

Богатый стилист

Бедный стилист



Гульназ Абдуллина

12+

Гульназ Абдуллина Богатый стилист, бедный стилист

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=58880916

SelfPub; 2021

ISBN 978-5-532-04045-8

Аннотация

Работая в сфере имиджа 10 лет и обучив более 1000 клиентов, я заметила, что каждая третья хотела бы работать в бьюти-сфере. Но только 20% обучившихся на стилиста остаются работать. В книге мой опыт от постиндустриальной эпохи, когда стилисты продвигали себя в журналах, раздавали визитки, публиковались в газетах до информационного бума инстаграма, где реклама ушла в социальные сети и вытеснила печатные издания. Книга обязательна к прочтению всем, кто подумывает окончить курсы стилистов и работать в сфере имидж-консалтинга. Для тех, кто окончил уже курсы, она будет также полезна в развитии себя.

Содержание

Вступление.	4
Озарение. Предчувствие.	6
Мечтай, верь, молись!	9
История.	10
Все о наших клиентах.	19
Возраст клиентов.	20
Статус клиентов.	22
Бедные и богатые клиенты.	23
Клиенты платят всегда.	26
Клиенты и границы.	28
Клиенты – мужчины.	31
Примеры клиентов.	33
Конец ознакомительного фрагмента.	40

Гульназ Абдуллина

БОГАТЫЙ СТИЛИСТ, БЕДНЫЙ СТИЛИСТ

Эту книгу я планировала писать еще 3 года назад, когда поняла, что информации по имиджу во мне достаточно, чтобы начать делиться ею с другими. И только понимание одного из пункта маркетинга помогло наконец мне выпустить эту книгу (о нем подробнее в главе Маркетинг).

А также ощущение того, что я должна что-то дать в этом мире, что я не просто так пришла сюда, которое преследовало меня всю мою сознательную часть, подтолкнуло меня к созданию этой книги.

Вступление.

Эта книга посвящается моим близким людям! В первую очередь маме, которая поверила в меня и дала мне возможность поехать учиться на имидж-консультанта, а также выделила материальные средства для обучения. Второй человек – это мой супруг, который поддерживал всегда меня и верил. Первую крупную рекламу в журнале я выпустила благодаря ему. И третий человек – это отец, который увидел

мой талант. В момент становления меня, как профессионала, он подсказал, как продуктивнее дальше двигаться и развиваться, чтобы быть востребованной и зарабатывать большие деньги.

Озарение. Предчувствие.

В своем детстве я собирала марки. У меня их была целая коллекция. Я собирала изображения различных животных, насекомых, птиц. Кто знает, что это такое, понимает, каких они крошечных размеров. Ну а чтобы разглядеть, что на них нарисовано, потребуется лупа. В 5-6 лет я переносила все эти изображения на огромные листы форматом А3. Срисовывала идеально! Сейчас просматривая, удивляюсь, как блетний ребенок мог так точно и живо это срисовывать и проецировать идеально размеры с 2хсантиметровых марок на формат А3. Но художественного образования у меня нет. Не знаю, почему с этим не срослось. Насколько мне помнится, меня просто не успели родители записать в художественную школу, поздно спохватились. Это сейчас можно обучиться всему на недельных курсах. За 2 недели научиться рисовать и получать индивидуальные уроки на фортепиано. А тогда в 90-е с 4 лет уже нужно было записываться в художественную школу, обучение в которой длилось несколько лет.

Я в 6 классе и до сих пор рисую. Но рисую уже кадры из Диснеевских мультиков. Мультик не остановить, он идет по ТВ, поэтому нужно успеть поймать изображение и воспроизвести его по памяти точь-в-точь. Мне это удавалось. Но никто не видел этих набросков, никто. Случайно одноклассник увидит мои мультяшные зарисовки и рассмеется «В 6

классе, а ты рисуешь мультики». И я навсегда решаю с этим завязать. Как мне тогда казалось навсегда...

В 10 классе я снова достану карандаши и начну уже рисовать модели с различными образами. Некоторые из них и по сей день актуальны. Рисовала последние два года обучения в школе. Я грезила стать дизайнером. Но тогда на рубеже 1997-2000х это было совершенно немодно. Все поголовно поступали в юридический и экономический факультеты. Неважно в каком ВУЗе, главное попасть было на эти два заветных отделения. Я тоже под массовым воздействием планировала поступать на юридическом факультете, сама того не понимая, что все эти правила и законы в конечном итоге оказались бы для меня сущим адом, потому что постоянно держали бы меня в рамках. Только сейчас понимаю, что мне всегда нужна была свобода, свобода проявления, свобода мыслей, свобода самовыражения...

По счастливому стечению обстоятельств поступаю на факультет Легкой Промышленности. Для поступления на кафедру ДИЗАЙН не хватило несколько баллов, и я поступаю на кафедру ТЕХНОЛОГИЯ КОЖИ И МЕХА, в надежде в последующем перейти к дизайнерам. Но в итоге так и не перешла, и защищалась, как технолог кожи и меха.

