

ИЛОНА МУН



ФИЛОСОФИЯ МАНИКЮРА

СОДЕРЖИТ
НЕЦЕНЗУРНУЮ
БРАНЬ

18+

Илона Мун

Философия маникюра

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=54082215

SelfPub; 2020

Аннотация

Как общаться с клиентом? Как и когда поднять цену услуги? Как стать истинным Мастером? Эта книга открывает тайны общения с клиентами и предлагает неординарные решения рабочих ситуаций. В ней отсутствует практическое обучение, кроме пары советов. Это философия, дающая вам понимание своего дела, приняв которую, можно стать лучшим из лучших. Художник: Люция Флюровна Улимаева. Содержит нецензурную брань.

Содержание

Предисловие	4
Что ищет клиент в мастере?	9
Мастер своего дела	12
Страхи мастеров	18
Общение с клиентом	22
Конец ознакомительного фрагмента.	24

Предисловие

В книге приведены реальные примеры и истории, только изменены имена участников и место действия.



– Слушаю?

– Добрый день, моя подруга дала ваш номер телефона, я могу к вам записаться?

– Да, конечно, завтра в три, подойдет?

– Супер, благодарю.

Идут детали: адрес, время, телефон, имя. Кладу трубку и

возвращаюсь к клиентке. Работаем дальше.

Я была маникюршей или чтобы звучало весомей – специалистом красоты, мастером своего дела. Делала маникюр, педикюр, депиляцию всего тела, брови. Работала шесть лет, очень интенсивно. Имела невероятно много клиентов и любила свою работу безумно.

За всю свою практику я не смотрела телевизор, не видела рекламу, не читала газет. Всё узнавала от клиенток. Что, где, когда случилось. Повысились или упали цены. Какую почитать книгу, или какой посмотреть фильм. Куда сходить, что попробовать. Каким кремом мазаться – от морщин или целлюлита. Куда мазать – лицо, живот, ноги или попу. Где купить вот эту симпатичную кофточку. Ну и, конечно, – пикантные сплетни, а как без них? А также их жизненные истории и перипетии.

Мы говорили о таких вещах, которые не расскажешь даже самым близким людям, о том, что стыдно и страшно, а я прятала их тайны в сундук, который был скрыт от чужих глаз. Пойму, приму и сохраню до следующего раза. Я была похожа на священника, которому исповедуются. Иногда мы вместе плакали, иногда смеялись до коликов в животах. Я покиваю головой, в нужный момент скажу – угу. Если надо – посоветую, нет – помолчу.

Так почему женщина идёт к маникюрше? Многие скажут – за маникюром. Вы правы, но всего лишь на двадцать процентов. Ухоженные руки, без сомнения, – визитная карточка

женщины, да и мужчины, но вы видели фильм с Риз Уизерспун «Legally Blond»? Когда у героини выдался неудачный день и она в отчаянии ищет маникюрный салон? Да, женщины идут за маникюром, но это не всё. Они хотят выговориться или послушать. Помолчать, убежать от всего мира. Почувствовать себя особенной. Они идут, чтобы отдохнуть – от работы, мужей, детей, интриг, обязанностей. Побывать одной, уделить время себе. Они приходят – за сплетнями, новостями, секретами. Они ищут человека, который будет непредвзято смотреть на их жизни. Они хотят быть услышанными, но не осуждёнными. Они идут туда, где могут быть собой, свободными и без масок. Тут они себя чувствуют смелыми и в безопасности.

Говорят, что маникюрша должна быть хорошим психологом, я им не являюсь и ни в коем случае не претендую, но, когда сквозь тебя проходит большое количество людей, клиентов, друзей, невольно учишься разбираться в людях и чувствовать их потребности. То, что я вам предлагаю, это своего рода многолетнее исследование, которое для вас подается на серебряном блюдечке. Я много училась. У клиентов, у себя. Много читала – книг, статей, прошла огромное количество семинаров. Постоянно искала ответы, задавала вопросы. Мне всегда не хватало информации, ясно и чётко выраженной. И всё было мало, пока не поняла, что пошла по второму кругу. В этой книге описала личный опыт и опыт других мастеров. То, что когда-то хотела получить сама. Поль-

зуйтесь и владейте на здоровье.

