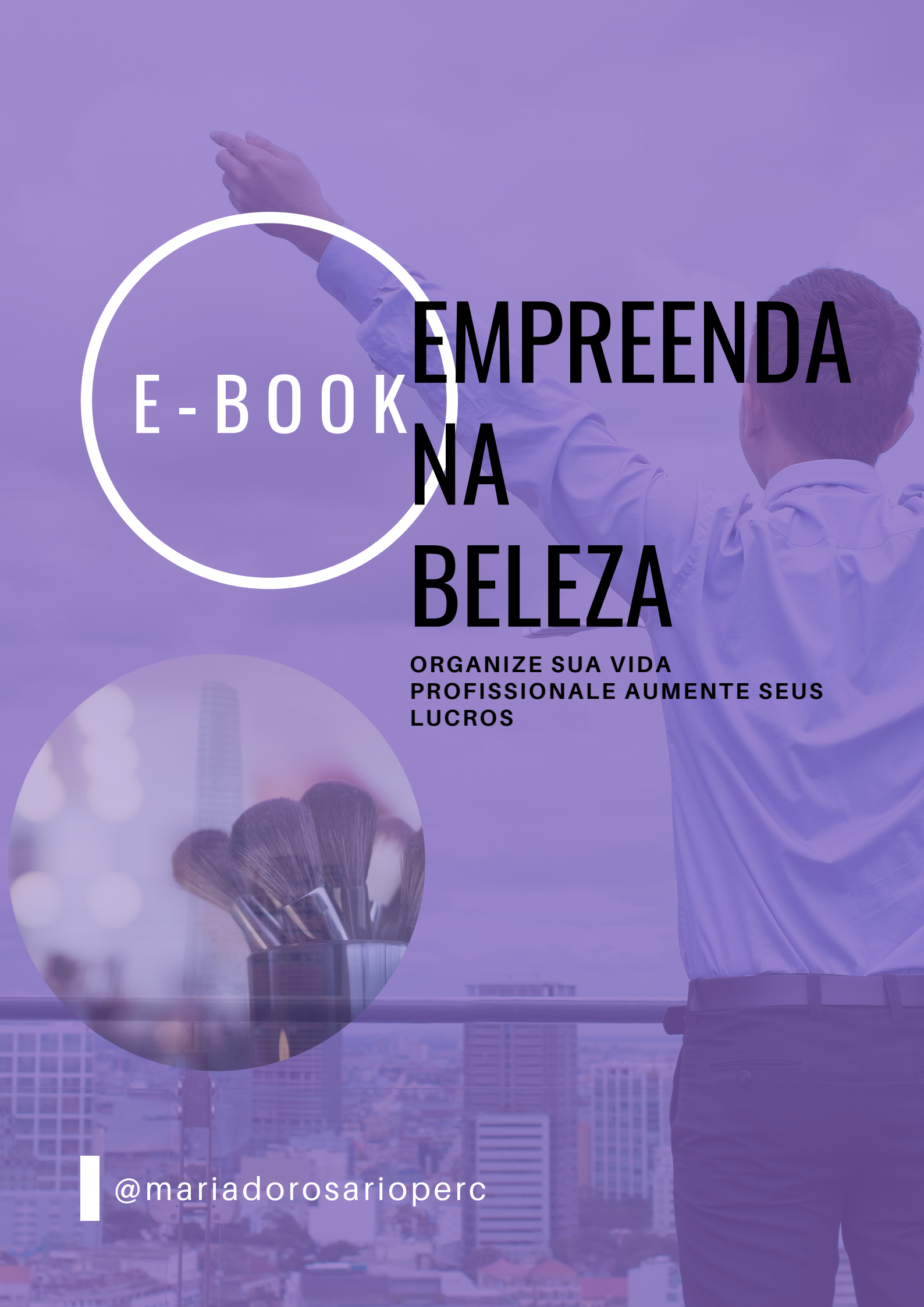




E-BOOK

EMPREENDA NA BELEZA

ORGANIZE SUA VIDA
PROFISSIONALE AUMENTE SEUS
LUCROS



@mariadorosarioperc

O que você vai ver no e-Book:

- ✓ Descobrirá as oportunidades que o Mercado da Beleza tem a oferecer para aqueles que se destacam;
- ✓ Aprenderá as regras básicas que fazem a diferença nessa área e saberá o que é necessário aprender para ter sucesso;
- ✓ Aprenderá como se destacar na Área da Beleza e encantar suas clientes eliminando falhas na hora do atendimento.
- ✓ Saberá o que falar e o que não falar.
- ✓ Mesmo que você esteja Começando do Zero e não saiba exatamente o que fazer



A idealizadora do projeto

Quem sou eu?