Естественно, в нашем городе, да и вообще на нашей российской полосе было совершенно не развито производство и технология кожевенных и меховых материалов, поэтому в последующем вся моя деятельность совершенно не пересе-

калась с тем, что было написано в итоговом дипломе. И я ни разу после окончания не доставала свой диплом в красной обложке. Вся моя деятельность в будущем – это были продажи в различных отраслях: банки, недвижимость, крупные холдинги.

Именно продажи и коммуникабельность, которыми я овладела в совершенстве, помогут мне в будущем продать себя, как следует продавать успешному стилисту!

И кто только мог подумать, что в далеком будущем я стану известным стилистом в узких кругах, пионером в своем городе и буду читать лекции по имиджеологии для тех же дизайнеров и судить их работы в жюри среди именитых дизайнеров-модельеров на различных модных конкурсах... Тогда я и представить не могла, что моя жизнь будет связана с модой.

Мечтай, верь, молись!

В 90-е прошлого столетия, глядя на звезд на ТВ, я понимала, что никак не смогу попасть по ту сторону экрана. Были какие-то личные психологические установки, что по ТВ показывают только идеально красивых и успешных, к которым я себя совершенно никак не относила. Я делила людей на успешных и богатых и тех, к которым относилась я – «простых смертных», которые в свою очередь до 1 категории априори дотянуться не смогут никогда. Ох уж эти установки!

И только сейчас, оборачиваясь на 30 лет назад, я понимаю, что нет этих границ. Мы все равные! И любой сможет оказаться там, где он захочет. Стоит лишь захотеть. Стоит поверить в свою мечту. Стоит разрешить себе это! И неважно, с какого ты городка, в какой семье родился и с каким достатком.

Я выступала на ТВ в качестве эксперта по стилю. Меня приглашали на передачи по преобразению, как стилиста. Мне писали знакомые и родные, что смотрят меня по ТВ. Каждый месяц моя фотография появлялась в колонке по стилю в каком-нибудь журнале или газете, и иногда звонили выступить в качестве эксперта на ТВ. Мне это сильно льстило. Я относилась уже себя к категории «УСПЕШНАЯ, КРАСИВАЯ, БОГАТАЯ»!

История.

Институт закончен.

С красным дипломом магистра в кармане я начала искать пути заработка везде, где только можно, не понимая толком, чего сама хочу. Рестораны, магазины одежды, банки, недвижимость – все было связано с продажами. Коммуникабельность и умение продавать – были моим коньком. В будущем в работе стилиста мне это очень поможет!

Продавала я всегда хорошо. И за это меня любило руководство и ставило всегда в пример. И клиенты тоже любили, потому что не пыталась на них заработать и старалась говорить честно, но мягко. Таким образом, удавалось всегда держать продажи и быть с клиентами на одной волне. Это сложно, но этому нужно учиться, если хочешь быть профессиональным стилистом. И кстати не только стилистам этому научиться было бы неплохо...и, я тоже постоянно проходила различные тренинги по продажам, повышая свой профессионализм.

Жизнь моя изменится в один прекрасный день, когда в офисе в кругу своих сотрудниц поймаю себя на мысли, что разглядываю каждую, кто в чем одета. Разглядываю не как это делают обычно девушки, пытаюсь мысленно примерить на себя тоже какой-то тренд, купленный недавно соседкой по рабочему месту. А разглядываю, мысленно с ним разго-

варивая и задавая вопрос: «Почему ты купила именно эту юбку, а не другую? Ты же видишь, она показывает всю кривизну ног?», «Почему именно этот оттенок волос? С темным оттенком ты выглядела бы намного эффектнее?» и т. д. Но на мои вопросы, конечно же, никто не отвечал. Я разговаривала сама с собой. Но больше всего мне самой хотелось получить ответы на все мои вопросы.

Меня озарило! Перед глазами пронеслось детство, где я всегда рисовала и безумно любила ткани, красоту, моду и грезила стать дизайнером...

Что я делаю там, где нужно постоянно считать, заниматься какими-то бумагами? Меня озарило! Я была не на своем месте! Я работала не на той работе, о которой мечтала! Я предала свои мечты!

После рабочего дня, приехав домой, я начала думать, кем же хочу быть? Я точно понимала, что работать в банке, в офисе – это точно не мое! И тратить больше на это свое время я тоже совершенно не хотела. Это не приносило мне морального, душевного и эстетического удовольствия! Но я понимала, что хочу работать с людьми и творить красоту!

С этого дня начались мои поиски...

Интернет в то время был развит не так, как сейчас. В социальных сетях сидели не все. Правильнее будет сказать, что мало у кого были аккаунты в социальных сетях.

Сейчас же ситуация совсем другая. У каждого есть ак-

каунты в социальных сетях. И не в одной сети, а сразу в нескольких.

Крупные фирмы и магазины сейчас продвигают себя через социальные сети, чтобы быть ближе к своему клиенту. Раньше у них были только сайты. Но сегодня все товары и услуги даже очень крупные компании продвигают через социальные сети.

Поисковые системы раньше не выдавали такой объем информации, как сейчас. Не у всех компаний были сайты, а тем более свои аккаунты в социальных сетях. Вся реклама в основном была на печатных изданиях. И соответственно тогда, когда я пыталась найти хоть что-нибудь в просторах интернета, в поисковиках информации выдавало очень мало.