Ну вот, похвалила себя так, аж корона в потолок уперлась.
Начнём?

Что ищет клиент в мастере?



Во многих статьях, описывающих профессионализм ма-

стера, так же в разных форумах и группах ногтевого сервиса, пишут: «клиент должен вас уважать, никого панибратства, держитесь делового тона» и т.д., а потом удивляются – куда пропали клиенты?

Что же ищет клиент? Профессионализм, качество – скажете вы. Будете правы, но первое и самое главное, что у вас должно совпасть – это внутренняя энергия. И будь вы хоть трижды супермастером, если это не совпадает, клиент к вам больше не вернётся. Он выбирает вас интуитивно, на подсознательном уровне. Нравится ему ваш запах – он будет ходить к вам. Нравится ваш смех или тембр голоса – он будет ходить к вам. Его притягивает ваша внутренняя искра, то, что вы излучаете. Он ищет человека, с которым ему будет комфортно, которому он может довериться, с которым он может открыться, расслабиться, отдохнуть. Человека, с которым он будет на одной волне. Клиент идет не столько за маникюром, как именно за этой «химией».

Так с этим разобрались, теперь поговорим о профессионализме. Клиент приходит в салон, где вы работаете, разными путями: по рекомендациям своих знакомых, друзей, просто проходил мимо. Многие мастера думают, что, если развесить все свои дипломы и сертификаты в кабинете, это будет доказывать его мастерство и суперспособности. Это не так. Клиент может кинуть взгляд, но вчитываться не будет. Он будет смотреть на ваш внешний вид, на ваше поведение, слушать, что и как вы говорите, как вы выполняете работу,

оценивать качество предоставленной услуги и на основании этого судить о вашем мастерстве. Например, мои дипломы лежали далеко, спрятанные в шкафу и ни у одного из клиентов не возникло желания их посмотреть.

И ещё: человеком, предоставляющим разные услуги красоты, может стать каждый, а вот мастером своего дела – лишь избранные. Как же стать истинным мастером, которого будут любить, уважать и ценить? Читаем дальше.

Мастер своего дела



Хотите быть профессионалом своего дела – читайте и

учитесь. Читайте все, что связано с вашей профессией, ходите на семинары и не просто сидите, чтобы получить бумажку, а внимательно слушайте. Да, когда проходишь много семинаров, начинаешь замечать, что информация повторяется. Сидишь и думаешь – это знаю, и это знаю, а потом бац – всего лишь одно предложение, какая-то мелочь и твой мир перевернулся. К примеру, у меня на курсах говорили про кутикулу на ногте, что её надо отталкивать, а вот почему и зачем – не сказали. А оказывается, что кутикула прирастает к ногтевой пластине и тормозит её рост. Всего одно предложение, но сразу стало понятно.

Слушайте и задавайте вопросы. Если стесняетесь спрашивать при всей аудитории, всегда можно после семинара подойти к ведущему и уточнить интересующие вас вопросы. Информации много не бывает. Возможно, прозвучит пафосно, но, запомните, – кто владеет информацией, тот владеет миром. В нашем случае – миром ногтевого сервиса. И нет предела совершенству.

Расскажу пример. Как-то ко мне попросился на урок начинающий мастер. На протяжении процедуры, я объясняла нюансы ученице и одновременно общалась с клиентом. Ученица в это время сидела, уткнувшись в телефон, и мне перед каждым следующим шагом приходилось выдергивать его оттуда, чтобы изложить очередную техническую сторону. А ведь тем временем он пропускала одну из интересных тем – общение мастера и клиента. Если вы пришли за знаниями,

то впитывайте всё как губка, отмечайте любую мелочь, вдруг как раз это вам и пригодится.

