

ВЛАД ВАВИЛОВ

АД

МИН

Владислав Валерьевич Вавилов

Администратор салона красоты

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=42249259

Администратор салона красоты:

ISBN 978-617-7095-51-3

Аннотация

Владислав Вавилов – ведущий бизнес-тренер, автор книг о менеджменте, сервисе, рекламе и продажах в индустрии красоты и здоровья. Администратор салона красоты – должность, требующая навыков продаж и управления временем, знания конфликтологии и документооборота, а также умений грамотно выстраивать отношения с руководством, сотрудниками и клиентами. Несмотря на то, что эта работа отнимает много сил и порой доставляет неприятные хлопоты, она способна заряжать вас энергией и позитивом, особенно в день зарплаты. Админы часто чувствуют себя недооцененными и отстраненными от бьюти-тусовки. Некоторые из вас до сих пор думают, что ваша задача просто записывать клиентов на услуги к чудо-мастерам. Хватит заблуждаться! Вы – лицо и душа салона, и зачастую именно от вас зависит успешность предприятия. Книга поможет вам пересмотреть устаревшие взгляды и осознать свою настоящую роль в системе управления салоном красоты. Взяв за основу собственный многолетний опыт обучения администраторов, Владислав Вавилов объединил в

ней необходимые техники и инструменты, простые правила, распространенные ошибки и забавные истории из практики. Возможно, после прочтения ваше представление о капризных клиентах перевернется навсегда. Если вы давно хотели научиться зарабатывать, получая кайф, вам не следует откладывать чтение в долгий ящик. Главное – помните: полученные знания нужно внедрять, иначе они бесполезны.

Содержание

Вступление	6
Раздел 1. Роль администратора в структуре салона красоты	9
Место администратора в системе управления салонном красоты	10
Обязанности и ответственность администратора салона красоты	14
Конец ознакомительного фрагмента.	29

Владислав Вавилов
Администратор
салона красоты

© Владислав Вавилов, 2019

© «Простобук», 2019

Вступление

Дорогие друзья, вы держите в руках мою 7-ю книгу. Неожиданно для себя я решил написать книгу для администраторов салонов красоты. Причина довольно проста: дело в том, что часть администраторов не могут или не желают посещать курсы, которых сейчас очень много. Кроме того, директора салонов красоты не всегда грамотно и эффективно выстраивают работу с вами.

Поэтому я решил написать книгу-тренажер. Книгу, которая стала бы для вас настольным пособием по администрированию салона красоты.

Надеюсь, вы правильно трактовали идею обложки. Мне сразу вспоминается цитата из фильма про армию, в которой говорится, что для кого-то армия – добрая мама, а для кого-то – злая теща. Также и работа администратора в салоне для некоторых может стать кромешным адом с тяжелым периодом адаптации: куча задач, люди, кони – все смешалось. Читая эту книгу, вы быстрее войдете в курс дел и событий, а также узнаете об инструментах, которые необходимы администратору для решения повседневных задач.

Я знаю, что у вас появляется много вопросов, на которые иногда некому ответить. Проанализировав свой 10-летний опыт обучения и управления администраторами, я решил его изложить на страницах книги. В основу лег план

моего трехдневного курса для админов. Вы имеете возможность пройти его быстрее, главное, чтобы был результат. Если вы не найдете нужные ответы, пишите мне в соцсети и возмущайтесь в комментариях. Буду рад ответить.



Желаю вам быть лучше дочери маминой подруги и полу-

чать от работы только удовольствие.

Вы уже большие молодцы, что начали читать эту книгу, дочитайте ее до конца!

Раздел 1. Роль администратора в структуре салона красоты

- Место администратора в системе управления салоном красоты
- Обязанности и ответственность администратора салона красоты
- Работа с входящими и исходящими звонками
- Работа с посетителями салона красоты
- Обеспечение деятельности салона красоты
- Портрет современного успешного администратора салона красоты
- Ошибки администратора салона красоты

Место администратора в системе управления салоном красоты

На всех бьюти-форумах я и мои коллеги постоянно рассказываем, что для салона красоты администратор является ключевым звеном, «бусинкой» и вообще без него никак. Он и поговорит, и уговорит, и продаст. Админ – это просто центр вселенной. Правда, как только дело доходит до оплаты труда, начинаются приколы: ставка плюс процент от выручки за день, неделю либо месяц, и бонусы. Тем не менее в итоге сумма заработной платы все равно не соответствует объему работы. Вот такая история. Не самая приятная, но она реальна.