Я понимала, что хочу работать в сфере моды, но не знала, кем. Четкого понимания тогда у меня не было. Мне нужно было понять себя, определиться. Я залезла в интернет и целыми днями читала, искала любую информацию, связанную с модной индустрией.

В один прекрасный день я наткнулась на группу в одной из социальной сети кадрового агентства по подбору персонала в индустрии моды в г. Москва, которые предлагали модные вакансии, подбирали резюме и портфолио профессионалов моды. В переписке с директором этого агентства я поняла, что хотела бы попробовать себя в роли байера или стилиста. Она же дала мне рекомендации самых известных крутых школ, которые обучают этому мастерству.

Ознакомившись подробно со всей информацией, все взвесив и посчитав, у меня не оставалось ни доли сомнения. Я приближалась к своей цели, своей мечте! Оставалось только найти деньги, так как обучение стоило очень дорого. Чтобы вы понимали это «очень дорого», сложите месячную зарплату среднестатистического гражданина десять раз. Но я нашла эти деньги и уехала.

Я уехала обучаться по британской методике в одну из лучших школ имидж-консалтинга на две недели экспресс-методом, оставив дома одних мужа и годовалого ребенка. Это был мой путь, я была готова. Я знала, что я хочу этого. И назад дороги не было.

В то время не было такого огромного количества обучающих школ стилистике, как сейчас. Выбрать нужно было лишь из трех школ. Мой выбор оправдал все мои ожидания. Школа находилась в шикарном помещении центра самой столицы. Каждый день я с удовольствием мчалась на урок. И каждый день с таким же удовольствием я делала домашнюю работу. Я сэкономила на еде и на проезде, потому что мое обучение стоило громадных денег, которые нужно было оправдать еще в перспективе. Мы практиковались в дорогих бутиках и оттачивали свое мастерство с брендовыми марками. Меня затянул весь этот процесс, и я не хотела останавливаться.

Обучение естественно мне понравилось. Разве оно может не понравиться тому, кто шел к этому маленькими шажоч-

ками всю жизнь и наконец дошел до своей цели?

Вернувшись обратно в свой город, я уже четко понимала, что работать на своем прежнем месте я не планирую и не буду. Мне нужно было лишь определиться, как правильно плавно перейти в новую сферу.

По окончании обучения, я поняла, что мне еще дополнительно нужны средства, чтобы выкупить инструментарий стилиста, по которому я планировала работать с клиентами. Для меня это было неожиданностью, так как я не думала, что придется тратить еще на что-то. Инструментарий по тем меркам стоил как полугодовая зарплата среднестатистического гражданина. Но меня это, конечно же, не остановило, я шла до конца.

По приезду я пошла по всем пунктам маркетинга, которые я проходила в своей школе. Сразу же организовала профессиональную фотосессию, дала рекламу в журнале и везде заявила о себе, как имидж-консультанте. Параллельно с несколькими рекламными организациями и магазинами я создала несколько пиар-компаний, продумала рекламные ходы. И в течение месяца ко мне посыпались куча телефонных звонков. Всем необходимо было срочно приодеться и познакомиться ближе с имидж-консультантом, новой профессией, никому ранее не знакомой.

На прежней работе я продолжала свою деятельность, но уже понимала, что совмещать не смогу.

Я дождалась своей зарплаты и забрала отпускные, на ко-

торые купила свой личный инструментарий.

Через месяц я уволилась и вплотную занялась своим продвижением в новой сфере. Каждый день я что-то делала для своей новой деятельности. Каждый день новый шаг к своей мечте!

Есть очень хорошее правило: «Вкладывайся в себя, в свое развитие, и это даст результат и отдачу!» Я вложила дорого в свое обучение, и мое развитие быстро и стремительно пошло вверх. Знаю некоторых девочек, которые без обучения и развития, пытались продавать свои услуги, как стилиста, и у них ничего не пошло. В итоге они перестали заниматься этим.

А у меня тем временем каждый месяц выходила колонка по стилю в новом журнале. Каждый месяц я проводила преобразование разных женщин. Меня постоянно приглашали выступить на мастер-классах по стилю, а также я проводила обучающие тренинги в магазинах. Меня снимали на ТВ в различных программах и приглашали в качестве эксперта.

Спрос на мои услуги с каждым месяцем рос, и появились желающие, которые захотели обучаться этой модной профессии у меня. Через полтора-два года я уже стала обучать. Открыла свою студию.

Но в каждом бизнесе через определенное время наступает период, когда необходимо что-то менять. Иначе если ты не пойдешь в ногу со временем, твой бизнес может накрыться «медным тазом» и ты можешь сказать ему: «Прощай!» Так

и случилось у меня. Через определенное время работы нон-стопом в какой-то момент на три года я выпала из мира моды и стилистики, да и вообще из жизни. Нет-нет, я работала и принимала клиентов, также обучала и проводила тренинги. Но я это стала делать на автомате. В один момент меня это перестало вдохновлять. Я проходила психоэмоциональную трансформацию. Все творческие люди должны всегда быть в состоянии вдохновения. Это необходимо, чтобы вдохновлять своих клиентов. А я попала в самую настоящую прострацию, причем надолго. И это был период, когда мне было не интересно абсолютно ничто, и развитие тоже.

