

Tendenze 2010 per i saloni

# Più veloci – migliori – più belli

«Non ne posso più. Facciamo tutto quello che possiamo per migliorarci continuamente.» Questo è quello che spesso pensano gli impresari che ne hanno abbastanza di dover pensare ogni giorno a cosa si potrebbe fare più velocemente, meglio e di più bello.

Peter Rust ha il giusto consiglio. Due ore con il consulente marketing, e tutto il gruppo trova nuove motivazioni per affrontare la quotidianità e per ottenere il successo con nuove energie. I seminari serali di Peter Rust trasmettono verità, idee, principi e consigli in modo veloce.

«La vostra azienda avrà successo solo se tutti i collaboratori hanno lo stesso obiettivo» spiega Peter Rust. Tutto semplice? No di sicuro. Per poter formare un gruppo affiatato con i propri collaboratori che partecipi efficacemente al buon andamento ci vogliono parecchie

premesse che devono innanzitutto essere create.

## 1ª premessa: basi

Ci sono pulizia e ordine? (Allestite piani per la pulizia?) I vostri collaboratori sono vestiti accuratamente e ben pettinati? L'arredamento è moderno? (Rinnovate il vostro salone.)

## 2ª premessa: volere

La volontà è il motore per il successo. Quando i parrucchieri si devono battere con dei collaboratori che non ne hanno, allora sono persi. La parola magica si chiama motivazione!

## 3ª premessa: capacità

Molti parrucchieri credono di sapere tagliare i capelli abbastanza bene. Ma sapete tagliare i capelli in modo tale che i vostri clienti hanno poi un aspetto migliore di quelli della vostra concorrenza? Questa è una domanda relativa al requisito di qualità.

## 4ª premessa: aumento delle prestazioni

I vostri collaboratori hanno la possibilità di produrre prestazioni al top? Qual è l'ubicazione del salone?

Come si presenta? Disponete di posti sufficienti? Avete abbastanza utensili? Cercate ogni giorno di trovare con i vostri collaboratori qualcosa che potrebbero fare in modo migliore. E se poi durante 220 giorni l'anno trovate qualcosa, sia anche di piccolo, che possono migliorare, allora arriverete ad avere un salone all'insegna del successo. Non è importate che avvolgiate i bigodini verso destra o verso sinistra. Rilevante è che il vostro lavoro abbia classe. Oggi tutto dipende dalla qualità delle vostre prestazioni.

## Cosa pretendono i clienti da un salone di alto livello?

1. Vorrei avere un bell'aspetto che si veda.
2. Vorrei sentirmi bene ed essere notato.
3. Vorrei cuoio capelluto e capelli sani.
4. Mi piace la sensazione di ricevere di più di quello per cui ho pagato.

## Migliorate il vostro check-in e check-out

Quanto si può far aspettare una cliente dopo essere entrata nel sa-



**Peter Rust trasmette visioni, obiettivi e strategie./Peter Rust transmet des visions, des objectifs et des stratégies.**

lone? Nemmeno un secondo! Quanto spesso i collaboratori ripetono il nome della cliente? Il più spesso possibile! Introdurrete un tour di servizio: ai collaboratori più giovani assegnate i posti per clienti di cui dovranno occuparsi ogni ora: «Posso portarle qualcosa?» Ad ogni cliente che lascia il salone consegnate una carta da visita personale con l'indicazione di raccomandarvi ad un'amica.

FOTO E TESTO: ROLF FAUSER