپ، ایشان در تمامی دوران کاری خود از برندهای برتر و منتخب جهانی برای مشتریان خود استفاده کرده‌اند که این امر سبب کیفیت متمایز خدمات ایشان شده است. این را بدانید که کیفیت لوازم، حرف اول را می‌زند.

تمرین عملی ۱۲:

لیستی از تجهیزات حرفه‌ای که حتماً باید خریداری شود، تهیه کنید. این لیست فقط باید شامل وسایل ضروری باشد. پس از تهیه لیست نیز به مراکز خرید مراجعه کرده و بار دیگر لیست خود را چک کنید تا چیزی را فراموش نکرده باشید.

در صورتی که یک وسیله خاص ضروری نیست و مناسب بودجه شما نبود، می‌توانید از آن عکس گرفته و مدتی پس از فعالیت و کسب درآمد، آن را تهیه کنید. اگر به تازگی فعالیت خود را شروع کرده‌اید بهتر است در ابتدا وسایل موردنیاز را فقط به اندازه مصرف تهیه کرده و در آینده با توجه به نیاز و افزایش تعداد مشتری، لوازم کاربردی را اضافه کنید.

البته شرکت‌هایی که در زمینه دکوراسیون سالن‌های زیبایی فعالیت می‌کنند معمولاً مسئولیت خرید و چیدمان تجهیزات را نیز به عهده می‌گیرند. شما می‌توانید با تهیه لوازم مدرن، فضای قدیمی و تکراری آرایشگاه خود را به محیطی جذاب و دوست‌داشتنی تبدیل کنید. توصیه می‌شود از رنگ‌های روشن و شاد برای دکوراسیون آرایشگاه زنانه استفاده شود تا جذابیت و جلوه بیشتری برای مراجعین داشته باشد.

آراستگی آرایشگر

«شما می‌توانید به هر چه در زندگی می‌خواهید برسید، اگر برایش درست

لباس پوشیده باشید.» ادیت هد

داشتن یک ظاهر شیک برای موفقیت یک آرایشگر ضروری است؛ شیک‌بودن یعنی انسان با خودش هارمونی دارد. بی‌شک افرادی با لباس‌های نامناسب و ظاهری آشفته، نمی‌توانند به یک آرایشگر حرفه‌ای تبدیل شوند؛ زیرا مشتری از خود می‌پرسد آرایشگری که نمی‌تواند ظاهری مناسب داشته باشد، چگونه قرار است این کار را برای من انجام دهد.

یک خانم آرایشگر باید بیش از هر قشر دیگری در جامعه به آرایش و لباس اهمیت بدهد؛ زیرا لباس آرایشگر بازتابی از هنرش است. برخی آرایشگران معتقدند کارشان طوری است که هیچ‌گاه فرصت فکر کردن به لباس و ظاهر خود را پیدا نمی‌کنند و همواره می‌گویند کوزه‌گر از کوزه شکسته آب می‌خورد!

واقعیت این است که پوشش آرایشگر اهمیت بالایی دارد. نگاه اول مشتری در انتخاب آرایشگر اهمیت بالایی دارد؛ زیرا اولین تصویری که مشتری از آرایشگر می‌بیند لباس اوست، پیش از آن که کارش را امتحان کند.

باید در مورد آنچه که می‌پوشید فکر کنید و مجموعه‌ای از شیک‌پوشی، راحتی لباس و سادگی باشید؛ استفاده از المان‌های مد و زیبایی مدرن بر شغل شما تأثیر زیادی خواهد داشت.

اولین جزء در زیبایی ظاهری، شلوار است. اگر شلوار جین انتخاب می‌کنید حتماً باید راحت باشد. شلوار جین تنگ، مانع از آزادی حرکت شما در حین کار می‌شود. اگر فصل تابستان است به شما پیشنهاد می‌کنیم که به خنک‌بودن شلوار دقت کنید. بهتر است که شلوار خانم‌ها علاوه بر زیبایی، جیب داشته باشد. یادتان باشد که وجود جیب برای آرایشگر بسیار ضروری است.

نکته دیگر در مورد شلوار، رنگ آن است. معمولاً امپراتوری مشکی‌پوشی میان آرایشگران به صورت سنتی مرسوم است. انتخاب رنگ سیاه برای خانم آرایشگر، به ظاهر او شکلی جدی و محکم خواهد داد و این حس را به مشتری منتقل می‌کند که او در کار خود جدی است و شخصیت آرایشگر بیشتر خودنمایی می‌کند؛ اما حداقل می‌توان برای طرح لگ، از مشکی طرح‌دار استفاده کنید و یا اینکه قرار نیست رنگ جینِ عادی و یکنواختی را برگزینید.

حال به سراغ بالاتنه برویم. لباس خانم آرایشگر باید فاکتور اصلی راحتی را داشته باشد. بلوز تنگ و کوتاهی که با نشستن روی صندلی بخشی از پیراهن جابه‌جا شود یا زمان رد شدن از سیم‌های متعدد سشوار روی زمین، مشکل ایجاد شود، باعث می‌شود که دستپاچه دیده شوید. پیراهن یقه‌هفت، بسیار متداول است. پیراهن بدون آستین یا یک تاپ ساده؛ البته توجه داشته باشید که می‌توانید هنگام کار، یک تاپ ساده به تن کنید و زمان‌هایی که کار تمام می‌شود و قرار است با مشتریان و دوستان معاشرت کنید، یک کت شیک بر روی این تاپ ساده بپوشید.

از سوی دیگر، بسته به فصل و دمای محیط، پیراهن شما می‌تواند نخی، گشاد و خنک باشد یا یک بافتنی سبک، زیبا و ساده. تا اینجا از سادگی و راحتی لباس آرایشگر گفته شد؛ اما تنها راحتی و سادگی در لباس او مهم نیست.

موارد دیگری که در لباس یک خانم آرایشگر خودنمایی می‌کند، برش لباس اوست. بهترین حالت آن است که علاوه بر راحتی، برش لباس طوری باشد که اندام شما را به بهترین شکل نشان دهد. همیشه لباس باید از اندام یک فرد تبعیت کند، نه اینکه بدن انسان از لباس پیروی کند. طراحان لباس برای انتخاب طراحی‌های نوآورانه و متناسب با اندام، بهترین افراد هستند. کافی است که شما لباسی یقه‌هفت با گل‌های ریز و دستمال گردن ساده بپوشید. اگر مشتری، شما را به‌عنوان آرایشگر خود انتخاب می‌کند، لباس شما، الگوی او خواهد بود.

همچنین پوشیدن سرهمی‌های خاص و جذاب نیز این روزها مد شده که راحت، جالب و خاص است؛ همچنین نشان‌دهنده روحیه شاد شما خواهد بود. مورد بعدی کفش است. یک آرایشگر ساعت‌ها سرپا می‌ایستد و کفش او باید بسیار راحت باشد تا در این مدت دچار خستگی نشود. کفش راحت به آرایشگر امکان حرکت بیشتر را خواهد داد و پوشیدن کفش پاشنه‌بلند نوعی خودکشی خواهد بود. پس کفش پاشنه‌بلند را به کلی فراموش کنید.