В один момент на обучении со своей ученицей, я поймала себя на мысли, что я очень многое потеряла за эти три года. Я перестала развиваться, учиться, расти и вдохновляться. Раньше я была на передовой не только в своем городе, ко мне обращались клиенты и приезжали обучаться ученицы с других городов. А сейчас я перестала вдохновлять своих клиентов. Я это осознала в один момент – на меня будто опрокинули ведро холодной воды. Я проснулась с трехлетней спячки. Но проснулась уже другой, преображенной.

Теперь мой путь был уже не эмоциональный, как вначале, и не на автомате, как в период прострации. Теперь мой путь стал уже более осознанный. И я заново стала нарабатывать себе базу и имя, используя маркетинговые инструменты, которые я использовала в начале своей карьеры имидж-консультанта.

Надо отметить, что с тех пор, конечно, некоторые инструменты уже устарели. И мне пришлось пройти дополнительно курсы маркетинга и внедрить в свою работу новые методы.

Спустя пару лет будет проходить конкурс по Поволжью в номинации «Лучший стилист 2019», где я заберу свою статуэтку и диплом. Для меня это станет спусковым крючком после долгой спячки. Я докажу себе снова, что, если чего-то сильно хочешь, можешь снова это получить или даже больше, встать с колен и снова идти.

Своей историей хочу показать, что все возможно! Даже если ты в яме, то дальше только вверх! Если ты не знаешь, как действовать, то всегда найдется информация для тебя, главное -ищи! Если не знаешь, стоит ли менять свою поднадоевшую работу на свою мечту, то однозначно стоит! Но нужно будет идти к своей мечте, а не стоять на месте. Если ты в один момент сломался и понимаешь, что у тебя не получается, остановись, переживи свой провал, подумай и продумай все, действуй дальше. Только так ты дойдешь до своей мечты!

А в следующих главах я расскажу о всех возможностях профессии «стилист»; о тех навыках, которым нужно будет научиться; о наших клиентах; ошибках, которые не нужно допускать; ценообразовании на услуги; дам техники для проработки личных качеств, которые вам помогут в этой профессии и приоткрою дверцу работы стилиста изнутри. Ну а вы подумайте, сможете ли вы так быстро меняться, как ме-

няется мода, и действительно хотите ли вы быть стилистом!

Все о наших клиентах.

Наши клиенты – наше зеркало! Они, как лакмусовая бумажка, отражают наше внутреннее состояние, наши страхи, наше собственное Я.

Возраст клиентов.

Запомните, Ваши клиенты будут примерно такого же возраста, как и Вы. Так уж получается, что мы притягиваем к себе подобных. И ваши клиенты примерно будут вашего возраста (плюс-минус) и вашего уровня. Не все...но большинство. Конечно, будут и те, кто сильно старше вас или сильно моложе, но их единицы. Когда клиент ищет своего стилиста, он на интуитивном уровне выбирает подобного, чтобы ему комфортно было работать с вами. Сорокалетняя женщина, к примеру, вряд ли выберет в стилисты 18-летнюю юную блогершу, а предпочтет уже известного стилиста, 30-40лет со стажем. Также и молодая мамочка выберет такую же мамочку-стилиста, которая знает, как красиво и удобно одеваться в декрете.

Поэтому нужно заранее понимать, для клиентов какого возраста вы будете предлагать свои услуги. Это нужно и для дальнейшего вашего продвижения. Нужно понимать, где сидят ваши потенциальные клиенты.

У меня обучались и 19-летние молодые девушки, и мамы в декретном, и женщины в возрасте после 55 лет. Абсолютно разные женщины решают попробовать себя в этой сфере в качестве стилиста. И каждая после обучения должна будет правильно себя позиционировать.

И представьте себе, если, окончив обучение 55летняя

женщина создаст аккаунт на молодежном канале ТiсТок... Сможет ли она найти для себя там потенциальных клиентов? Получится ли у нее там продвигать свои услуги? Или 19летняя молодая стилист пойдет в магазин для взрослых женщин обучать их, как правильно одеваться... Будут ли слушать эту молодую?

Статус клиентов.

Кормит – середнячок!

Если вы не с Рублевки, и ваши друзья не имеют высокого статуса, и вы не общаетесь в особых кругах, то вряд ли ваши клиенты будут богатыми людьми. Обеспеченными – ДА! Потому что услуги стилиста бедные люди позволить себе уж точно не могут. Но достатком выше среднего они точно будут обладать, потому что за разовый поход на шопинге со стилистом им придется выложить месячную свою зарплату или даже больше (покупки + оплата услуг стилиста). Поэтому обучившись на стилиста и начиная искать свою ЦА (целевую аудиторию), не обольщайтесь, что к вам побегут богатые клиенты, готовые отдать вам кучу денег. Запомните: кормит – середнячок!

Именно тот середнячок, который понимает цену деньгам и выгоду рационального гардероба. Один раз обратившись к услугам стилиста, он для себя создаст рациональный гардероб, который будет работать на его цели.

И таких клиентов очень много, и именно они составляют основную массу тех, кто обращается к стилисту.