Maria do Rosário

Escritora, mentora e empresária do ramo da beleza há 30 anos. Criou o curso "Escola da Beleza", com a missão de transformar vidas através de minhas experiências e conhecimento.

Acredito que a transformação começa quando a negatividade termina.

Você acredita em você? Não?! Está na hora de transformar a sua história.

ÍNDICE

1 Introdução.....	5
2 Aonde estou.....	6
3 Ponto de equilíbrio.....	7
4 Atendimento ao cliente.....	8
5 Capacitação e qualificação.....	9
6 Marketing digital.....	10
7 Nicho.....	11
8 Concorrência.....	13

Introdução

O mercado da beleza no Brasil tem obtido um crescimento considerável nos últimos tempos, e com esse crescimento surge a necessidade de um bom gerenciamento nos custos do estabelecimento, entretanto é muito comum encontrar estabelecimentos que possuem um gerenciamento de custos falho e ainda simplificado.

Neste contexto, este e-book tem por objetivo orientar empreendedores da área da beleza sobre os principais pontos da administração.

Não importa qual o seu nicho dentro da área da beleza, quer seja proprietário de salão, trabalhe com extensão de cílios, sobrancelhas ou seja um funcionário.

Você vai conseguir se organizar financeiramente e aumentar sua rentabilidade.

Então vamos lá!

Boa leitura e bora agir.



Aonde estou?

Não importa se você está iniciando seu negócio do zero ou se já empreende no ramo da beleza.

O primeiro passo para se organizar é saber, aonde estou?

Divida pontos fortes e pontos fracos, Começando pelos fortes:

Ex: Habilidades para execução de determinados serviços, capital próprio para investimento, produto e/ou serviço inovador etc.

Se você já é empreendedor, levante a situação financeira de seu negócio.

Depois os pontos fracos:

Ex: Pouca experiência no ramo, custo elevado de mão-de-obra, falta de conhecimento técnico etc.

Levante seus custos fixos e variáveis.

Coloque tudo no papel!

É provável que ao longo desses passos, surjam várias ideias para acrescentar no seu negócio e que você fique ansioso para colocar a mão na massa.

Isso é ótimo, mas vamos com calma, para continuar evoluindo no planejamento é importante ordenar as ações futuras. Fique ligado nos próximos passos.



Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio serve para verificar qual é o número mínimo de serviços necessários para cobrir todos os custos do seu negócio e começar a ter lucro.

Para chegar nesse resultado, basta dividir a soma dos custos fixos pela margem de contribuição (indica se o preço dos serviços ou produtos é capaz de pagar os custos e as despesas fixas).

O resultado obtido representa o valor de ganhos que a empresa precisa alcançar para quitar todas as contas e não ter prejuízo.

Esse indicador de segurança auxilia na realização de projeções e no alcance de metas.

Agora que você já sabe o básico sobre os custos fixos e variáveis do seu negócio, continue a leitura, vou falar sobre atendimento e marketing.



Atendimento ao cliente

O relacionamento com o cliente é o ponto principal para atrair clientes, mais do que isso mantê-los.

A primeira impressão passada é o que vai definir se você será a escolha do consumidor ou não.

Vejamos os principais pontos para fidelização:

- Cordialidade

Certifique-se que você e sua equipe realmente está aberta para compreender as situações adversas apresentadas pelos clientes e fazer o possível, dentro de seu escopo de trabalho (e talvez um pouco além) para melhorar a experiência de consumo.