Владельцы салонов красоты, почему-то стараются экономить на администраторах. Как бы красиво они не рассуждали на конференциях, довольно часто админы для них просто временная должность, которую могут занимать любые девушки, а потому учить их не стоит, они ведь в салоне не надолго. Нередко администратор выполняет роль директора салона красоты. Он якобы админ, его специально называют проще, чтобы платить меньше, а потом – бац: и персонал найди, и рекламой займись, и клиентов обзвони. Ну, куда это годится?

Администратор – это связующее звено между клиентом и мастером, а также между сотрудниками и собственником.

Иногда он выполняет роль хорошего семейного психолога, который и выслушает, и поможет. По-моему, админ должен всегда быть в гуще событий и эмоций. Мне неприятно приходить в салоны красоты, где администратор просто отбывает свою рабочую смену и, черт бы его побрал, листает ленту на смартфоне или фотографирует свои ногти. Ну, что за безобразие, а? Некоторые из вас лишь отсиживаются и ждут чудес, но чудо не произойдет, если вы не будете работать.

О главенстве администратора любят спорить мастера. Они считают себя важнее, ведь клиенты приходят именно к ним. Задачи админа, по мнению сотрудников, ограничиваются грамотной записью и умением готовить вкусный кофе. Ага, конечно. Вот позволю себе не согласиться, но это не так! Посетитель приходит в салон красоты, где трудятся и мастер, и администратор. Они друг друга дополняют, и благодаря грамотной работе маркетинга и рекламы, у них всегда есть первичные клиенты, которые со временем, становятся постоянными.

Тем не менее именно администратор принимает жалобы как на салон в целом, так и на специалиста в частности. Клиенты боятся высказывать претензии в лицо мастеру. Бывало такое? Так и хочется спросить, чего же вы, трусы, любимой Инночке не скажете, что она остригла вас слишком коротко, а сразу бежите на рецепцию к админу Анечке, плакаться в жилетку, попивая кофе с фирменной шоколадкой?

Говоря о системе управления салоном красоты, стоит от-

метить, что довольно часто собственники делегируют все свои полномочия администратору и делают его своей правой рукой. При этом дополнительные обязанности не всегда оплачиваются. По крайней мере, до тех пор, пока чаша терпения милой девушки не переполнится, и она сама не скажет владельцу, что ее просто задрали поручениями, и не потребует соответствующую зарплату. Как правило, собственница с удивленным лицом говорит: *«Ой, Олечка, ты почему мне все сразу не сказала? Я просто заработалась»* – и включив «дурочку» повышает оплату труда. Лишь после этого админ начинает занимать важное место и получать достойный оклад. По-моему, жалование и функциональные обязанности администратора – это самый больной вопрос.

Поэтому дорогие админы и те, кто планируют занимать эту должность в салоне красоты или спа-центре, не стесняйтесь сразу грамотно выстраивать отношения с мастерами и владельцем. Помните, что если вы не улыбнетесь и не поднимете свои ягодицы, мастер никогда не увидит посетителя, если вы не позвоните и не напомните клиенту о записи, специалист будет сидеть в пустом кресле, листая Инстаграм. Увы, это реальность. Если вы допустите ошибку, рассчитывая посетителя, он перестанет ходить в салон красоты, а если вы приготовите невкусный латте, клиент подумает, что здесь плохой кофе, хотя речь идет просто об умении пользоваться кофемашиной. Тем не менее вы не пуп земли. А то бывает и другая крайность, когда администратор ведет себя над-

менно на рабочем месте, будто она княгиня или баронесса и смотрит на посетителей свысока. Хотя и ваши сюсюканья: *«Ой, ваши волосики, ноготочки и ручечки»* – клиентам тоже не нравятся.

Вы должны любить свою работу и быть улыбчивым, приветливым, радостным человеком. Даже если у вас умер хомячок Эдуард, клиент не должен узнать о вашем горе. Он не для того платит 100 баксов за процедуру, чтобы видеть кислое лицо и фото питомца с черной полоской. Хомячка жалко, но скорбь, пожалуйста, оставляйте дома, а на работе вы – как Королева бензоколонки. К слову, обязательно посмотрите этот фильм, мне он отчасти напоминает работу администратора салона красоты.

Админы рассчитывают клиента, следят за кассой, обеспечивают чистоту и порядок. Да, место их работы называется стойкой рецепции, но чаще всего они выполняют функции управляющего салоном красоты. Я знаю, вам кажется, что это разные должности, но по сути директор – это микс обязанностей старшего администратора и завхоза.