Бедные и богатые клиенты.

Для того, чтобы занять богатых клиентов, необходимо приблизиться к богатым людям, поменять свое окружение для начала!

Если вы стилист, который позиционирует себя, как скромный стилист с бюджетными ценами на свои услуги, то конечно же и аудитория у вас будет такая же, которая ищет стилиста с ценником самым приемлемым, самым дешевым. Есть такой контингент людей, который ищет подешевле или просто не может пока себе позволить стилиста подороже.

У меня были, например, клиенты, которые имели небольшой бюджет на шопинг, но платили мне немалые суммы за услугу шопинг-сопровождение только лишь потому, что шли конкретно ко мне и они готовы были платить мне за это. Да, они могли найти стилиста с ценником в 3-4 раза дешевле, чем у меня, но они хотели получить результат именно у меня. Они готовы были сэкономить на количестве покупаемой одежды, но оплатить мои услуги. Эта ценность на ваши услуги создается годами и вашим профессионализмом.

Если я выбираю врача или какого-то другого специалиста, я делаю то же самое. Если я доверяю своему врачу, но у него ценник выше, чем у других, я не ищу дешевле. Мой врач проверенный и я не хочу проблем, я ему доверяю. Для меня важен опыт, а не дешевая цена.

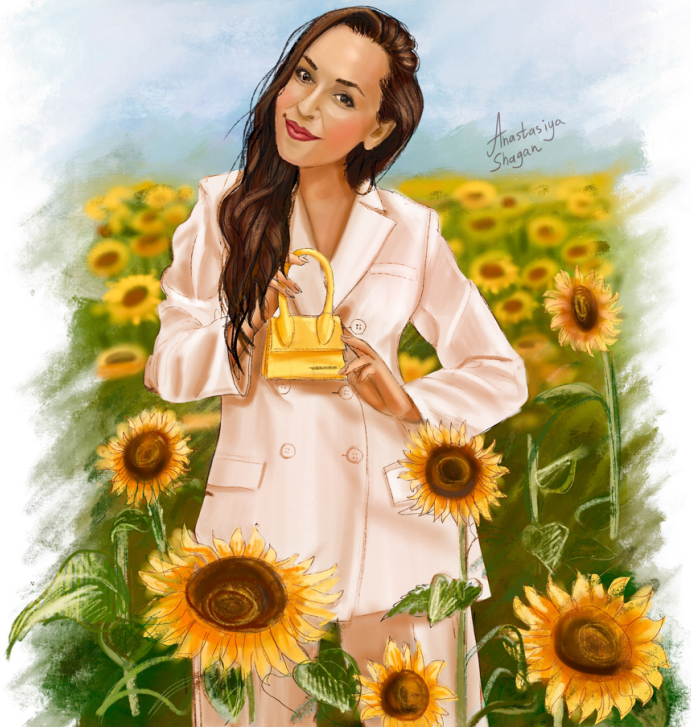
Клиенты, которые ищут стилистов с ценником пониже, понимают, что это может быть стилист с небольшим опытом работы.

Начиная деятельность стилиста, вы должны четко понимать свою целевую аудиторию и в соответствии с этим выставлять тарифы за услуги и продвигать себя в рекламных кампаниях. Об этом подробнее будем говорить в главе МАРКЕТИНГ и ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ.

Мои клиенты – это я! Мои клиенты такие же, как я. Они «мои». Именно «свои» подтягиваются.

Спустя определенное время вы тоже увидите связь. Ваши клиенты чем-то будут похожи на вас внешне. Работать будут примерно в тех же сферах. Возможно даже там, где вы сами работали. Интересы и взгляды будут тоже похожи на ваши.

Поэтому только от вас будет зависеть, какие клиенты вам будут попадаться. Вы растете, и клиенты ваши будут расти вместе с вами. Причем многие клиенты спустя долгие годы будут находиться с вами рядом, даже если не будут постоянно пользоваться вашими услугами. Они будут с удовольствием читать ваши блоги, подсматривать за вашей деятельностью и подпитываться вашей энергетикой.



Anastasiya
Shagan

Клиенты платят всегда.

Мои ученицы всегда спрашивают меня: «А если клиент не заплатит?». За всю мою богатую деятельность, ни один клиент не ушел, не заплатив мне. Таких мыслей вы не должны допускать в своей голове. Клиент приходит к вам со своей проблемой в надежде, что вы решите ее. Вы, как хирург, который выполняет свою работу. Вам обязательно заплатят за ваши труды. А вот на сколько процентов устроит результат – это другое дело. Здесь многое зависит от вашего профессионализма и компетентности, конечно же.

Также зависит и от ожиданий клиента. Ожидания клиента в конце могут не совпасть с итоговой реальностью. Не скрываю, такое может быть. Поэтому необходимо наиболее корректно и конкретно все обговорить перед началом работы. Лучше задать миллион уточняющих вопросов перед началом работы. Я, например, клиенту скидываю анкету, которую он должен мне полностью заполнить и выслать помимо нее еще кучу необходимых дополнительных фото. Клиент четко должен понимать, на какое время ему рассчитывать, так как он оплачивает часы работы с вами. И он должен также знать, что он получит за это время. Конечно, если вы клиенту обещаете собрать за 3 часа капсульный сезонный гардероб, а на деле он покупает за это время 2 вещи, то здесь нужно разбираться. Если он планирует докупить все позже,

тогда все нормально. Это такая категория клиентов, которая психологически не может просто все купить, он это делает постепенно.