در خصوص آرایش مو، خانم‌های آرایشگر اغلب موهای خود را بالای سر جمع می‌کنند و زیبایی و سادگی موهایشان را به رخ می‌کشند. شما می‌توانید در هر نوبت، مدل‌های جذاب، ساده و متفاوتی را روی موهای خود اجرا کنید تا علاوه بر تنوع، چشم‌نواز باشید.

«لباسی که می‌پوشید به اطرافیان، سرنخ‌هایی در مورد شخصیت شما

خواهد داد.» مارک جاکوبز

گفتگوی سیزدهم:

- خانم رضایی توصیه شما برای ظاهر و استایل یک آرایشگر چیست و اینکه شما برای تحقق این امر چه مواردی را در سالن خود رعایت کرده‌اید؟
یک خانم آرایشگر باید استایلی شیک، کلاسیک و به‌روز داشته باشد تا بتواند اعتماد و نظر مساعد اکثر مشتریان را جلب کند. معمولاً مشتری به سالن زیبایی

آرایشگری که خودش آرایش مو و چهره پیراسته‌ای ندارد مراجعه نخواهد کرد. در همین راستا در مجموعه سالن‌های زیبایی لی لی رضایی، پرسنل باید ظاهری آراسته، مرتب و مطابق با استانداردهای تعریف‌شده در سالن داشته باشند. در حال حاضر پرسنل در کلیه سالن‌ها، لباس فرم دارند که توسط یک طراح لباس حرفه‌ای و مشهور، طراحی و با کیفیت عالی دوخته شده‌اند که سه گروه مدیریت، امور دفتری و خدمات را شامل می‌شود. اجرا و کنترل دقیق این موارد به عهده مدیریت داخلی سالن می‌باشد. به دلیل اینکه پرسنل، مزین به اخلاق حرفه‌ای هستند، برای رعایت این موارد پذیرا می‌باشند.

ظاهر آراسته شما و کارکنان نه تنها باعث تأثیرگذاری و جذب مشتری می‌شود، بلکه تأثیر بسیار قوی روی اعتماد به نفس مجموعه دارد. مراجعه به آرایشگاهی که تمامی پرسنل آن، لباس‌هایی با شکل، جنس و رنگ متفاوت پوشیده‌اند و به ظاهر خود اهمیتی نمی‌دهند، در ذهن مشتری، تصویر بدی برجای می‌گذارد؛ اما آرایشگاهی که تمامی پرسنل، لباس متحد و هماهنگی پوشیده‌اند، حس خوبی را به مشتری القاء می‌کند. اکثر آرایشگران برتر و موفق، شناخت خوبی از هنرمندان و طراحان لباس خیره دارند. خانم رضایی نیز از این قاعده مستثنی نیستند. اجرای این تکنیک بسیار ساده و کاربردی توسط خانم رضایی تأثیر زیادی در موفقیت ایشان در صنعت زیبایی و جذب بالای مشتری

داشته است. رعایت این موارد می‌تواند شما را به یک آرایشگر حرفه‌ای و موفق تبدیل کند. اگر نمی‌توانید در این حرفه، بهتر عمل کنید، مهم نیست؛ کافی است که بهتر لباس بپوشید.

تمرین عملی ۱۳:

در اولین فرصت با یک طراح مد و زیبایی مذاکره کنید و از او بخواهید تا در این زمینه، شما را راهنمایی کند؛ زیرا هنگامی که لباس فرمی در کار نباشد، تشخیص مشتری و آرایشگر در سالن‌های زنانه بسیار سخت و گاهی ناشدنی است. باید هنگام انتخاب لباس فرم به این موارد توجه کنید: رنگ، جنس، مدل. اگر سالن زیبایی شما به اندازه‌ای بزرگ است که در هر بخش چندین نفر فعالیت می‌کنند، می‌توانید فرم‌های پرسنل هر بخش را متفاوت انتخاب کنید تا مشخص باشد این فرد در کدام بخش فعالیت می‌کند. اگر رنگی روشن برای لباس‌های پرسنل انتخاب کرده‌اید می‌توانید از همین طیف رنگی برای بخش‌های دیگر نیز استفاده کنید.

به‌طور مثال اگر بخش شینیون به رنگ قرمز روشن است، برای بخش کار با مواد از رنگ قرمز تیره استفاده کنید. با توجه به رنگ‌های مورد استفاده در دکوراسیون آرایشگاه نیز می‌توانید رنگ لباس را انتخاب کنید. جنس لباس‌ها حتماً قابل شستشو و باکیفیت باشد. رضایت پرسنل نیز بسیار مهم است؛ زیرا

آن‌ها باید لباس را در طول روز بپوشند و اگر مورد پسندشان نباشد، بسیار آزاردهنده است. حتماً قبل از سفارش و طراحی لباس فرم، با پرسنل خود مشورت کنید.

برگ برنده حرفه‌ای‌ها

«به هر کسی که می‌خواهد موفق شود می‌گوییم که اخلاق نیکو را در خودت پرورش بده.» البر هودبرد

یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت یک آرایشگر، طرز برخورد او با مشتری است. یک آرایشگر حرفه‌ای، مانند حرفه‌ای‌ها رفتار می‌کند. در واقع مشتریان بیشتر به اخلاق آرایشگر اهمیت می‌دهند تا خدمات او. اگر شما طرز برخورد درست با مشتری را بدانید، مشتری را متعهد به کسب‌وکار خود کرده‌اید و اگر این تعهد در کنار یک کار حرفه‌ای قرار بگیرد، می‌تواند مشتریان زیادی را برای شما جذب کند.

تنها طرز رفتار درست با مشتری نمی‌تواند شما را به یک آرایشگر حرفه‌ای تبدیل کند، بلکه رفتار شما با همکاران، پرسنل و رقبایان نیز در رفتار حرفه‌ای شما بسیار تأثیرگذار است. زمانی که پشت سر همکاران یا مدیر سالن صحبت می‌کنید، زمینه بی‌اعتمادی مشتری را نسبت به خودتان فراهم می‌نمایید؛ زیرا مشتری می‌پندارد شما احتمالاً پشت سر او نیز بدگویی خواهید کرد.

از ابتدای ورود مشتری به سالن تا زمانی که او را بدرقه می‌کنید، می‌بایست همواره برای او احساسات مثبت و آرامش ایجاد کنید. هنگامی که مشتری وارد سالن می‌شود، باید متوجه تغییرات این سالن با دیگر سالن‌های زیبایی شود. با توجه به امکانات و سلیقه خود، حس خوبی برای مشتری خلق کنید و در ایجاد فضایی منحصر به فرد از خلاقیت خود بهره ببرید. شما می‌توانید ورودی سالن را با شمع، گل و عود متمایز کنید؛ مشتری با مشاهده این کارهای کوچک، حس خوبی نسبت به سالن شما خواهد داشت.