Обязанности и ответственность администратора салона красоты

Это непростой вопрос. Уверен, вы, мои читатели, будете искать ответы в этой книге, и показывать работодателям, мол здесь написано совсем по-другому. Итак, круг ваших обязанностей определятся директором или собственником и зависит от его видения работы администратора и размера салона красоты. Я постараюсь указать основные из них в книге, но помните: директор или собственник является главным. Если что-то будет перечить написанному, верьте сказанному, ведь книга – это рекомендации, а слова директора – правила. Иначе я вновь буду провоцировать конфликты. Оно мне надо?

Я бы разбил обязанности на три ключевые группы: звонки, работа с клиентами, обеспечение деятельности салона.

Работа с входящими и исходящими звонками

В контексте коммуникации с клиентами, работа администратора начинается с телефона. Если 10 лет назад это были телефонные звонки, то современные администраторы пишут в соцсети. Они отвечают в мессенджерах, лайкают фотки и пишут комментарии клиентам: «Ой, какая ты красотилич-

ка. *Красавица. Бровки огонь дикий*». Просто караул! Но если клиенты готовы, и им это нравится, значит все ок.

Тем не менее админы все еще обзванивают посетителей. В конце книги я разместил скрипты телефонных коммуникаций и детально расписал правила. Важно, чтобы они были, и вы их использовали. Ибо я иногда прозреваю от ответов админов на звонок. Если они отвечают.

Обзвоны также суровы и беспощадны. Что тут скажешь? Хоть время бесстыже бежит вперед, клиентам все равно приятно, когда их облизывают. Это я не про новую услугу, а об отношении. Хотя, чем черт не шутит, индустрия быстро движется вперед.

Кроме входящих и исходящих вызовов, есть моя любимая категория – консультация клиента по телефону. Это уже не для слабонервных. Как правило, «новый» администратор за полгода работы никак не способен выучить, кто обслуживает клиентов и зачем, какую косметику используют в салоне и даже прайс. Ну, ребята, ну как так? За 6 месяцев можно в космос полететь. Сделайте что-то со своим тайм-менеджментом, ибо так нельзя.

Запись клиентов – это отдельный разговор. Не смотря на то, что они пишут в Инстаграм, их необходимо записывать в программу. Хотя в 2019 году это все еще редкость. Обидно, но так не годится. **Если ваш бизнес невозможно посчитать, то его не существует.** Итак, идет запись. Там тоже ярко.

Всем собственникам рекомендую ставить IP-телефонию и потом слушать эти разговоры. Очень ярко, ну очень. Только для ценителей садомазохизма, ранимым натурам лучше воздержаться. Увы, я редко слышу качественные диалоги, несмотря на то, что сам обучаю сотрудников.

Основная задача администратора салона красоты на данном этапе – проконсультировать звонящего, рассказать о косметике и записать на услугу.

Шутки в сторону, все серьезно! Главное – имя звонящего не перепутать. А то будет как у меня в одном проекте:

– *Девушка, а у вас можно постричь бороду?*

– *Нет, нельзя.*

– *А у вас на сайте написано, что можно.*

– *Мало ли, что там написано. Нельзя, я сказала.*

– *Ам...*

– *А как вас зовут?*

– *Борис.*

– *Борис, всего доброго.*

Караул! И админ считает, что она все верно сказала. Ну, она же попрощалась по имени, чего я еще хочу?

О сервис-звонках я молчу. В косметологии этот способ коммуникации прижился, а в салонном формате – нет. Вы продолжаете думать, что слишком навязываетесь, а клиенты ходят сиротами ненужными. Когда у них появляются претензии, они сразу пишут отзывы. А вот если бы им позвонили, то скорее всего все было бы по-другому. Вы об этом за-

думайтесь, а к концу книги обсудим, ок?

Я стала старшим администратором, что мне теперь делать?

Не могу не уделить внимание новым старшим администраторам. Правда, мне кажется, они и так уже все знают, но всякое может быть. Ваши новые зоны ответственности и форма оплаты могут быть самыми разнообразными, но я думаю, что почти все вы выполняете функции, приведенные ниже. Процесс назначения старшего админа не происходит очень быстро. Довольно часто в должности повышают тех, кто либо дольше работает, либо нравится собственнику, либо очень хочет стать старшим. Некоторые девушки – прирожденные руководители и, по-моему, несмотря на свой юный возраст, могут и министерством управлять. Если вы стали старшим админом, лучше проговорите и пропишите свои обязанности на берегу, чтобы потом не было: «*Ой, я думала...*», «*Ой, а я хотела...*» и т. д.



