



Control del Resultado Final

Sin cliente no hay salones de peluquería y sin cliente no hay negocio, por ello, es necesario disponer de toda la información, conocer al cliente para detectar sus gustos y así poder satisfacer sus necesidades y demandas e, incluso, superar sus expectativas.

La Importancia del Control

Por lo tanto, es necesario tener información del cliente para el buen funcionamiento del negocio, es también fundamental la organización y el control interno, valorándolo e introduciendo cambios, si fuera necesario.

Los grandes logros de las empresas se consiguen con unos trabajadores comprometidos, formando equipo con «orgullo de pertenencia».

Ayudarnos de estrategias como: formar adecuadamente al personal, cuidar los pequeños detalles con el cliente, y ser innovadores en el desarrollo de la profesión de peluquería, nos asegurará un servicio excelente en el salón ya que el control del resultado estará garantizado, logrando clientes y también profesionales, satisfechos.



Control de los Resultados

Entendemos por resultado la consecuencia de un hecho, de una operación. En este sentido podremos valorar los resultados del salón analizando y valorando cada proceso (recepción, higiene, peinado, etc.) y la suma de todos ellos, el servicio.



Para valorar y controlar los resultados es imprescindible conocerse. No somos como creemos ser sino como nos ven los demás. Para el conocimiento propio y del funcionamiento del salón, se debe realizar un análisis en tres niveles de observación:

Tres Niveles de Observación

Nivel profesional

El resultado profesional será estudiado de forma aislada. Se propondrán los mecanismos necesarios para obtener la información suficiente que nos indique la calidad del resultado final. La peluquería es un trabajo en equipo y el éxito del resultado final es un éxito del conjunto de profesionales.

Nivel de conjunto

El resultado de nuestro trabajo debe quedar integrado en la imagen global que deseamos conseguir.

Estos dos niveles deben ser analizados con un criterio profesional basado en una buena formación y un reciclaje continuo.

Nivel de satisfacción

El resultado cumple o no las expectativas del cliente/a. Ocurre con cierta frecuencia en los salones que, aunque se realizan trabajos de altísimo nivel, muchas veces no responden a las demandas del cliente. Esto lo debemos considerar un fracaso en toda regla. Es muy importante satisfacer sus necesidades y expectativas sobre lo que espera de nuestro trabajo.

Ejemplos de Control Profesional



cindible conocerse.
los demás. Para
del salón, se
vación:

rá estu-
ecanis-
sufi-
final.
ito
le

EJEMPLO:

En un cambio de forma permanente, se observa que finalmente el cabello presenta el rizo deseado, eso quiere decir que hasta este momento el proceso se ha desarrollado correctamente y todos los que han participado en él han constatado su buen hacer.

EJEMPLO:

El rizo de la permanente, no solo debe estar correctamente conseguido, sino también debe quedar bien integrado con el tipo de rostro, su estilo personal, etc. Es decir, el trabajo se ha adaptado y personalizado según las características del cliente.



Técnicas de Control del Resultado

Podemos apoyarnos en varias técnicas que nos faciliten dicho control del resultado:

Observación y comunicación

Es decir, la observación directa de los resultados obtenidos, y también de la actitud de nuestros clientes, los cuales nos envían mensajes no verbales (expresión facial, gestos, miradas, posturas, tensión, relajación, seriedad, sonrisa...) y verbales (tono de voz, indecisión, queja...) que nos pueden indicar su grado de conformidad.

Estas técnicas son muy importantes porque nos permiten ponerle una solución inmediata como por ejemplo un acabado diferente del peinado, un consejo adecuado, una explicación, etc.

Encuestas

Se podrían realizar unas encuestas anónimas de satisfacción que nos permitan evaluar el servicio y detectar en algunos casos, posibles desviaciones. Pueden realizarse tras finalizar el servicio o remitirse por correo al domicilio del cliente, facilitándole la manera de devolverlo. El inconveniente es que no suelen ser suficientemente fiables. Nos permiten ponerle una solución y mejorar en el futuro.