А если клиент купил 2 вещи и не доволен результатом, то скорее всего вы плохо с ним поработали. И в таком случае, можете предложить ему или посмотреть другие магазины или сделать компенсацию на свои услуги, на тот процент, который вы считаете.

Клиенты и границы.

Мои ученицы часто задают мне вопрос относительно границ с клиентами: «Насколько можно эти границы переступить клиентам?», «Где эти границы?», «Как сделать так, чтобы клиенты потом не садились на голову?»

Изначально я рекомендую своим ученицам не сильно сближаться со своими клиентами. Конечно, это ваш выбор, и все клиенты разные. Бывает действительно так, что клиент в последующем может стать подругой. Но вы в начале должны зарекомендовать себя, как профессионала, который ценит свое время и доверие своих клиентов. Клиенты должны уважать вас и ваше время. Будете ценить себя вы, тогда будут ценить вас ваши клиенты!

У меня был однажды случай, когда девушка заблокировала меня в мессенджере только потому, что я не проконсультировала ее по поводу выбора платка в ту же минуту. Она закидала меня кучей фотографий головных платков, и я должна была срочно в одном предложении ей написать, какой выбрать. Я объяснила ей, что вопросы в мессенджерах у меня тоже платные и что сейчас у меня нет времени отвечать и к вопросу смогу вернуться позже. Также объяснила ей, что видеть этот платок на голове мне мало, мне нужно видеть образ целиком, а также понять, с чем в последующем она его будет носить, а также какие у нее цели и почему она выбирает

именно платок. На что она ответила мне, что спросила всего одно предложение у меня, а я не могу ей помочь и заваливаю ее новыми вопросами, да еще и хочу за это денег! Этот случай, конечно же, исключение и в основном общение с клиентами проходит довольно объективно. Нужно лишь клиентам дать понять, что им можно, а за что придется платить.

К примеру, моя 4х-часовая консультация стоит немалых денег, и я —объясняю, что в течение месяца после консультации я отвечаю на возникшие вопросы моих клиентов, это включено в стоимость.

Если же вы провели консультацию по имиджу с клиентом и последующее ведение его это платное, то вы должны заранее его об этом уведомить. Например, в прејскуранте указать, что стоимость каждого вопроса такая-то сумма.

Если у вас есть бесплатная первая консультация, то вы тоже должны оговорить рамки, например длительность час или что именно в нее входит. У меня была одна очень хитрая клиентка, которая, воспользовавшись первой бесплатной получасовой консультацией хотела разобрать весь свой гардероб. В ходе консультации мы разобрали с ней все интересующие ее вопросы, и она попросила вдобавок разрешить ей прислать мне фото еще 2х вещей на одобрение. Я конечно же разрешила. В итоге она постепенно начала скидывать мне весь гардероб по одной вещи, говоря, что это последняя. Таких накопилось, наверное, штук 20, после чего я сказала, что один онлайн вопрос у меня стоит тоже денег и время на-

шей консультации закончилось.

Деятельность стилиста в принципе достаточно деликатная, и наша задача, как стилистов, конечно же быть очень аккуратными в высказываниях с нашими клиентами. Но это касается непосредственно личных качеств или внешности нашего клиента. Нужно быть в этом вопросе очень тактичными.

Но что касается вашего времени, вашей энергии, вашей работы, то здесь должны быть четкие границы «что можно, а что нельзя»!

Клиенты – мужчины.

Когда вы обучаетесь на стилиста, вы уже заранее должны представлять, с кем вы будете работать: только с женщинами или вы будете мужским стилистом. Я не проводила четкого деления, так как понимала, что работать мне будет интересно со всеми.

Но есть определенная категория девушек, которым просто не рекомендуется работать с мужчинами. Это те девушки, в которых мужчина в первую очередь видит сексуальный объект, а не компетентного профессионала. Вы можете это сразу определить, вспомнив, как у вас в повседневной жизни проходит общение с мужчинами. Если вы общаетесь с мужчинами всегда как друзья, и к тому же независимо от обстоятельств, вы всегда имеете свою четкую позицию и непоколебимое мнение, достойное уважения, а также растете в своем профессионализме, тогда вы можете работать и с мужчинами.

У меня 10-20% моих клиентов – это мужчины. В основном это мужья моих клиенток. Пообщавшись со мною, мои клиентки понимают, что мне можно доверять и отправляют ко мне своих мужей.

Работа с мужчинами – проще, чем с женщинами, на мой взгляд. У мужчин нет юбочек-платьев и всяких капризов. С ними все четко и ясно. Если мужчины чувствуют твой про-

фессионализм, они тебе доверяют и беспрекословно слушаются. Соответственно им проще положиться на ваш компетентный выбор и без раздумий купить все, что вы скажете. Выбирать, сравнивать – это не про них. Для них быстрее – купить, что нужно! И все!