1. Иногда подбирать персонал, в том числе новых администраторов. Вы – это правая рука директора салона, если, конечно, он есть. Если вы ищете сотрудников и проводите собеседования, сканируйте QR-код и скачивайте внутреннюю анкету, которая поможет при отборе кандидатов на должность. Старший админ практически всегда подбирает человека на смену себе и своим коллегам. Бывают же салоны красоты, где трудятся по 3 админа и больше. Конечно, тема поиска сотрудников и формирования команды очень обширная, и я не смогу уместить всю информацию в одном абзаце, потому рекомендую пройти дополнительное обучение.

В данном вопросе самодеятельность может погубить весь салон красоты.

2. Проводить собрания, а порой и наставлять на путь истинный. Непростой вопрос. Фактически администратор становится у руля салона и начинает управлять целым предприятием. Можно рисовать разные бизнес-структуры, где есть владелец и старший админ, но нет руководителя. Некоторые собственники специально не назначают старших администраторов управляющими, чтобы не платить им более высокий оклад. Хотя они выполняют все функции директора. Тем не менее вы должны проводить собрания, следить за дисциплиной и мотивировать коллектив – это очень важно.

3. Составлять и контролировать график сотрудников – это тоже задача руководителя, но ее нередко перебрашивают на старшего админа, потому что он трудится в «поле» и, как дирижер, организывает процессы работы салона красоты. Построение графика мастеров с одной стороны кажется простым заданием, но с другой – чем больше салон, тем сложнее выстроить хорошие взаимоотношения внутри команды.

4. Маркетинг – акции, конкуренты, выставки. Моя любимая тема. Свою первую книгу «Реклама красоты. Практика» я написал именно о ней. Рекомендую прочитать. Правда, хочу еще добавить одну сторону вопроса – посещение конкурентов. У вас болезнь: вы никого не замечаете и боитесь зайти в гости в соседний салон, чтобы вас не узнали. Мне ка-

жется, стоит пересмотреть этот подход и, к примеру, делать маникюр у конкурентов. Они, конечно, могут вам отказать, но я бы ни им, ни вам не рекомендовал так поступать. Вы же трудитесь в сфере обслуживания и, мне кажется, здесь нет смысла что-то скрывать. Ходите и смотрите, как работают другие. Это важно, чтобы не выпадать из контекста ситуации на рынке. Данное правило применимо также к выставкам и семинарам – нужно всегда быть в теме, постоянно искать новинки и варианты привлечения и удержания клиентов. Нет ничего более постоянного, чем временное. Буду рад вас видеть на предстоящих форумах и выставках.

Между старшим администратором и управляющим салоном красоты тонкая грань.

У каждого из вас салон отличается от остальных размером, ключевым направлением, количеством кабинетов и т. д. Важно, чтобы функции и обязанности руководителя и старшего админа были четко прописаны на бумаге, как скрипты и стандарты работы каждого специалиста. Роль администратора – контролировать соблюдение правил сотрудниками, а иногда направлять и подсказывать заблудившимся мастерам. Поверьте, когда душа хочет творить, довольно сложно жить по законам салона красоты.

Работа с посетителями салона красоты

Клиенты. Кормильцы. Называйте их как хотите, но с

ними нужно работать, а не вот это вот – с надутым лицом сидеть. Первый важный момент – это встреча посетителей и создание благоприятного впечатления. Администратор должен иметь мощную улыбку и опрятный внешний вид. Скажите «нет»: вырежьте, вульгарным ногтям и макияжу «последний шанс». Помните, клиенты могут оставлять вам «чай». Не пакетик, а деньги. Стремитесь к этому, подсознательно.

Организация посещения. О, как строго по-советски! Итак, пришел клиент, ему нужно помочь снять верхнюю одежду. Это этикет, его правила никто не отменял, даже ваш директор – дочь мэра города. Далее необходимо предложить напитки. Лишь дикие барыги салонного бизнеса берут за это деньги.

Мне очень нравится одна клиника, где всегда лежат свежие, красивые фрукты и стоит чай. Ну блин, красиво. И да, директор сама печет пироги. Вы тоже так можете. Хотя часть из вас наверняка скажет: *«Мне еще только пирогов не хватало. Муж, ребенок (считаются как двое детей), собака, котик Мурзик. А тут еще пироги печь? Ну блин, где справедливость? А рецепты будут в конце книги?»*. Ваш салон красоты должен отличаться. Конечно, можно без пирогов, хотя тот был довольно вкусным, особенно с чаем.