Читайте, проверяйте на достоверность, несите правду в массы, работайте на опережение. Около десяти лет назад, на рынке ногтевого сервиса, появилась новинка – гель-лак. Мастера тяжело это приняли, так как пришлось многому учиться. Спустя полгода в одной из популярных газет мне попала статья, что процедура покраски гель-лака, а точнее лампы, предназначенные для сушки лака, вызывают рак кожи. Женщина – существо удивительное по своей логике, она всегда опасается неизвестной процедуры красоты, но все равно ее сделает, так как желание быть неотразимой сильнее страха. Вспомните средневековье, когда женщины белили лица пудрой со свинцом, травились, но продолжали это делать. Я поняла, что клиенты не откажутся от этой новинки, но начнут задавать вопросы, поэтому я пошла в Google за ответами. Я читала всё – исследования, научные работы, медицинские статьи, смотрела статистику заболеваний за те двадцать лет, что лампы для наращивания ногтей существовали на рынке, изучала характеристики ультрафиолетовых ламп. Полученную информацию я сформировала в коротенькую лекцию, сжала объяснение в пять минут. Когда ко мне пришла первая женщина, обеспокоенная этим вопросом, я смогла нормальным языком всё объяснить. Клиент был доволен, успокоен и смело воспользовался желанной процедурой.

* Появление покраски гель-лака, ударило по финансам мастеров, так как материалы и обучение стоило денег, да и не все хотели что-то менять. Так появилась в народе байка, что эта процедура портит ногти. И я вновь провела пару бессонных ночей со своим другом Google. Затем в реале сопоставила свою работу и других мастеров, опять кому-то звонила, кого-то пытала, с кем-то спорила. Итог – гель-лак и процедура, связанная с ним, не портят ногти, а, наоборот, их защищают. Ногти портят безответственные, ленивые до знания и не любящие свою работу мастера, которые вместо того, чтобы признать ошибку, её исправить, скидывают с себя ответственность и дезинформируют клиента. Так теряет доверие клиента. А всего лишь, что надо было сделать? Почитать, поинтересоваться, узнать.

Стоит отметить, что в мире любые новшества зачастую встречаются с высокой степенью сопротивления и «устаревшие» лагеря пытаются бороться с инновациями, поскольку они являются угрозой для их бизнеса. Так что гель-лак и всё, что с ним связано, не исключение. Подводя итог, основанный на моей практике, о процедуре гель-лака я могу отзываться только положительно.

Ещё пару примеров:

* Каждый сезон различные журналы выдают статьи о модных оттенках лака для ногтей. Но модные цвета не всегда подойдут клиенту. Пример – зима, на улице ветер, мороз, когда руки клиента синеют от холода, или у него природный блед-

ный цвет кожи. А новинки этого сезона: блекло-блестящий голубой, или серый с отливом сиреневого, или холодно-серебряный. Допустим, мы нанесли эти оттенки и руки клиента стали похожи на руки утопленника. Модные цвета не те, о которых кто-то написал, а те, что подходят вашему клиенту. И изучите цветовую гамму.

* Так же разные женские журналы любят писать статьи, например – «Домашний педикюр». А мы же любим бесплатное, хотя нас учили, что бесплатный сыр бывает только в мышеловке. Прочитав статью «бабушкиных» советов, клиент воспользовался ими, и теперь ошибки придется исправлять вам.

А сейчас картина маслом. Статью, не подтверждённую фактами, а состоящую из фантазии кого-то журналиста или которого поджимали сроки, и он не перепроверил имеющуюся информацию, прочитала тысяча людей. Из них к вам пришли только двадцать. Остальные распределились по другим мастерам, и не факт, что те другие мастера, будут такие подготовленные, как вы. Далее, этим двадцати клиентам вы рассказали и объяснили, как всё должно быть на самом деле, и из них всего лишь три клиента донесут правильную политику своим подругам. Вы представляете размер передаваемой дезинформации?

Так что держите руку на пульсе, самостоятельно отслеживайте тенденции у профессионалов, сопоставляйте факты, анализируйте, дружите с докторами, с другими специа-

листам вашей профессии, учитесь думать головой, и вы станете непревзойдённым мастером. Мастером, о котором заговорят все и которого будут рекомендовать подругам.

Что делать, если вдруг не знаете ответа? Признавайтесь честно: «не знаю, но выясню к следующему вашему приходу». И сдержите слово, но главное, ещё раз, – не дезинформируйте. Некоторые мастера, опять же из-за страха потерять клиента, выкладывают ему любую чушь, чтобы не показаться несведущим. Практика показывает, что такие мастера всё равно вскоре теряют клиента. Не надо считать клиентов глупыми. Они все понимают, видят, слышат. Будьте честны, это всегда привлекает. «И да прибудет с вами Сила» (с.) *Звездные войны*.