با مشتری خود، روابط طولانی‌مدت ایجاد نمایید؛ زیرا تمام موفقیت شما در امروز و در ادامه دوران شغلی، بر اساس کیفیت روابطتان با دیگران خواهد بود. به دلیل پیچیدگی خدمات آرایشگری، مشتریان معمولاً قادر نیستند تا درباره آنچه که انجام می‌دهید قضاوت دقیقی داشته باشند. آن‌ها برای تصمیم‌گیری ناچارند تا به شما و ادعاهایتان اعتماد کنند. امروزه برای بیشتر مشتریان، ارتباط اولویت دارد و نسبت به خدمات اهمیت بیشتری دارد. خدمات همیشگی در اثر ارتباط خوب رقم می‌خورد. فروش خدمات شامل ۴ مرحله است که این مراحل، مدل ارتباطات فروش نام دارد. اولین مرحله که حدود ۴۰ درصد از فروش را شامل می‌شود، ایجاد و توسعه اعتماد مشتری است. بهترین راه برای انجام این کار، پرسیدن سؤالات خوب از مشتری و به دقت گوش سپردن به پاسخ‌های اوست.

مرحله دوم از فروش که ۳۰ درصد از این پروسه را شامل می‌شود، تمرکز بر خواسته‌های مشتری است. استفان کووی می‌گوید: «اول تلاش کنید تا بفهمید؛ سپس تلاش کنید تا شما را بفهمند». با سؤال پرسیدن و تلاش برای فهمیدن اینکه چگونه خدمات شما می‌تواند به مشتری کمک کند، اعتماد او به شما افزایش می‌یابد. در اینجا مرحله سوم یعنی مرحله ارائه راهکارها آغاز می‌گردد که شامل ۲۰ درصد از مدل ارتباطات فروش می‌باشد. در این قسمت به مشتری نشان می‌دهید چگونه با آنچه که ارائه می‌دهید، می‌تواند عملکرد بهتری داشته باشد. به دقت نیازهای مشتری را با مزایا و ویژگی‌های خدمات خود مطابقت دهید. در مرحله چهارم که ۱۰ درصد باقی‌مانده را شامل می‌شود، از مشتری بخواهید تا تأیید کند که آیا خدمات شما نیازهای او را برآورده می‌سازد یا نه؟! از مشتری بخواهید که تصمیم خود را بگیرد و فروش را تمام کنید.

مدل ارتباطات فروش بر اساس اعتماد بنا شده است. با پرسیدن سؤال درباره نیازهای مشتری و سپس با مشتاقانه گوش دادن به پاسخ‌های او اعتماد را افزایش دهید. هرچه سؤال بیشتری بپرسید و با دقت گوش دهید، اعتماد مشتری افزایش می‌یابد. وقتی به نقطه‌ای برسید که اعتماد کافی را جلب کرده‌اید، می‌توانید تشخیص دهید که آیا این مشتری می‌تواند گزینه مناسبی برای فروش خدمات شما باشد یا نه؟!.

بهترین آرایشگران، آن‌هایی هستند که کارشناس ارتباطاتند. آرایشگران برتر، پیش از اینکه درباره خدمات خود صحبت کنند، تمام تمرکز خود را بر روی ارتباط با مشتری قرار می‌دهند؛ بنابراین درآمد بیشتری نسبت به سایر آرایشگران دارند.

«۸۵ درصد شادی و موفقیت شما در زندگی توسط کیفیت روابطتان با

دیگران تعیین می‌گردد.» برایان تریسی

گفتگوی چهاردهم:

- خانم رضایی با توجه به موفقیت شما در ارتباط با مشتریان، اخلاق و نحوه ارتباط یک آرایشگر را چقدر در پیشرفت او مؤثر می‌دانید؟

شغل آرایشگری نیاز به تحصیلات آکادمیک ندارد؛ اما داشتن مهارت‌های لازم و هوش ارتباطی الزامی است. همچنین اگر کسی، تیپ شخصیتی مناسب این شغل را داشته باشد، میزان موفقیت و رضایت شغلی او تا حد زیادی افزایش می‌یابد.

یک آرایشگر باید دارای شخصیت جذابی باشد. همچنین توانایی ایجاد ارتباط و انتقال حس امنیت و آرامش به مشتری را داشته باشد؛ به گونه‌ای که مشتری بدون استرس خودش را به دست‌های توانای او بسپارد. هنگامی که یک آرایشگر در پایان کار، رضایت مشتری را در چهره‌اش می‌بیند، انرژی و انگیزه مضافی برای ادامه فعالیت در این حوزه را پیدا می‌کند.

به‌طور مثال عروس خانمی را در نظر بگیرید که با پشت سر گذاشتن حداقل یک هفته ناآرام، در صبح روز مراسم عروسی، با چهره‌ای مضطرب روی صندلی نشسته است. به نظرم مهم‌ترین بخش این کار، آرام کردن عروس است. با یک لبخند و یک جمله زیبا می‌توانید روز او را آسان‌تر کنید و به او یادآوری کنید که فقط باید از تمام این لحظات لذت ببرد و این اطمینان را بدهید که حتماً از نتیجه راضی خواهد بود. بی‌شک انجام میکاپ بر روی یک چهره با عضلات ریلکس و آرام، راحت‌تر از کار روی چهره‌ای با عضلات منقبض و مضطرب خواهد بود. این یک معامله برد-برد است.

امروزه مدیریت ارتباط با مشتری به‌خاطر افزایش رقابت، بلوغ مشتریان و پیشرفت سریع تکنولوژی، بسیار مورد توجه قرار گرفته است. مدیریت ارتباط با مشتری یک استراتژی کلیدی در صنعت زیبایی محسوب می‌شود، طوری که یک آرایشگاه برای ماندگاری، نیازمند تمرکز بر نیازهای مشتریان می‌باشد. ۹۰ درصد انتخاب مشتری به نحوه برخورد و ارتباط پرسنل سالن با او بستگی دارد؛ بنابراین باید توجه زیادی روی نحوه برخورد و معاشرت خود با مشتریان داشته باشید و روی آن کار کنید. باید آداب و رفتار پرسنل در دل مشتری نفوذ کند. در این صورت حتی اگر خدمات شما به‌اندازه لازم خوب نباشد، به‌خاطر رفتارتان، مشتری بازهم رضایت کافی را دارد.

خانم لی لی رضایی از تمام توان مجموعه خود برای کسب رضایت مشتری استفاده کرده‌اند تا با حفظ مشتریان فعلی، اقدامی در جهت جذب مشتریان جدید داشته باشند. روند افزایشی رقابت و کاهش وفاداری مشتریان باعث شده است تا سالن‌های زیبایی به جای خدمات محور به مشتری محور تمایل پیدا کنند که این امر در مجموعه سالن‌های زیبایی ایشان کاملاً رعایت شده است. باید بر روی نیازهای مشتری تمرکز بیشتری شود تا ویژگی خدمات ارائه شده در آرایشگاه.