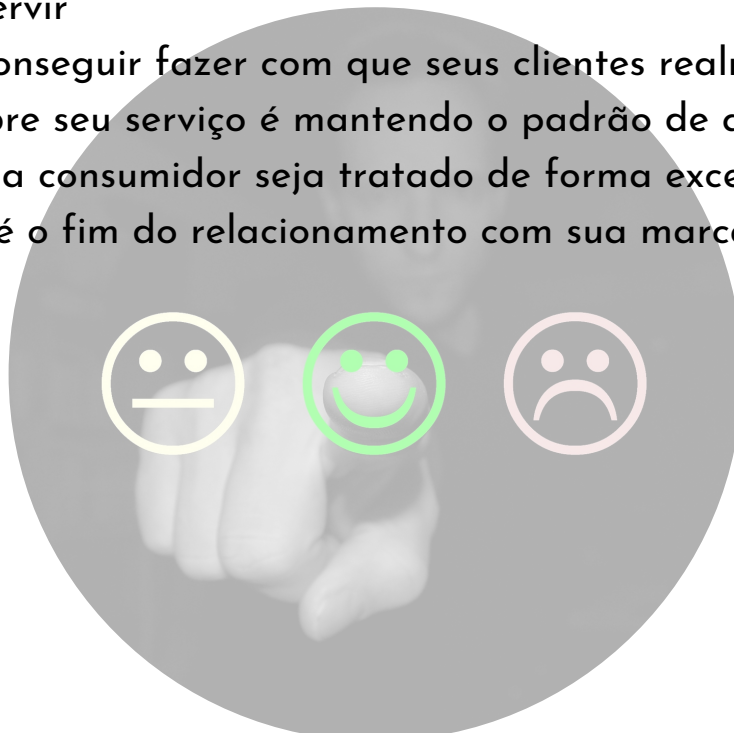
- Tempo de resposta Seja ágil e amigável, atenda de forma que seu cliente se sinta único e não somente mais um.

- Entenda seu cliente

Saiba ouvir, não significa apenas deixar que o cliente fale tudo que precisa, mas sim ser capaz de interpretar e discernir se o consumidor está frustrado, insatisfeito, com pressa ou outras características através do atendimento

- Sinta prazer em servir

A única forma de conseguir fazer com que seus clientes realmente propaguem boas avaliações sobre seu serviço é mantendo o padrão de qualidade, ou seja, garantindo que cada consumidor seja tratado de forma excepcional desde o primeiro contato até o fim do relacionamento com sua marca.



Capacitação e qualificação!

Já parou para pensar o quanto isso é importante, sabe bem o que é?

A capacitação é o conjunto de práticas de uma empresa para preparar o seu pessoal para realizar as atividades com eficiência

Já a qualificação é uma iniciativa do profissional em aperfeiçoar as suas habilidades para melhorar o seu currículo e possuir a formação necessária exigida pelo mercado para desempenhar uma determinada função.

Assim, a qualificação proporciona a base, os conhecimentos, enquanto a capacitação estimula o seu crescimento contínuo e desenvolvimento de aspectos técnicos, emocionais, comportamentais.

Então invista em cursos e treinamentos, mantenha-se atualizado(a),

Inteligência emocional é determinante para sucesso de um empreendedor, e é sobre isso que falarei hoje.

Você não pode mudar o que sente, mas pode aprender o que fazer com seus sentimentos.

A importância da inteligência emocional é para a vida.

Quando conseguimos conciliar o lado emocional e racional do cérebro, neutralizando as emoções negativas, então, potencializamos as emoções positivas para gerar os resultados desejados.

Tenha em mente que todos nós passamos por momentos estressantes na vida. Aprender a lidar com as emoções e controlá-las te colocará na direção certa conforme cada situação, e fará toda a diferença entre o equilíbrio e a confusão.

Você deve evitar pensar de imediato em um resultado negativo. Seja otimista, tente enxergar sempre o lado positivo das coisas e lembrar que sempre há uma saída.

Outro ponto chave para o sucesso é saber ter boas relações, guiando as emoções dos outros. Isso criará um ambiente positivo a sua volta, melhorando não só a sua qualidade de vida, mas também contagiando aqueles ao seu redor. Acrescente gratidão, e terá o segredo para se manter motivado e positivo.

Marketing digital

Hoje é indispensável que seu negócio esteja nas redes sociais, é vantajoso porque você consegue divulgar seu trabalho de forma orgânica (gratuita). Mas não basta apenas criar um perfil, alguns passos são importantes para destacar sua marca, são eles:

- Crie a sua persona e conheça as suas dores

Conhecer o público é uma tarefa árdua, principalmente se tratando de um segmento tão amplo como a área da beleza. Você precisa saber sobre os seus hábitos, comportamentos, dúvidas e dores no dia a dia.