Также вы должны понимать, что на встречу с мужчинами нужно одеваться соответственно. На вас все должно быть прикрыто и не привлекать к себе излишнего внимания. А проводя измерения на них, вы должны держать дистанцию. А лучше окидывая взглядом и лишний раз не прикасаться к ним.

Не должно быть никакого флирта, двусмысленных фраз, вы должны объясняться только по теме четко и понятно и держатся с ними достаточно серьезно.

С мужчинами работать просто и быстрее, они достаточно благодарный клиент. Однажды мужчина, который приехал ко мне на консультацию из г. Москвы оставил мне даже чаевые приличную сумму. На мое удивление и желание вернуть эту сумму, он категорически отказался брать, поблагодарив меня за мою профессиональную работу.

Примеры клиентов.

Каждый клиент, встречающийся на нашем пути не случаен. Вы думаете, что это обычные клиенты? Но это не так. Почему именно к вам пришел этот клиент? Почему в поисках среди многих стилистов, он остановил выбор на вас? Почему на сообщение вашего клиента вовремя не ответил другой стилист, и он пришел к вам, потому что именно вы дали ему полную обратную связь и вовремя ответили на все вопросы...

Каждый клиент, пришедший к вам, должен вас чему-то научить, что-то для вас открыть, какую-то информацию до вас донести, с кем-то вас свести... Поэтому ждите своих клиентов с нетерпением, общайтесь с ними с легкостью, старайтесь искренне им помочь. Не нужно думать только о материальной выгоде. Постарайтесь думать в ключе: «Для чего мне этот клиент? И как я могу ему помочь?»

1. К. была моей первой ученицей, которая обучалась дистанционно. Она давно следила за моей деятельностью и наконец решила обучаться на стилиста. Т. к. была из другого города, то сама предложила мне обучаться онлайн. Я к тому моменту только создала онлайн платформу и никого еще на ней не испробовала. К. была настолько легкой в общении и всегда смеялась, что к концу обучения я поняла очень важ-

ную вещь – надо быть проще и всегда учиться. Многие годы я носила корону. Я ведь была первым стилистом своего города и считала себя лучшей. Этот человечек сломал все мои стереотипы. Я начала меняться, стала проще и легче. Поняла, что мы все равны и нет лучших, все едины. После знакомства с ней, у меня появилась тяга к обучению, мне захотелось снова обучаться. А ведь раньше я считала, что все знаю. Вот так бывает, что встреча со своими клиентами и ученицами меняет сознание на 180градусов! Мы их не только одеваем, обучаем и создаем определенный имидж. Мы и сами получаем гораздо больше!

2. Ф. обеспеченная видная женщина, бизнесвумен, у которой в принципе все есть. Но нет одного – счастья! К стилисту привела – надежда ...найти то самое счастье. Но дело в том, что стилист находит нужный фантик под начинку каждого, но не наполняет этой начинкой. Когда ты понимаешь, кто ты, можно уже отчеканить себя и сделать более интересной и презентабельной. Когда ты хочешь поэкспериментировать со своим внешним видом, стилист также придет тебе на помощь и поможет посмотреть на себя с другой стороны. Но когда ты чувствуешь душевную пустоту, здесь нужна более глубокая работа, стилист не сможет помочь.

Ф. выбрала пакет ПРЕОБРАЖЕНИЕ и весь процесс ей приносил удовлетворение. Она получала кайф и кучу комплиментов. Спустя некоторое время я позвонила ей узнать, носятся ли вещи, которые мы для нее купили. Она ответи-

ла, что в течение 2х недель почти все сдала. Когда я спросила, зачем она это сделала, ведь ей все очень понравилось, она мне ответила: «Гульназ, я получаю кайф, когда покупаю что-нибудь себе, а потом, когда получаю деньги от сданных вещей. Итого я получаю двойной кайф!» У нее не было задачи в принципе сменить имидж или обновить гардероб, ей нужны были те ощущения счастья, которые она получала. Только не там их нужно было черпать... Через месяц она мне снова позвонила и сказала, что хочет по магазинам. Но я-то понимаю, что ей в действительности было нужно. Очень мягко и тактично я посоветовала ей сходить к психологу и найти увлечение в жизни... Но через пару лет я встретила ее в магазине, когда одевала своего очередного клиента. У Ф. ничего не изменилось... я это поняла по ее внешнему виду...

3. В. Приехала ко мне на преображение из г. Москва. Из самой столицы в г. Казань. Для меня это было непонятным. Столько стилистов в Москве... почему в Казань, где втрое меньше людей, стилистов и магазинов.

Я очень переживала и боялась, что не смогу оправдать ожиданий. Я привыкла, что ко мне приезжают из разных маленьких городков, где не такой выбор стилистов и совсем нет магазинов. Но это же столица! В итоге мы преобразили не только В., но и ее сына, с которым она приехала к нам в город. Теперь на очереди все ее подруги и старший сын)

Нужно понимать, что межрегиональные границы, расовые различия или чей-то статус никак не определяют твой про-

фессионализм. Либо он есть или его нет. А работать можно с любыми людьми, если знать, как. Мы все равны. И неважно богатый или бедный твой клиент и из какого города. Мы должны делать профессионально свою работу!