تمرین عملی ۱۴:

بیش از هر چیز دیگری بر روی ارتباطات تمرکز کنید. نکات زیادی می‌تواند به مدیریت ارتباط با مشتری در سالن‌های زیبایی کمک کند. وقتی که از نیازهای مشتری آگاه شدید، باید درباره خدماتی که قرار است برای او انجام دهید صحبت کنید. وقتی که ارتباط مشتری با شما قوی شد، فروش خودبه‌خود صورت می‌گیرد. هنگام مشاوره با مشتری برای انجام خدمات، هرگز نباید بالای سر مشتری بایستید و با نگاه از بالا به پایین به او مشاوره دهید. باید با مشتری هم‌سطح باشید تا ارتباط دوستانه و قابل اعتمادی بین شما شکل بگیرد. اگر مشتری نشسته است، شما نیز بنشینید و اگر ایستاده است او را دعوت به نشستن کنید تا ارتباط چشمی مناسبی بین شما برقرار شود و صحبت‌هایتان برای او قابل درک باشد. نشستن در کنار مشتری به منظور مشاوره و توصیه، حس صمیمیت، دلگرمی و توجه را به وی انتقال می‌دهد.

در ارتباط با مشتری، رفتارهای کوچک می‌تواند عواقب بزرگی را به دنبال داشته باشد، مثلاً فریاد زدن در محیط سالن یا صحبت کردن با صدای بلند به گونه‌ای که کل آرایشگاه، صدایتان را بشنوند. گاهی ممکن است صدای دستبند یا انگویی که شما در دست دارید در گوش مشتری آزاردهنده باشد.

هرگز نباید در حضور مشتری، پشت سر همکاران خود بدگویی کنید؛ زیرا این کار باعث سلب اعتماد مشتری می‌گردد. در برخی از مواقع مشتری به صحبت کردن یا کنکاش در مورد همکاران شما علاقه دارد و یا به دلیل ناراضی بودن از خدمات همکاران، شروع به ایراد گرفتن از او می‌کند؛ در این موقعیت بهترین واکنش این است که وارد بازی مشتری نشوید و اجازه بدگویی در مورد همکاران را به وی ندهید.

از آن دسته آرایشگرانی نباشید که برخورد بدی با کارکنان خود دارد. این امور ممکن است باعث استرس مشتری شود.

هرگز هنگام کار از موبایل‌تان استفاده نکنید و آن را دور از دسترس خود قرار دهید. بهتر است پیغام‌ها و تماس‌ها را در زمان استراحت جواب دهید. در حین انجام خدمات، با مشتری ارتباط برقرار کنید و از او در مورد علاقه‌مندی‌ها و سرگرمی‌هایش سؤال پرسید.

به دلیل مجاورت زیاد آرایشگر با مشتری، بوی بد دهان یا بدن می‌تواند بسیار

آزاردهنده باشد. شما می‌بایست قبل از ارائه خدمات به مشتری حتماً دوش گرفته و خوشبو باشید و از تاثیر مثبت عطرهایی با رایحه ملایم هرگز غافل نشوید. همچنین می‌بایست در کنار رعایت نظافت شخصی، به تغذیه خود اهمیت دهید و از خوردن ادویه‌های زیاد، سیر، پیاز و سیگار کشیدن پرهیز کنید؛ زیرا این مسئله سریعاً موجب از دست دادن مشتری می‌شود.

خواننده گرامی! این موارد تنها بخشی از آموزش‌های تخصصی ما در موسسه دنیای تحول می‌باشد. برای آگاهی بیشتر می‌توانید به سایت دنیای تحول به آدرس www.dtahavol.com مراجعه نمایید تا با تهیه پکیج صوتی-آموزشی با عنوان «ارتباط مؤثر» شیوه‌های کاربردی ارتباطات را فرا گرفته و در شغل‌تان استفاده نمایید. شرکت‌کنندگان در این دوره با پیگیری و اجرای آموزش‌ها، نتایج درخشانی کسب کرده‌اند.

ویترین سالن!

«قدرت تیم به توانایی‌های هر فرد وابسته است و قدرت هر فرد به تیمش

بستگی دارد.» فیل جکسون

یکی از دلایل بسیار مهم در موفقیت یک آرایشگر این است که اگر قرار است از پرسنل استفاده کند، باید حرفه‌ای‌ها را گلچین کند. شما به‌عنوان یک آرایشگر حرفه‌ای باید در استخدام و همکاری با آرایشگران، وسواس داشته باشید

تا کیفیت کار پرسنل، اعتبار و کار شما را زیر سؤال نبرد؛ چون بسیاری از مردم همه تیم کاری شما را به یک چشم خواهند دید.

اگر پرسنل شما افرادی مبتدی باشند و خدمات مشتری را به خوبی انجام ندهند، طوری به نظر می‌رسد که گویی شما کار مشتری را خراب کرده‌اید؛ زیرا مشتری به شما اعتماد کرده است نه پرسنلتان. پس در انتخاب پرسنل، باید بسیار دقت داشته باشید. در کشف این موارد می‌توانید از همکاران سالن و مشتریان دائمی نیز تحقیق کنید.

پس از استخدام و همکاری با حرفه‌ای‌ها باید برای آن‌ها ارزش قائل شوید. تفاوت یک آرایشگر موفق با آرایشگرانی که شکست خورده‌اند، طرز برخوردشان با پرسنلشان بوده است. پرسنل ویتترین سالن شما هستند و اگر به هر دلیلی ضعیف عمل کنند، شما زیر سؤال می‌روید. به این نکته مهم دقت داشته باشید که وقتی با پرسنل خود به خوبی برخورد کنید، آن‌ها را به کارشان متعهد می‌سازید و این باعث می‌شود آن‌ها طوری کار کنند که باعث موفقیت کسب و کار شما شوند.

اگر می‌خواهید به موفقیت برسید باید مانند یک رهبر عمل کنید. باید مشکلات پرسنل را مشکلات خود بدانید و برای حل آن بکوشید تا پرسنل بتوانند با تمام توان کار کنند. مثلاً در زمان شلوغی سالن به جای اینکه پرسنل

خسته را موظف به تمیز کردن سالن کنید، خودتان این کار را انجام دهید یا هنگامی که برای یکی از پرسنل مشکلی به وجود می‌آید، وظایف او را به عهده بگیرید.

حمایت از پرسنل به منظور ارتقاء سطح توانایی‌هایشان یکی از مشخصه‌های اصلی یک آرایشگر حرفه‌ای، آگاه و موفق است. یک مدیر خوب می‌داند که رشد و توسعه تیمش در نهایت موجب رشد کسب‌وکار خودش می‌شود؛ پس باید برای به‌روز کردن پرسنل سالن، برنامه‌ریزی و پیگیری مداوم داشته باشید و آن‌ها را به گذراندن دوره‌های آموزشی تشویق نمایید.