Страхи мастеров



Чего боятся мастера? Главные страхи, мешающие спокой-

но работать, – это потеря клиента, а с ним и денежного дохода, и конкуренция. Из-за этих страхов совершаются ошибки, плетутся интриги, возникают ссоры, доходит дело до драк.

Как избавиться от этих страхов? Во-первых, не делите шкафу неубитого медведя – помните, клиент сам выбирает мастера. Во-вторых, клиентов хватит на всех.

В начале практики собирается база клиентов. За год, два. Зависит от места, где вы работаете, от ваших знаний, от вашего отношения к клиентам, от времени – его надо терпеливо переждать. Одни уходят, другие приходят. Это нормально. Если вы все сделали правильно, но клиент к вам не вернулся, расслабьтесь, это просто не ваш клиент – ваш ещё придёт. Вселенная не терпит пустоты. Не надо себя грызть, переживать и завидовать другим мастерам. Это приведёт к надрыву вашего здоровья, потере клиентов и дружеских отношений с другими мастерами. Лучше займитесь самосовершенствованием, оттачивайте навыки, учитесь, проводите это время с пользой. Знания дают уверенность в себе, понимание своего дела и страхи начнут исчезать сами, не сразу, но так будет. Потом наступит время, когда ваша жизнь наполнится замечательными людьми, именно теми, которых вы заслуживаете. Даже больше скажу, придёт свобода вашего выбора с кем работать. Ведь не только клиенту должно быть хорошо с вами, но и вам должно быть комфортно с клиентом.

Делитесь своими знаниями с другими мастерами. Часто бывает, что мастера, зная некоторые секреты нашей ра-

боты, умалчивают их из-за страха конкуренции. Есть только около двадцати процентов клиентов, которым абсолютно без разницы, кто будет его обслуживать. Остальные, как я уже и писала, сами выбирают мастера. Так, стоит ли тревожиться из-за этих двадцати процентов? Ссориться, обижаться, выяснять отношения? Отпустите этот страх. Смело делитесь информацией, подскажите, поддержите и растите крылья друг другу, и тогда у вас будут коллеги, а не конкуренты.

Страх смены рабочего места. За свою недолгую практику я сменила пять мест работы и ещё раз восемь меня пытались переманить в другие салоны. В первом салоне работали по шесть-семь человек в смену. Смены были две и иногда они смешивались. Салон находился в проходимом, людном месте. Это была замечательная практика в скорости работы, быстрой реакции, переключения с одного клиента на другого, а также в решении конфликтов в коллективе и с клиентами. До сих пор советую всем начинающим мастерам найти такое место. Второе место было престижным, но с плохой финансовой политикой, что научило меня ценить себя. Третье – это было волшебное время с чудесным коллективом, там я нашла командную работу, поддержку и дружбу. Каким же грустным было для всех расставание после закрытия салона. И хотя нас раскидало по свету, мы до сих пор вспоминаем совместный период работы. Ну, а четвертое место, дало окончательное понимание, что дальше я всё могу сама. Пятое – это уже моя свобода, работать на саму себя.

К чему я веду? Сложно уходить только первый раз. Особенно, если вас связывают хорошие отношения с хозяевами, коллективом салона. Страшно начинать всё заново. Я знаю мастеров, которые продолжают работать в плохих местах годами, только из-за страха перемен, потерять клиентов при переходе на новое место. Честно – не стоит. Всё опыт и урок. Клиенты наберутся снова, плюс ваши старые вас найдут. Запомните – вам должно быть хорошо. Вам должно быть комфортно. И тогда все у вас будет прекрасно.

Когда меняете работу, уходите со старой – не надо выяснять отношения, гордо хлопать дверьми. Улетайте красиво. Это расположит к вам людей и сохранит прекрасные отношения с окружающими в будущем.

Общение с клиентом



Как говорить с клиентом? О чём с ним говорить? Нужно

ли с ним говорить? Как себя с ним вести? Вопросы-вопросы.
Спокойно. Глубокий вздох и расслабляемся.

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.