**Modulo 1 - Fundamento**

Lembretes:

#1 Eu já sabia (sempre há um conhecimento a ser adquirido, por mais que você pense que saiba)./ Saber em teoria é diferente de saber na prática

#2 Eu não Acredito (não acreditar não significa que não funciona...)

#3 Isso não funciona para mim. (Porque no meu salão é diferente...) isso gera bloqueio de possíveis grandes ganhos.

#dica: Quebre o hábito de reclamar, murmurar... (Só depende de você! O tempo que você gasta reclamando você pode gastar melhorando seu negócio e verá o quanto seu salão vai crescer).

* Não deixe que aquilo que você não pode fazer te impeça daquilo que você pode fazer.

**FUNDAMENTO**

SIGNIFICADO: É O PRINCÍPIO SOBRE O QUAL SE APOIA E SE DESENVOLVE UMA COISA, O ALICERCE DE TUDO.

EX: A FUNDAÇÃO DE UMA RESIDÊNCIA É A PARTE MAIS IMPORTANTE, PORÉM NAO PODE SER VISTA DEPOIS DE PRONTA.

SEM FUNDAÇÃO É IMPOSSIVEL GANHOS A LONGO PRAZO E PARA EMPREENDER COM SUCESSO O PENSAMENTO A LONGO PRAZO É MAIS DO QUE ESSENCIAL.

* Algumas pessoas obtêm lançamentos de sucesso rápido, faturam muito em pouco tempo, mas passam muito tempo planejando, organizando, elaborando a fundação do negócio para ter base para o lançamento de sucesso visando o longo prazo, nao pensando no retorno imediato.

Obs. É necessário parar de pensar no negócio como uma forma de ganhar dinheiro rápido ou até mesmo um bico para pensar em realmente um negócio lucrativo e duradouro, um **NEGÓCIO DE FATO** e para isso é preciso pensar a longo prazo.

**PRINCIPAL FUNDAMENTO**

* MASTER MIND

#Napoleon Hill - As principais leis do sucesso.

O que é um MasterMind?

A coordenação de conhecimento e esforço, em espírito e harmonia entre duas ou mais pessoas para alcançar um proposito definido.

O que um bom mastermind oferece para você?

* Acelera seu aprendizado em diversas áreas;
* Acelera seus resultados (network);
* Aumenta sua rede de contatos;
* Minimiza potenciais erros;
* Encurta caminhos (-tempo e -dinheiro gastos para fazer o que você precisa fazer);
* É a diferença entre tentar fazer tudo sozinho, errando e acertando ou pegar atalhos com outras pessoas tão ou mais inteligentes que você.

Quando você vê uma determinada pessoa bem-sucedida e pensa, como será que ela chegou a esse ponto? Como alcançou o sucesso? Reflita sobre quem ela conhece e com quem ela anda. Você é a média das 5 pessoas que você mais convive

Vamos pensar? Ex: você quer emagrecer, mas anda com pessoas acima do peso e que estão satisfeitas com essa situação, sempre pedindo *fast-food* e comidas semelhantes e não praticam nenhuma atividade física. Quais as chances de você obter êxito na sua meta?

#dica: fortalecer a mente é o principal passo para o sucesso;

Sem uma boa fundação nenhuma casa sobrevive muito tempo, o mesmo vale para o seu negócio.

**A FÓRMULA**

Os dias ruins chegam para todos!

Muitas vezes as coisas saem do controle, stress e/ou desanimo aumentam, pensamentos negativos começam a crescer, reclamação de clientes, procrastinação, colaboradores faltando em dias/situações importantes...

Mas tem uma boa notícia: Esses dias passam!

É essencial você ter claramente e documentado o porquê você faz o que faz para não se perder ao longo do tempo.

**FÓRMULA MMDC**

Metas:

* Meta do negócio- metas concretas ex: aumentar em 50% meu lucro, aumentar em 50% meus clientes...etc.
* Meta pessoal- trabalhar 20% menos para aproveitar com lazer/família, viajar 2x ao ano...etc.

Método:

* O que vou fazer para atingir a meta? Quais serão os recursos?