همچنین شما باید در قبال تیم کاری خود متعهد باشید و نباید هرگاه تمایل داشتید پرسنل سالن را با دیگری جایگزین کنید. دلیل شکست اکثر کسب‌وکارها همین موضوع است. پرسنلی که سال‌ها در یک سالن زیبایی فعالیت داشته‌اند و خلق و خویی مشابه شما دارند، سرمایه‌های اصلی‌تان هستند که از دست‌دادن آن‌ها یعنی شکست قطعی در کسب‌وکار. مطمئن باشید اگر رقیبتان آگاه باشد، نیرویی که شما به اشتباه تعویض کرده‌اید را به سرعت جذب می‌کند و به صورت رایگان از ماحصل تلاش‌های چندین ساله شما برای آموزش این پرسنل استفاده می‌کند.

یکی دیگر از مواردی که در سالن زیبایی باید در نظر داشته باشید، تفکیک

خدمات مختلف سالن زیبایی بر اساس تخصص و توانایی پرسنل است. این کار باعث می‌شود تا حداکثر کیفیت در ارائه خدمات برای مشتریان به ارمغان آید و در مصرف مواد، صرفه‌جویی شود. نباید به گونه‌ای عمل کنید که یک پرسنل، خدمات زیادی را انجام دهد.

«مدیر خوب کسی است که نگران حرفه افرادی است که برای او کار

می‌کنند، نه حرفه خودش.» اچ.ام برنز

گفتگوی پانزدهم:

- خانم رضایی نقش شما به عنوان یک آرایشگر و مدیر باتجربه در توسعه کاری پرسنلتان چیست؟

- در این رابطه، آموزش‌های عمومی وجود دارد که شامل تمامی پرسنل امور دفتری و کادر خدمات می‌شود. به طور مثال نحوه ارتباط گرفتن با مشتری، پوشش مناسب و ظاهر آراسته که طی چند جلسه آموزش داده می‌شود. اجرا و رعایت موارد ذکر شده، به طور مستقیم با مدیریت داخلی سالن و به طور غیرمستقیم با مدیریت سیستم، نظارت و پیگیری می‌شوند.

تشویق پرسنل، حرف اول را می‌زند و در صورت لزوم تنبیه و بازخواست که گاهی بسیار کم است.

پشتیبانی روحی و روانی پرسنل، کمک شایانی به افزایش بهره‌وری آن‌ها

می‌کند. وقتی پرسنل مطمئن باشند که در لحظات سخت، حامی و پشتوانه‌ای دارند، برای موفقیتِ برندی که بخشی از آن محسوب می‌شوند صمیمانه کار می‌کنند و موفقیت سالن را موفقیت خویش می‌دانند. مواردی بوده است که پرسنل در مجموعه ما درخشیدند و جزء برترین‌های رشته کاری خود بودند؛ اما بعد از جدایی از این تیم، نتوانستند موقعیت خود را بین سایر رقبا حفظ کنند، به تدریج سیر نزولی را طی کردند و چه بسا مجبور به کنار گذاشتن حرفه خود شدند.

- خانم رضایی معیار شما برای انتخاب تیم کاری و پرسنلتان چه بوده و برای استخدام پرسنل چه پیشنهادی دارید؟

- چند مولفه مهم در این رابطه برای من مورد توجه است که سعی می‌کنم انتخابم بر اساس این موارد باشد:

۱. توانایی ایجاد ارتباط با مشتری، داشتن انرژی مثبت و انتقال آن به

مشتری

۲. تسلط در حوزه تخصصی و تلاش مستمر برای به‌روز بودن

۳. داشتن اخلاق کاری حرفه‌ای

خانم رضایی با استخدام پرسنل باکیفیت و تشویق آن‌ها به کارگروهی توانستند به‌عنوان یکی از آرایشگاه‌های برتر ایران معرفی شوند. هنرمند عزیز!

پس از استخدام پرسنل مناسب، باید در نگه داشتن آن‌ها تلاش کنید. به محض اینکه مشکلی بین پرسنل پیش آمد حتماً به آن رسیدگی کنید. اگر شما هزینه‌های سنگینی بابت اجاره سالن و تبلیغات و سایر موارد صرف می‌کنید، در عوض نیروهای کاری شما از جان و توان خود مایه می‌گذارند. فراموش نکنید اگر نیروی کاری شما، آرایشگاه را ترک کند، قطعاً مشتریان زیادی را ازدست خواهید داد. سعی کنید پرسنل را شاد و راضی نگه‌دارید؛ زیرا این کار مزایای زیادی برای شما خواهد داشت.

تمرین عملی ۱۵:

در استخدام پرسنل جدید عجله نکنید. بررسی مهارت، میزان تحصیلات، سابقه شغلی و توانایی افرادی که قرار است در آینده برای شما کار کنند قطعاً نیازمند زمان است. برخی از صاحبان آرایشگاه، بدون امتحان و خیلی زود به پرسنل جدید اعتماد می‌کنند و برای خود دردسر درست می‌کنند. بهتر است قبل از استخدام یک آرایشگر، از او نمونه کار بخواهید. همیشه از افرادی که برای کار به آرایشگاه شما مراجعه می‌کنند نمونه کار بخواهید. اگر مدلی نداشته باشند، می‌توانند یکی از آرایشگرهای شما را برای مدل انتخاب کنند تا کیفیت کار آن‌ها را ببینید. عاقلانه‌ترین کار این است که افراد در یک دوره آزمایشی به مدت یک تا دو هفته در سالن شما فعالیت کنند و در صورت رضایت، با عقد قرارداد استخدام شوند.

در رابطه با توسعه پرسنل سالن زیبایی خود نیز می‌توانید موارد زیر را انجام

دهید:

۱. آموزش‌هایی تخصصی برای آن‌ها در نظر بگیرید تا در کار خود حرفه‌ای باشند.

۲. علاوه بر آموزش‌های تخصصی، ارتباط مؤثر با مشتری را به پرسنلتان آموزش دهید تا بتوانند ارتباط بهتری با مشتریان برقرار سازند. آموزش فن بیان، شخصیت‌شناسی مشتری و نحوه ارتباط با مشتریان ناراضی بسیار مهم است.

۳. توانایی‌ها و پیشرفت پرسنل را ببینید و از آن تعریف کنید تا اشتیاق به پیشرفت و انجام کار در آن‌ها بهتر و بیشتر شود.

برای کسب اطلاعات بیشتر، می‌توانید آموزش‌های مدیریت، استخدام، اخراج، قرارداد، انگیزش کارکنان و سیستم‌سازی را در سایت دنیای تحول به آدرس www.dtahavol.com دنبال کنید.