- Escolha as redes sociais em que vai atuar

Elas ajudam a alcançar mais pessoas, fortalecer a lembrança da marca e construir um relacionamento com o público.

Apesar de todas oferecerem boas oportunidades para as marcas, é preciso concentrar esforços nos canais em que o seu público está e para os quais você realmente conseguirá se dedicar.

- As principais redes sociais que geram resultados na área da beleza são:

Instagram

Nos últimos anos, o Instagram vem se tornando uma poderosa plataforma de negócios. Nele, você tem uma série de recursos para marcas, como a venda de produtos pelo Instagram Shopping, transmissão de lives, criação de vídeos no IGTV e parcerias com influenciadores.

Além, de todo o espaço para a criatividade nos posts do Feed e Stories

YouTube,

Você pode publicar vídeos com tutoriais de penteados, dicas de maquiagem, indicações de produtos e outros assuntos que engajem o público.

Facebook

Provavelmente o seu público já está por lá, então só falta você aproveitar o potencial do Facebook para negócios. Com uma página empresarial, você pode publicar posts com dicas e novidades sobre o seu trabalho.

Pinterest

Assim como o Instagram, o Pinterest também é uma rede voltada para o visual. Os usuários procuram imagens como referências para seus projetos, como um novo corte de cabelo ou modelo de unha.

Nicho

Tratamos aqui sobre a área da beleza como um todo, é importante saber que existem diversos nichos dentro desse cenário. Mas o que é e como definir seu nicho?

Para que possamos entender melhor esse conceito, pensemos em um salão de cabeleireiro. Se pararmos aqui, já temos um segmento de mercado – o de cabelos –, mas é possível encontrar, ainda, um nicho.

Nesse caso, podemos pensar em uma necessidade bem específica um salão especializado em cabelos afros: tranças, definição de cachos. Agora, sim, temos um nicho de mercado.

Dessa forma, temos:

Mercado > Segmento > Nicho;

No exemplo citado, poderíamos enxergar:
Cabeleireiro > Cabelos Afros > Tranças.

Vantagens de definir um nicho de mercado

Agora que já sabemos o que é, é hora de entendermos a importância de definir o seu nicho de mercado.

1. Ações assertivas

Ao saber exatamente o público que você quer atingir e o problema que quer resolver com seu produto ou serviço, as ações previstas em seu plano de marketing se tornam muito mais efetivas.

Isso porque você entenderá como, quando e onde falar com as pessoas a quem aquela solução se destina.

2. Atuação em um nicho em que seus conhecimentos trabalham a seu favor

Uma dica para definir seu nicho de mercado, é a de investir em um assunto que você domine. Pense em como isso pode facilitar seu trabalho.

3. Maior probabilidade de fidelização

Quando falamos sobre empresas pioneiras, a chance de fidelização de clientes aumenta. Pensando em nichos de mercado, se o seu negócio for o primeiro a trazer um produto ou serviço para atender a uma necessidade que não era enxergada antes, a confiança do consumidor será conquistada.

Concorrência

A maior parte das empresas vê os concorrentes como uma ameaça. Se é verdade que há concorrentes que podem ser ameaças, outros há que podem até ajudar a reforçar a nossa posição competitiva.

A presença do tipo certo de concorrentes pode servir então uma série de propósitos estratégicos. Pode ajudar a aumentar as vantagens competitivas de uma empresa, absorvendo uma parte das "atuações na procura, aumentando a possibilidade de os players se diferenciarem e comunicarem essa diferenciação ou aumentando a motivação dos colaboradores espicaçados pela competição.

Em resumo, a concorrência te ajuda e não o contrário.
Se destaque pela qualidade, atendimento e personalização de seu trabalho.



CRONOGRAMA *de Postagens*

SEGUNDA Poste algo engraçado nos Storys, mas que tenha a ver com o seu nicho.	TERÇA Faça perguntas, crie enquetes interaja com quem comentar em suas fotos.	QUARTA Positividade! Compartilhe algo positivo sobre o seu trabalho ou seus hobbies.
QUINTA Mostre quem são seus seguidores mais presentes e os divulgue.	SEXTA Fale sobre seu dia a dia, o que você fez se se divertiu, se trabalhou fez algo novo etc.	SÁBADO Compartilhe frases, pensamentos, incentivos, motivações.

DICA: Aproveite um dia para falar sobre o seu trabalho.