Круто, когда на рецепции есть дежурный планшет, ибо печатный колхоз, только для растопки костра. Не обижайтесь, печатные издания, не хотели меня на обложке размещать – получайте. Было бы хорошо, если бы, кроме планшета, была

и дежурная зарядка для мобильного. Стоит копейки, удобно, и главное – не нужно телефон на пол класть, ибо это совсем дно для 2019 года.

Имя клиента – важно. Нужно учить, знать, спрашивать.

А вы сможете за минуту внятно рассказать о вашем салоне красоты? Да? Слабо мне прислать видео? А? А лучше выложить и меня отметить в публикации. Мол, смотри, парниша, как мы можем. Ишь, ты чего задумал. Итак, ждемс...

Вы обязаны знать все акции и все товары, которые стоят за закрытой наглухо витриной на рецепции. Рассказы, про неплохие баночки, которыми вы сами не пользовались, – не прокатят, увы! Если у вас в салоне мастера встречают клиентов – круто, если нет – придется вести. Ну, а вдруг он заблудится?

После услуги нужно задать самый опасный вопрос: *«Все ли вам понравилось?»*.

И если гость ответит отрицательно, знаете, что делать дальше или ничего об этом не сказано в инструкции? Спокойно, не надо плакать. Просто уточните, что именно не понравилось? Если все хорошо, необходимо рассчитать человека. Да, это тоже входит в данный блок работы.

Следующий этап – «проводы клиента». Мне с такой ошибкой лет 10 назад прислали материал. Я прочитал, смотрю: аудитория напряглась. Потом исправился. Посетителя провожают стоя, к нему обращаются по имени, улыбаются и же-

лают хорошего дня. Ничего не забыл? Без повторной записи не провожать. Не стоит. Ведь, бьюти-бизнес – это бизнес повторных посещений. Оценка качества вашего обслуживания зависит от количества вернувшихся клиентов, 8 из 10 должны прийти вновь.

Важно понимать, что некоторые специалисты нанимают себе помощников, которые выполняют функцию админа, но организуют работу только одного мастера. Мечта любителя бровей и ресниц. Их задачи абсолютно схожи, но сводятся к выполнению всех вышеописанных обязанностей по отношению к одному человеку.

Мы забыли о главном, а как же конфликтные ситуации в салоне красоты? Кто их постоянно решает? По-моему, только администраторы, ведь чаще всего жалуются на: мастеров, цены, собственное опоздание. А некоторым и вовсе холодно или музыка не та.

Обеспечение деятельности салона красоты

Третьей группой обязанностей админа является процесс обеспечения деятельности салона красоты. Часто администратор – это бесстрашный человек, мамка в теме, которая все постоянно решает.

Ключевым моментом организации работы салона красоты является чистота. В некоторых салонах нет уборщиц. В таких заведениях мастера убирают за собой, а администратор

наводит лоск в конце рабочей смены. Вместо админа убирать может проходящая тетя Маня. Ни в коем случае не критикую никакой из форматов работы предприятия индустрии красоты, каждый выбирает его самостоятельно.

Ведение учетов продаж, расходников, остатков на складе, технологических карт – одна из важнейших функций администратора. Если бизнес не считают, образуется бардак, который прикрывают ярлыком «творческие люди». Это отговорки тех, кто не хочет заниматься рутинной работой. Мы вот здесь творческие люди. Это не правда. Говорить в 2019 году, что в салоне красоты любого формата должна быть программа по учету и работе с клиентами – просто не корректно, но пока большинство салонов работают в тетрадке, мне приходится так делать. Вы, как администратор, должны вести: учет продажи косметики, учет остатков по складу и технологические карты на все процедуры (говоря простым языком – рецепт приготовления красивой стрижки).

Витрины. Выкладка. Есть отдельные книги о выкладке товара и волшебной косметики. То, что я вижу в салонах красоты, пока далеко от идеала. Да, есть свои региональные особенности, но мы все еще продолжаем бояться, что клиенты у нас что-то украдут. Действительно бывает и такое. Мы ставим пустые баночки за стекло. Но это неправильно. Человек должен потрогать то, что он покупает. Для успешных продаж линий домашнего ухода это очень важно, поверьте.

Часто витрины в салоне красоты напоминают «редкую

дичь». Там навалено куча всего. Может быть, раньше клиенты молча покупали вот ту бутылочку, которая стоит во втором ряду, но сейчас они сразу находят нужное средство в интернете и знают, сколько оно стоит.