از مشتری‌شناسی تا مشتری‌مداری

«مشتری مهم‌ترین ناظر بر فعالیت‌های ماست؛ او به ما وابسته نیست، ما

به او وابسته هستیم.» مهاتما گاندی

اگر در آرایشگری موفقیت‌چندانی کسب نکرده‌اید و احساس می‌کنید در این

شغل چهره نبوده‌اید، میدان بازی را ترک نکنید. شما وارد مسابقه‌ای شده‌اید که کافی است قواعد بازی را یاد بگیرید.

مشتری، ضامن بقای آرایشگر است و حیات کار شما به او وابسته است. حفظ مشتری، سخت‌ترین جزء توسعه کسب‌وکار است. مهم‌ترین مسئله در دنیای آرایشگری، شناخت مشتری و مشتری‌مداری است. کوچک‌ترین غفلت از جانب آرایشگر ممکن است به نارضایتی مشتری و قطع ارتباط او منجر شود. نارضایتی باعث می‌شود که مشتری به سمت رقبا جذب شود. آرایشگاه‌هایی که نیازهای مشتری و کیفیت خدمات را جزء اولویت‌های خود قرار داده‌اند، در عرصه رقابت موفق‌تر هستند.

آرایشگران به‌نوعی فروشندگان هنر خود هستند؛ بنابراین باید از تکنیک‌های بازاریابی و فروشندگی آگاهی داشته باشند. یک آرایشگر موفق، از تیپ مشتریان خود آگاهی دارد و می‌داند در هر موقعیتی با مشتری خود چگونه رفتار کند. به‌طور مثال نحوه خدمات‌رسانی مؤثر به مشتریان تندخو و عصبانی چگونه باید باشد؟ با مشتریانی که در هنگام مشاوره از ثبات چندانی برخوردار نیستند و به‌راحتی از سردی به گرمی تغییر رفتار می‌دهند، چگونه باید رفتار کرد؟ مشتریانی که هرچه برایشان تعریف می‌کنید، در ظاهر موافق هستند؛ ولی ناگهان نظرشان تغییر می‌کند.

از چه روشی می‌توان شک برخی مشتریان را برطرف و اطمینان آن‌ها را جلب کرد؟ حتماً تاکنون با مشتریانی که فقط سؤال می‌کنند برخورد کرده‌اید. آرایشگر ضمن اینکه باید حوصله زیادی داشته باشد، لازم است تکنیک‌های فروش به این تیپ افراد را نیز آموزش ببیند و بداند که زیربنای شخصیتی این تیپ مشتریان، ترس است.

درباره کدام تیپ از مشتریان می‌توان با خوش‌رویی و طنزگویی، فروش مؤثری را خلق کرد؟ یک آرایشگر موفق باید خود را به «رفتارشناسی مشتری» مسلح کند. آنچه تاکنون برای ارائه خدمات مؤثر بوده است، دیگر نمی‌تواند برای پیشبرد خدمات در آینده موفقیت‌آمیز باشد.

اگر نگاهی به اطراف بیندازید، انسان‌هایی را مشاهده خواهید کرد که از نظر رفتار با هم متفاوت هستند. همکاران و کسانی را خواهید یافت که از نظر اخلاقی کمتر شبیه به یکدیگر هستند و رفتارهای متفاوتی دارند؛ اما با آن‌ها سروکار دارید و یا در آینده ارتباط خواهید داشت. واقعیت این است که تا شناخت دقیقی از شخصیت مشتریان خود نداشته باشید، بسیار سخت و تا حدی غیرممکن است که بتوانید در آینده به آن‌ها خدماتی را ارائه دهید.

خلاصه‌ای از تیپ‌های شخصیتی به این شرح است:

تیپ ۱: عالی‌طلب: این تیپ مشتریان، عصبانی و در عین حال بسیار منظم هستند.

- تیپ ۲: مهرطلب: این تیپ مشتریان دارای حس دلسوزی هستند و حتی دوست دارند به آرایشگر خود کمک کنند. به طور مثال ممکن است با وجود اینکه به خدماتی نیاز نداشته باشند، آن را دریافت کنند.
- تیپ ۳: ریاست طلب: این تیپ مشتریان مثل یک مدیر رفتار می کنند و فوق العاده شهرت طلب هستند.
- تیپ ۴: هنر طلب: این تیپ مشتریان، کم حرف و بسیار بی حوصله هستند.
- تیپ ۵: دانش طلب: این تیپ مشتریان، برای دریافت خدمات، زیاد فکر می کنند و بسیار به عدد و رقم توجه می کنند. آن ها به سختی آرایشگر را می پذیرند و زیاد سؤال می کنند.
- تیپ ۶: عدالت طلب: این تیپ مشتریان، تردید زیادی در دریافت خدمات دارند؛ اما اگر به آرایشگر اعتماد پیدا کنند، وفادار می مانند.
- تیپ ۷: تنوع طلب: این تیپ مشتریان، بسیار خوش زبان و خوش خلق هستند؛ اما رفتارشان از ثبات چندانی برخوردار نیست.
- تیپ ۸: قدرت طلب: این تیپ مشتریان، بسیار خشمگین، محکم و قاطع هستند و از موضع قدرت با آرایشگر صحبت می کنند.
- تیپ ۹: صلح طلب: این تیپ مشتریان، بسیار راحت و خونسرد با آرایشگر برخورد می کنند و انسان های منصفی هستند.

بقای کسب و کار آرایشگران، مدیون وجود ارزشمند مشتریان است. مشتریان به سالن‌هایی مراجعه می‌کنند که بتوانند همراه خدمات، احترام و لذت را به آن‌ها هدیه دهند و این امر با شناخت دقیق تیپ شخصیتی مشتری ممکن خواهد شد.

بهره‌گیری از علم بازاریابی، هرگز به تنهایی نمی‌تواند اساس موفقیت شما در دنیای تجارت امروزی باشد. شما باید ضمن بالابردن دانش بازاریابی خود، از علوم دیگری مانند روانشناسی، ارتباطات و متقاعدسازی مشتری بهره بگیرید. با رعایت این امر نوعی قدرت جادویی در ارائه خدمات کسب می‌کنید که شما را به سمت عملکردهای عالی در فروش سوق می‌دهد. در ادامه با چند استراتژی در رابطه با مشتری‌مداری و متقاعدسازی مشتریان آشنا می‌شوید.

۱. نگاه کردن به خدمات خود از دید مشتری

همیشه این سؤال را از خود بپرسید که آیا مشتری از خدمات شما راضی بوده است؟ برای اینکه یک آرایشگر موفق باشید، باید مطمئن شوید در محیطی هستید که به شما الهام می‌بخشد، آموزش می‌دهد، با مشتری همدلی می‌کند و با آن‌ها تجربه‌های برتر را خلق می‌کند.

۲. ارزش قائل شدن برای وقت خود و مشتری

بی‌شک تاکنون با افرادی زیادی برخورد کرده‌اید که زمان برای آن‌ها ارزش زیادی

ندارد و خیلی دیر به امور می‌پردازند؛ اگر شما نیز این اخلاق را دارید، یا فکر این شغل را از سر خود بیرون کنید و یا عادت خود را اصلاح کنید.