Nuevas tecnologías

Se podría facilitar la evaluación de la calidad de nuestro servicio a través de la página web del salón, el correo electrónico, foros, blogs.

Con los datos obtenidos nos cabe una reflexión, si son buenos, nos indican que avanzamos en la línea correcta, si son negativos nos marcan el camino de la rectificación.

Calidad en el Proceso, la Calidad del Servicio



La calidad de un proceso o servicio de peluquería es la percepción que el cliente tiene del mismo. Al ser un concepto tan subjetivo debemos empatizar con los clientes para conocerlos mejor. Cuanto más conocimiento sobre sus gustos y necesidades, mayores serán las posibilidades de éxito.

La correcta gestión de las partes implica la calidad del conjunto. Si tenemos bien gestionados y controlados cada uno de los procesos del salón, tendremos como resultado un servicio óptimo.

La suma de las mejoras en los procesos, incrementa la calidad de los resultados.

Para ofertar servicios de buena calidad en el salón de peluquería, es necesario:

01	02
Planificar	Ejecutar
¿Qué queremos? ¿Qué tenemos? ¿A dónde vamos?. Diseñar un plan de actuación.	La buenas ideas y la elaboración de planes no sirven de nada si no se llevan a cabo. ¡Manos a la obra!
03	04
Verificar	Corregir
Mediante un control de los resultados analizar los niveles de cumplimiento del plan y los niveles de satisfacción del cliente.	Adoptar medidas correctoras en los casos en los que sea necesario y disponer de recursos para la mejor continuidad.

La Ruta de la Calidad

La RUTA DE LA CALIDAD puede ser aplicada a los salones de peluquería. Los servicios de cambios de forma temporales, cambio de forma permanentes y los cambios de color, comparten las expectativas que el cliente deposita en sus resultados.

En la siguiente ruta, podrás comprobar la importancia de conocer el QUÉ y el CÓMO.



Factores que Potencian la Calidad

La calidad no es igual para todo el mundo, cada uno la percibe de diferente forma, es un concepto subjetivo. Para que los clientes opten por un determinado salón, este debe tener un carácter diferenciador; algo que lo distinga de los demás y en los que la calidad sea un referente. Los clientes que repiten son los que nos comunican con su presencia que hemos acertado en los planteamientos comerciales y profesionales.

Dado que la calidad es un concepto relativo podemos hablar de:

La calidad percibida

La que sienten los consumidores y es subjetiva. Se trata de la respuesta a lo que espera obtener el cliente. Si es positiva, favorece a la empresa ya que fideliza al cliente.

El cliente comunica a la empresa:

- Accesibilidad. Facilidad para llegar al salón y moverse en él.
- Cortesía. Trato amable y con vocación de atender al público.
- Comunicación. Interpretan lo que lo que demandamos los clientes.
- Competencia profesional. Percibimos el buen hacer; el control en los procesos y el éxito en los resultados.
- Fiabilidad. Inspiran confianza en sus actuaciones.
- Seguridad. Nos sentimos protegidos.
- Capacidad de reaccionar. Son activos y resolutivos frente a los imprevistos.

La calidad real

La resultante de las actuaciones y procedimientos de la propia empresa, así como aquellas que le aportan un valor añadido y diferencial y que en su conjunto son objetivas y medibles.

La empresa transmite al cliente:

- Disponemos de instalaciones, aparatos, mobiliario y cosméticos adecuados.
- Demostramos profesionalidad con nuestras actuaciones.
- Estamos a la vanguardia en técnica y moda.
- Ofrecemos servicios con buena relación calidad-precio.
- Facilitamos canales de comunicación, buzón de sugerencias, mail.
- Velamos por la confidencialidad de los datos de los clientes.
- Aplicamos buenas prácticas medioambientales.

Ten en cuenta...

«No hay segunda oportunidad para causar una buena primera impresión.»

Control del Resultado Final en los Procesos

Generalmente se realiza por observación directa, no solo por parte del profesional que ha realizado el proceso si no de su supervisor cuya visión, probablemente, será más objetiva.