Дело не в том, что в салонах большая наценка, а в том, какую эмоцию вызывает ваша витрина. Понимаю, что это дело вкуса, но правило рассеянного внимания никто не отменял: если на витрине размещено 5 предметов, то посетители покупают реже, чем если там стоит 3 товара. Покупатель боится совершить ошибку, и чем шире выбор, тем сильнее страх. Доказано американскими маркетологами в конце 80-х. А у вас как обстоят дела с витринами?

Косметологи любят самостоятельно консультировать своих клиентов и запрещают «бедным» админам вмешиваться. Как правило, потом они жалуются, что никто не рекомендует косметику посетителям. Потому помните, что если вы не расскажите посетителям о товаре и возможности его приобрести, они сами могут не догадаться. Обратите на это внимание.

Осуществление контроля над сохранностью материальных ценностей

Админ обычно следит, чтобы все были в форме, в салоне было чисто и всего хватало.

Да, вот такая нелегкая ноша падает на хрупкие плечи. При

этом сотрудника в должности администратора довольно часто не оформляют официально. Потому я не рекомендую подписывать различные документы и брать на себя материальную ответственность за имущество салона. Если вы не понимаете, какие бумаги вам дают на подпись, не подписывайте их. Ок?

Ведение клиентских баз данных и журнала записи

Речь пойдет о моем любимом блоке работы админа. Начнем с журнала. В салонах красоты некоторые мастера бесцеремонно вмешиваются в книгу записи и ведут свою колонку: вписывают клиентов своей ручкой или карандашом и вычеркивают их. Чтобы избежать мордобоя, давайте закроем этот больной вопрос раз и навсегда – журнал ведет администратор. Она за него отвечает и точка.

Все записи должны проводиться через администрацию, чтобы в случае отмены или ухода специалиста админ мог спокойно контактировать с посетителем. Можете на меня обижаться, но он является клиентом салона красоты. Предоставление услуги – это совместная работа мастера и салона. Именно администратор разруливает все жалобы, пока мастер показывает на него пальцем. Потому запомните: админ ведет журнал, он может быть электронным или бумажным, но это его зона ответственности.

С правилами ведения журнала, звонков, а также со скрип-

тами, которые вам так нужны, вы ознакомитесь немного позже.

Журнал записи – это основа. Грамотный администратор салона красоты старается «впихнуть невпихуемое» в график услуг. Если в журнале плотная запись, а один клиент утром опаздывает, начинаются дикие приколы. Именно потому админу важно уметь управлять процессом с помощью телефона. Да, эти навыки приходят спустя какое-то время, кому-то достаточно месяца, кому-то нужно 3, но они должны быть. В ином случае будет тяжело работать.

Я надеюсь, в вашем салоне уже ввели простое правило продавать вечерние часы дороже. Ходовое время всегда стоит больше. Вы все боитесь, что клиенты откажутся? Не думаю, а вот поиграться с ценами нужно. Круто, если налажена система предварительной оплаты. Да, понимаю, что некоторым салонам красоты проще полететь в космос, сидя в мойке, но мы же тут собрались деньги зарабатывать. А вы собрались управлять и администрировать этот бардак, это я, конечно же, о другом салоне шучу. У вас все ок, расслабьтесь.

Обидно, если ваш собственник говорит, что программа учета ему не нужна. Возникает вопрос: а как вы работаете с клиентами? Времена, когда во всем районе был лишь один салон – прошли. Теперь вам нужно бороться за каждого клиента, только не методом глупого демпинга. Вы должны обеспечить высокий уровень сервиса, качественные услуги и постпродажное сопровождение. Попробуйте провести

простой эксперимент в вашем салоне красоты – обзвоните посетителей на следующий день после процедуры. Косметологам особенно рекомендую. Звоните и аккуратно спрашивайте, как самочувствие и в каком состоянии лицо или тело? Поверьте, если человек будет жаловаться, лучше он в телефонном режиме озвучит свои претензии, чем напишет негативный отзыв в соцсетях. Проверено.

Для администратора очень важны отчеты о потерянных и приобретенных клиентах. Именно вы должны отслеживать, сколько клиентов покинуло ваш салон красоты и почему, а также сколько пришло новых и как они о вас узнали. Конечно, вы можете сделать табличку в Excel и там вести учет, но зачем себе создавать дополнительные сложности, когда можно просто все фиксировать в программе.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.