فراموش نکنید که معطل کردن مشتری به منزله توهین به اوست و کار حرفه‌ای نیز توهین به مشتری را نمی‌پذیرد. به بیان ساده‌تر، اگر ماهرترین آرایشگر دنیا هم باشید ولی برای وقت مشتری ارزش قائل نباشید، مشتری هرگز شما را انتخاب نخواهد کرد.

۳. برخورد قاطعانه

در مطالب گذشته در مورد ارزش وقت مشتری گفته شد؛ ولی آیا وقت خود آرایشگر نیز دارای ارزش است؟ پاسخ مثبت است، وقت آرایشگر نیز بسیار مهم است؛ زیرا تأخیر مشتری، نه تنها روی آرایشگر تاثیرگذار است، بلکه باعث تداخل در زمان بندی سایر مشتریان می‌گردد و نوعی توهین به ارزش و زمان آن‌ها محسوب می‌شود. این مشکل برای آرایشگری که می‌خواهد به موفقیت برسد، قابل قبول نیست.

برای حل این مسئله از مشتری بخواهید که سر وقت در سالن حاضر شود. اگر نمی‌تواند در زمان مشخصی مراجعه نماید، باید از قبل، شما را در جریان این کار قرار دهد تا برای این زمان کنسل شده، برنامه‌ریزی کنید. این کار باعث می‌شود تا هم مشتری معطل نشود و هم کار شما دچار مشکل نشود.

۴. تعهد در قبال نظر مشتریان

یک اصل مهم در نظام مدیریت سالن‌های زیبایی توجه به نظر، انتقاد و اعتراض مشتریان است؛ زیرا این حس را به مشتری منتقل می‌کند که آرایشگر به او احترام می‌گذارد و تنها به دنبال درآمدزایی از طریق مشتری نیست.

۵. جلب رضایت مشتریان

یکی از مهم‌ترین وظایف یک آرایشگر، کسب اعتماد و رضایت مشتریان است؛ طوری که آن‌ها تبدیل به مشتریان وفادار و همیشگی سالن شوند. این امر به توانایی‌های شخصیتی و مدیریتی آرایشگر بستگی دارد.

۶. القاء حس پشیمانی در صورت عدم دریافت خدمات

یکی از بهترین روش‌های مؤثر برای متقاعدسازی مشتریان این است که حسی را به مشتری منتقل کنیم که اگر این خدمات را دریافت نکند، زندگی کاملی نخواهد داشت و کارش بدون انجام این خدمات، ناتمام می‌ماند. القاء حس ترس و پشیمانی به مشتری باعث می‌شود که او در اولین فرصت از خدماتتان استفاده کند.

به‌طور مثال بیان این جمله که اگر شما ساعت هوشمند نداشته باشید از بقیه افراد جامعه عقب می‌مانید و نمی‌توانید از قابلیت‌های این محصول خارق‌العاده استفاده کنید، باعث می‌شود که مشتری، ترس از دست دادن داشته باشد. با اینکه حتی شاید به داشتن آن نیازی ندارد؛ ولی بازهم برای خرید اقدام می‌کند.

۷. فوق العاده نشان دادن خدمات

یکی از بهترین تکنیک‌های متقاعدسازی مشتری، خاص نشان دادن خدمات است که فرد را به سرعت ملزم به خرید می‌کند. باید طوری از خدمات خود تعریف کنید که مشتری، تشنه دریافت خدمات شود؛ در حالی که می‌دانید خدماتتان به اندازه‌ای هم که نشان می‌دهید، برای مشتری خارق العاده نیستند.

۸. بازی با ذهن مشتری از طریق قیمت خدمات

راهکار اول:

بازی کردن با ذهن مشتری نیز یکی از بهترین راهکارهای متقاعدسازی است که به شما کمک می‌کند قیمت خدمات خود را به شکلی نمایش دهید که مشتری، قیمت پیشنهادی شما را برای خدمات عالی دانسته و در انتخاب خود شک نکند. تاکنون قیمت‌هایی مانند ۴۹۹ هزار تومان یا قیمت‌هایی از این قبیل را دیده‌اید. در واقع قیمت ۴۹۹ هزار تومان با ۵۰۰ هزار تومان هیچ فرقی ندارد؛ اما در ظاهر و در مواجهه با ذهن، این قیمت خیلی کمتر از ۵۰۰ هزار تومان بوده و بیشتر به ۴۰۰ هزار تومان نزدیک است.

راهکار دوم:

دومین حالت، حذف صفر از قیمت‌ها است. زمانی که تعداد صفرهای یک خدمات زیاد می‌شود، مشتری با دیدن آن قیمت، بدون هیچ فکری به سراغ

خدمات بعدی می‌رود؛ ولی وقتی شما صفرها را حذف می‌کنید مشتری برای مشاهده ویژگی خدمات شما جذب می‌شود و احتمال دریافت آن نیز افزایش می‌یابد؛ به‌طور مثال ۹۹۰,۰۰۰ تومان بازخورد کمتری از ۹۹۰ تومان دارد.

۹. استفاده از جادوی تخفیف

دو مورد از مهم‌ترین جملات اشتباه در ارائه خدمات، «قیمت‌ها مقطوع هستند» و «تخفیف نداریم» است. مشتری چانه زدن برای تخفیف را دوست دارد و این کار به جزئی‌جداشدنی از عادت‌های مشتریان تبدیل شده است؛ بنابراین تخفیف ندادن به مشتری، کاری اشتباه است.

«رضایت مشتری را تأمین کن، مشتری نیز رضایت تو را تأمین خواهد

کرد.» هیترویلیامز

گفتگوی شانزدهم:

- خانم رضایی با توجه به سلائق متفاوت مراجعه‌کنندگان، شما برای حفظ رضایت مشتری و مشتری‌مداری در این حوزه چه توصیه‌ای دارید؟
خواهشمندم فعالیت‌هایی که به‌منظور مشتری‌مداری و وفادار کردن آن‌ها به خدمات خود انجام داده‌اید را بیان کنید.

- من معتقدم برای حفظ رضایت مشتری با سلائق مختلف باید یک آرایشگر حرفه‌ای در حوزه تخصصی خود به روش‌ها و سبک‌های مختلف، تسلط کامل

داشته باشد و همیشه خود را به‌روز کند. دانش، آگاهی و تسلط در کار، رضایت مشتری را به‌دنبال دارد.