El control se realiza teniendo en cuenta diferentes parámetros que nos den la información profesional sobre el resultado:

Cambios de forma

- **Nivel de brillo y maleabilidad del cabello:** un cabello con un buen acabado debe presentar su cutícula cerrada por lo que presentará un brillo adecuado, así como con una correcta flexibilidad.
- **Volumen conseguido:** debe adecuarse al tipo de rostro y al estilo personal y siempre satisfaciendo las necesidades y gustos del cliente.
- **Raíces:** debemos conseguir un control de los remolinos y de los nacimientos del cabello, que por su forma natural van en direcciones no deseadas y tienen tendencia a recuperar su alfa queratina.
- **Puntas:** hay que trabajarlas en la dirección del peinado con el fin de que queden pulidas, es decir, brillantes y sin encrespamiento.
- **Tamaño y uniformidad del rizo:** tanto en los cambios permanentes y en los temporales, es importante controlar el tamaño del rizo para cumplir con las expectativas del cliente y la uniformidad del rizo para que el resultado sea homogéneo.

Todo esto, siempre, encajando perfectamente en el estilo personal del usuario.

Cambios de color

- **Nivel de hidratación y nutrición:** que determinará un acabado con brillo.
- **Logro del color:** en relación al color seleccionado en la carta de colores.
- **Uniformidad:** o no, del color; según el planteamiento previo que nos habíamos propuesto.
- **Misión del color cumplida:** aclarar, igualar, oscurecer o cubrir canas.
- **Resultado:** acorde al estilo personal, color de la piel y de los ojos del cliente.

Grado de Satisfacción del Cliente

Cuando hablamos del grado de satisfacción, nos referimos al resultado de la evaluación que realiza un cliente, voluntaria o involuntariamente, de una experiencia de consumo. Un cliente está satisfecho cuando obtiene soluciones eficaces a sus demandas. La plena satisfacción se consigue mediante la excelencia del trabajo realizado, tanto en los aspectos profesionales como en el trato personal.

Cuando un cliente se siente único, especial y con una imagen personal mejorada, se eleva su autoestima, sintiendo esto como un «valor añadido percibido».

Un cliente satisfecho nos proporcionará una sensación agradable, de haber realizado bien nuestra labor profesional, y si además conseguimos que vuelva asiduamente habrá fidelizado con el salón. Todavía podemos aspirar a más: hemos fidelizado al cliente pero además incluso atrae a otros clientes, es tan grande su nivel de satisfacción que se convierte en **PRESCRIPTOR**.

Un cliente prescriptor es aquel que conoce bien nuestro producto y servicio, se identifica con ello, está totalmente convencido y ejerce a su vez un gran poder de convicción en su entorno más cercano. Le gusta nuestro salón, su situación, los productos, el trato, el equipo humano, la seguridad que se le transmite, la forma en que se trabaja... y lo dice, lo cuenta a la gente cercana a él, atrayendo por lo tanto nuevos clientes al salón.



Asesoramiento Profesional para el Mantenimiento

Para conocer este grado de satisfacción de los usuarios del salón de peluquería, tenemos diferentes recursos:



Observación

Por medio de los gestos y sonrisas de los clientes y también por el tono de voz con el que se expresen o se justifiquen.



Valoración

Midiendo su grado de satisfacción mediante encuestas tipo que nos permitan conocer si estamos cubriendo las necesidades y expectativas de los usuarios de nuestro salón de peluquería y en qué deberíamos mejorar o mediante foros o en la página web.

Mantener una clientela con un grado de satisfacción alto, garantizará nuestra permanencia en la profesión, la rentabilidad del negocio, y también, por qué no, nuestra propia satisfacción personal y motivación.

Mantenimiento según el servicio

Mantenimiento del rizo
estructural de cabello
permanente o temporal
Asesoramiento sobre productos
específicos y técnicas de cuidado
para prolongar el efecto del rizado.

Mantenimiento del liso
permanente del cabello
Recomendaciones de productos y
rutinas para mantener el alisado y
proteger el cabello.

Mantenimiento del color y
la decoloración
Consejos sobre champús,
mascarillas y tratamientos para
preservar el color y la salud del
cabello.