Организация Ногтевого Сервиса в салонах красоты класса- Бизнес и класса-Люкс

Для кого: Руководитель ,администратор , менеджер

Для чего: Для создания  успешной формулы  продажи услуги класса-Люкс.

Повышение количества  и качества услуги .Повышение сервиса обслуживания клиентов .Повышение продаж для домашнего ухода.

Квалифицированная рекомендация для клиента (как в услуге так и в домашнем уходе)

**Задача:**

1.Подбор квалифицированного персонала

а) тестирование

б) обучение

2.Рекоммендации по подбору Бренда в определенный салон.

а) помощь в выборе

б) Ознакомительный семинар по продукции  для руководителей.

в) рекомендации по продажам услуги  и домашнего ухода.

Более  развернутый    семинар для руководителей.  
  
1. Как увеличить прибыль от продаж.

- продаем правильно!  
- не уговариваем , а рекомендуем!  
- грамотная мотивация продаж!  
- дисконтные карты  
- дешевле или дороже( скидки по дням или числам)  
- бесплатные семинары по продукции  
- презентации и продажи  
- бесплатное обучение или демонстрация?  
- дарим или продаем?  
- реклама  
- вымысел или правда ?

**2. Оформление витрины.**

- продажа в кабинете мастера  
- витрина при входе  
- описание продукции  
- ценовая политика и скидки  
- уцененка  
- подарки  
- бесплатно или скидки 93%  
- цветовое решение в витрине

**3. Выбор продукции для работы в салоне**

-очень важно сделать правильный выбор

-экономим на выборе?!  
- качество и прибыль  
- индивидуальный пакет  
- многоразовое использование инструмента?!  
- осторожно ! Грамотный клиент!

**4. На чьих материалах работаем?**

- материалы предоставляемые салоном  
- материалы от мастера  
- монобренд или что есть на том и работаем?  
- качество или мастерство?

**5. Тарифная ставка.**

- кто кому платит мастер салону  
- салон мастеру  
- присчитываем себестоимость услуги  
- себестоимость продукции

6. Приглашаем на работу. Подбираем персонал.

- как правильно провести тестирование мастера.  
- как не ошибиться в выборе?

-где и у кого обучаем.  
- договор или аренда?  
- % или зарплата?  
- как удержать хорошего мастера?  
- дипломы или опыт?  
- воровство или забывчивость?  
- воспитываем кадры  
- кредитное финансирование ( отдых, лечение)  
- кредитное финансирование( обучение)  
- идеальный мастер.  
- мастер- эконом класса  
- мастер- бизнес- класса  
- Люкс - мастер.

7. Реклама.

- работа со школами и колледжами  
- работа с инвалидами и детскими домами  
- день открытых дверей  
- буклеты и листовки  
- почтовые ящики и расклейки  
- СМИ   
- " сарафанное радио"  
- интернет сайты.

**8. Психологическая совместимость.**

- администратор салона - мастер.  
- мастер- клиент  
- конфликтная ситуация( по вине мастера или по вине админа, в любом случае за все отвечает админ и должен сделать все, для того чтобы конфликт не развился вплоть до возвращения денег)  
- черный список( клиент который всегда требует скидку, опаздывает, ему всегда что то не нравится, не приходит вообще! Скандальный и не любимый, но именно этот клиент учит нас правильно и грамотно работать))  
- белый список( никогда не опаздывает, позитивен, любим мастерами, чаевые, звонки, )  
- под грифом секретно ( маленькие подробности из жизни клиента, имя собаки, мужа, день рождения дорогих людей, цвет волос, марка машины и телефона... Вообщем личное дело)

**- 9. Прайс.**

- составление прайса  
- как выглядит прайс в вашем салоне  
- из каких пунктов должен состоять идеально составленный прайс  
- зарабатываем при помощи прайса  
- прайс бизнес и люкс   
- 1 страничка или 30страниц прайса  
- кто читает прайс  
- психологический прайс  
- для мастера или для хозяина ?  
- работа нескольких мастеров по разным прайсам  
- категория мастера  
  
10. Подсчитываем прибыль и убытки

- ложный заработок  
- себестоимость продукции в работе  
- контроль за расходными материалами  
- обман или перерасход  
- дешевый или дорогой бренд  
- искореняем воровство и обман  
- увольнение или всепрощение