در پاسخ به قسمت دوم سؤال باید بگوییم اجرای شعار مشتری‌مداری منجر به وفاداری مشتری می‌گردد. ما برای حفظ ارتباط با مشتری از روش‌های متفاوتی مثل پیامک، سایت و اینستاگرام استفاده می‌کنیم. به‌طور مثال ارسال پیامک‌های مناسبی به مشتریان مانند تبریک تولد یا سال‌نو! ارائه خدمات با بالاترین کیفیت از دیگر مواردی است که برای کسب رضایت مراجعه‌کنندگان عزیز و حفظ مشتری‌مداری در مجموعه سالن‌های زیبایی‌ام لحاظ می‌شود که به دو عامل بستگی دارد:

۱. پرسنل حرفه‌ای ۲. لوازم عالی

- لطفاً بهترین خاطره دوران کاری خود که می‌تواند در کار مخاطبان نیز مفید باشد را بفرمائید؟

- چندین سال پیش، روزی خانمی به سالنم آمدند و طی مشاوره‌ای که با یکدیگر داشتیم گفتند که عروس این مادر عزیز تمایل دارند میکاپ مراسم ازدواجشان توسط بنده انجام شود؛ اما متأسفانه با توجه به شرایط مالی این خانواده شریف، در آن برهه زمانی امکان انجام این کار وجود نداشت. من با تمام وجود درخواستشان را پذیرفتم و از این مادر گرامی خواستم که

بدون اطلاع به عروس خود، این خدمات را به عنوان هدیه ازدواج فرزندشان، پذیرا باشند. در آن زمان، حسی شگفت‌انگیز از اشتیاق کمک در وجودم پدید آمد. این حس آنقدر خوب و عالی بود که با پرسیدن سؤال برای بهترین خاطره دوران کاری، این خاطره سریعاً به ذهنم خطور کرد. با پذیرش این امر خیر و بعد از رفتن آن مادر بزرگوار، در همان روز نزدیک به ۱۴ عروس ثبت‌نامی به سالنم مراجعه کردند. من در آن لحظه، نگاه خداوند را مشاهده کردم.

به خاطر شرایط اقتصادی و تداوم شدت رقابت بین صاحبان سالن‌های زیبایی زنانه، موضوع باقی ماندن در ذهن و نفوذ در قلب مشتری، هرگز تا این اندازه مهم نشده بود. تکنیک‌های کاربردی خانم رضایی در این موضوع می‌تواند راه‌حل مناسبی برای سایر آرایشگران باشد تا با عمل به تدابیر ایشان باعث صرفه‌جویی در وقت و هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری شوند. اگر در شرایط فعلی در استراتژی‌های بازاریابی سالن زیبایی، تحول صحیح و لازم را ایجاد نکنید و از مشاوران تحصیل کرده و باتجربه در این زمینه بهره نبرید، با سختی‌های زیادی مواجه خواهید شد.

آیا ایده‌های مشتری‌یابی و مشتری‌مداری برای شما به پایان رسیده‌اند؟ شما می‌توانید با شرکت در دوره‌های آموزشی آنلاین و آفلاین مرکز تخصصی آموزش و مشاوره سالن‌های زیبایی دنیای تحول، رونق دوباره‌ای به کسب‌وکار خود

ببخشید. موسسه دنیای تحول با هدف ارتقاء مهارت‌های فردی و مدیریتی آرایشگران و مدیران سالن‌های زیبایی، تا رساندن شما به بالاترین جایگاه شغلی، در کنارتان خواهد بود.

تمرین عملی ۱۶:

اگر در مجموعه خود، فردی را داشتید که به اصول و ارزش‌های مشتری‌مداری شما پایبند نبود، از اخراج کردن او نترسید؛ حتی اگر گمان می‌کنید که مشتریان زیادی را از سالن شما همراه خود خواهد برد، باز هم به ارزش‌هایتان پایبند باشید. به خداوند توکل کنید و شجاعانه همکاری خود را با او قطع کنید. فراموش نکنید که یکی از مهم‌ترین اصول موفقیت، شجاعت است. در توسعه مشتری‌مداری می‌بایست سه مرحله زیر را مدنظر داشته باشید.

۱. اولین و مهم‌ترین گام در محاسبه بازاریابی دانستن این نکته است که چگونه یک سالن زیبایی می‌تواند رضایت مشتری و نیازهای وی را تأمین نماید؟ چگونه می‌تواند آن را ارتقاء دهد؟
۲. ارزیابی سالن در ارتباط با محیط رقابتی شکل می‌گیرد.
۳. گرایش (اجتماعی، فرهنگی، مذهبی و ...) پرسنل و دیدگاه آن‌ها حائز اهمیت است.

شما زمانی می‌توانید سالن خوبی داشته باشید که کارمندان خوبی داشته

باشید و زمانی می‌توانید کارمندان خوبی داشته باشید که مدیر خوبی باشید. برای اینکه یک مدیر خوب باشید می‌بایست این ویژگی‌ها را در وجود خود تقویت کنید:

- تعریف چشم‌انداز برای پرسنل
- آگاهی و الهام بخشیدن به پرسنل
- بیان شفاف دیدگاه‌ها
- آموزش و توسعه فکری
- تشویق و حمایت پرسنل
- حفظ ارتباط دونفره با پرسنل
- آموزش‌های بازاریابی به آرایشگران از قبیل جذب مشتری، نگهداری مشتری، حفظ رابطه با وی و ... از سیاست‌گذاری‌ها و استراتژی‌های یک مدیر خوب است. مدیر سالن می‌بایست همواره دارای جایگاهی معین و البته قابل دسترس برای مشتریان باشد.

سخن پایانی

محبت، بزرگ‌ترین راز کامیابی‌ست.

موفقیت در صنعت زیبایی هم ساده و هم مشکل است؛ ساده است اگر خودتان و این صنعت را بشناسید و دشوار است اگر ندانید به کجا قدم گذاشته‌اید و چه باید بکنید. توصیه می‌کنم این کتاب را چندین بار بخوانید تا نکات ارزشمند آن را به خوبی درک کنید. هنگامی که تمرین‌های ذکرشده را به کار ببندید، کسب‌وکارتان تغییر می‌کند؛ اما باید در انجام تمرین‌ها، مداومت و صبوری داشته باشید.

از شما می‌خواهم تغییراتی که از طریق مطالعه و اجرای تمرینات این کتاب در شغل‌تان ایجاد شده است را از طریق www.dtahavol.com با ما به اشتراک بگذارید تا از تخفیف‌های ۲۰ درصدی پکیج‌های آموزشی مرکز تخصصی مشاوره سالن‌های زیبایی دنیای تحول بهره‌مند گردید. ما بی‌صبرانه منتظر شنیدن خبر موفقیت شما عزیزان هستیم.

منابع و مآخذ

- بهانه‌تراشی ممنوع (برایان تریسی)
- رازهای سالن زیبایی من (فرشته الوندی)
- روانشناسی ارتباط با مشتری (ابوالفضل صادقی)
- زبان بدن (آلن پیز)
- فوق‌ستاره فروش شوید (برایان تریسی)
- گاو بنفش (ست گادین)
- fereshtevalvandi.com/ ۱۷- شگرد - جذب - مشتری - برای - سالن‌های -

زیبایی /

- salamzibaei.com / فرم - کارکنان - آرایشگاه /