4. А. – юная и очень умная девушка, замужем. Спустя какое-то время, она призналась мне, что из всех стилистов, среди которых она выбирала, остановила свой выбор именно на мне лишь потому, что я настолько популярно ей объясняла и разжевывала каждый ее вопрос, что все сомнения сразу отпали. Эта молодая неработающая девочка настолько мудрая, что в свои 19 лет убедила своего мужа, что каждый должен заниматься своим делом. Я являюсь стилистом их семьи уже много лет, и они без моего ведома не покупают ничего. О таких людях с уверенностью можно сказать «мои люди».

5. Л. записалась ко мне на первую бесплатную консультацию и задавала очень много вопросов. Всю нашу беседу я чувствовала на себе пристальный оценивающий ее взгляд, будто находилась на собеседовании. Долго оценивая меня, смогу ли я сделать то, что она хочет, она все-таки решилась попробовать) Л. – классик по психотипу с рациональным подходом во всем. Она сразу же поняла, что имидж решает многое, и сама создать его не в состоянии. На первой нашей встрече, разбирая ее гардероб, я увидела четыре белых водолазки, трое серых брюк, пару белых блуз и еще несколько подобных хмурых костюмчиков. Очевидно было, что мой клиент – консерватор. С такими нужно работать последова-

тельно. Резкая смена имиджа может спугнуть.

Сейчас уже многие годы Л. является моим постоянным клиентом. И я могу с уверенностью сказать, что в последствие лучшие гардеробы получаются именно у классиков. Каждый год вкладываясь в свой имидж, качественно трансформируясь, именно классики меняются до неузнаваемости. Хорошее качественное развитие у них идет.

Видя эти изменения у Л, сейчас ко мне приезжают из разных городов – весь ее штат сотрудниц.

б. А. переехала к нам в город из другого региона. Обустроившись в нашем городе, она работала психологом и неплохо умела тратить деньги на свои желания). И одним из желаний, конечно, было устроить себе шопинг по магазинам со стилистом. Желание, как у любой нормальной девушки))). Выглядеть ей нужно было соответствующе ее статусу психолога, добротно, стильно и при этом располагать клиентов к общению. В принципе типичный запрос многих моих клиентов.

Конечно же, я ее одела должным образом, мы простились, слова благодарности, снова она обратилась ко мне некоторое время спустя... Все как обычно. Почему решила о ней написать?

Кто бы знал, что в последующем именно этот человек будет проводником к моей самой несбыточной (как я тогда считала) мечте – кругосветное путешествие! «Не знаешь, где аукнется», – как говорится в народе. Так вот это об этом! Ты никогда не знаешь, для чего тебе дан тот или иной человек

в этой жизни. Возможно, он будет спусковым механизмом, соединяющим твое прошлое и будущее.

7. Л. уже не первый раз ко мне обращается. Она посетила мою комплексную индивидуальную консультацию. После нее удачно самостоятельно сходила в магазин и прикупила себе правильные вещи. Побывала и на шопинг-девичнике у моих учениц. И недавно захотела со мною лично отправиться на индивидуальный шопинг. При этом периодически, когда я ей предлагала ту или иную модель, она говорила следующее: «А вот один стилист сказала, что сейчас в моде острые носы, а здесь не совсем острый», «На одном эфире я услышала, что брюки лучше не заправлять в сапоги» и т. д. Многие стилисты, особенно на начальном этапе своего становления, могут растеряться и подумать, что они делают что-то не так или чего-то до конца не знают. Может появиться у вас сомнение. Но я хотела бы вас вовремя остановить!

Во-первых, поймите для себя, что если человек уже выбрал вас, как стилиста, то он ранее посмотрел и изучил всю необходимую информацию для себя и выделил среди всех именно вас. В такие моменты я прямо так и говорю: «Вы пришли ко мне, соответственно доверьтесь мне, я антитренд вам точно не предложу».

Во-вторых, если клиент спрашивает, это не означает, что он вам не доверяет. Он уточняет лишь. Возможно, он хотел бы услышать ваше профессиональное мнение и до конца разобраться в этом вопросе.

И в-третьих, есть такие понятия «тренды» и «антитренды». Все остальное – это между ними. Т. е. если сейчас трендом является острый нос в обуви, то это не значит, что сапоги с легка закругленным носом категорически носить нельзя. Они также остаются на сцене, но не на первом плане, как тренды. А вот найти эту тонкую грань антитрендов и того, что посередине, конечно, может быть сложно для наших клиентов. Поэтому они и в растерянности, что если какой-то стилист сказал, что сейчас модно это, а не это, то ВСЕ – «носить это значит категорически нельзя».

И еще хочу отметить, что каждый стилист может интерпретировать моду по-своему, на свой вкус и на свое усмотрение. У каждого стилиста есть еще свой вкус и свое отношение к тем или иным трендам. Не все стилисты бывают объективны относительно моды.

8. Н. приехала ко мне из другого города. Она хотела измениться. Мой стиль и портфолио ей импонировали. Она выбрала меня. Но она уехала обратно, ничего не купив, озлобленная и неудовлетворенная нашей совместной работой.

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.