Disciplina:

* Constância, fazer as atividades propostas, pesquisar coisas sobre gestão, assistindo todas as aulas...etc.

Comunidade:

* Network;
* MasterMind com outras pessoas do setor, troca de experiências...etc.

**MÓDULO 2 – OS 3 COMPONENTES DE SUCESSO DE UM SALÃO**

* Componentes e conceitos

Os 3 componentes de sucesso de um salão de beleza são:

**#1 Processos**: Tudo que precisa ser feito é documentado, *check-list* das rotinas precisam ser documentados. Tudo precisa ser documentado para manter um padrão de serviço;

Em processos, aprender a ensinar seus colaboradores onde as coisas começam e terminam para que não se percam no meio da prestação do serviço, seguindo um passo a passo sem surpresas maiores.

**#2 Produtos e serviços**: Muitos salões não tem estratégia para precificar e vender os seus produtos. Muitas vezes os produtos e serviços dão prejuízo porque não se tem um processo e as pessoas que fornecem esse tipo de produto/serviço, e por não ter um processo as pessoas acabam executando de qualquer forma e no final existe a sensação que trabalhou e não ganhou nada;

Aprender e entender como:

Formatar seus preços corretamente;

Administrar seus Custos;

Definir ótimas estratégias de vendas;

Divulgar seus produtos e serviços de forma inteligente, eficaz e com baixo custo.

#Falar muito sobre marketing e estratégia.

**#3 Pessoas** (extremamente importante): Sem pessoas não existe negócio. Muitos donos de salão negligenciam muito isso, mas as pessoas que vão fazer com que o seu negócio tenha sucesso.

Aprender a:

Melhorar sua comunicação e a dos seus colaboradores, afinal a comunicação é a chave de tudo;

Se tornar o líder que eles precisam;

Medir o desempenho do seu time para corrigir potenciais falhas e amplificar a qualidade da sua equipe;

Como fazê-los produzir melhor e mais.

**OS 6 CONCEITOS NECESSÁRIO PARA CONSTRUIR UM SALÃO QUE FUNCIONA:**

Construir um salão de beleza é simples. Construir um salão que funciona é outra história.

1# MITO DO DONO:

O mito de que uma organização/empresa só funciona quando o dono está lá o tempo todo;

Que o negócio só obterá sucesso se o dono intervir nas atividades do dia a dia constantemente;

A recomendação é inversa, o negócio tem que funcionar sem o dono, sem a intervenção do dono.

2# O Surto empreendedor:

Aquele momento em que você se vê trabalhando para alguém em um determinado lugar/empresa e começa a pensar que poderia fazer aquele trabalho sozinho em seu próprio negócio, afinal, se o seu chefe consegue, você também consegue;

Você acredita que por conhecer o lado técnico do negócio, (a parte operacional em geral) você está automaticamente qualificado para ter um salão.

Cuidado! Não é verdade, essa é a principal origem de falência da maioria das pequenas empresas. Porque geralmente o técnico assume o salão e transforma em emprego e não em negócio;

A princípio é muito bom. Afinal, você pode fazer tudo da sua maneira. (Usar os melhores produtos, executar serviços inovadores, entre outras coisas);

O problema é que muitas vezes o técnico (no caso você) esquece que é necessário alguém para administrar e pensar no futuro do negócio, elaborar uma fundação boa para que o negócio prospere e não ceda com as adversidades que virão;

E seguindo esse triste roteiro, milhares de negócios abrem e fecham no mundo todos os anos.

3# Os 3 tipos de personalidade:

Todos nós precisamos sempre lidar com 3 tipos de personalidade dentro de um negócio: 1- O técnico, 2-O administrador, 3- O empreendedor.

* Empreendedor: É o estrategista, visionário, a personalidade criativa. Ele vive no futuro!
* Administrador: É o que pensa na organização, no planejamento do negócio, muitas vezes vive no passado, organizando as coisas.
* Técnico: O executor. O que adora fazer as coisas, se o administrator vive no passado e o empreendedor vive no futuro, o técnico vive no presente. Sempre pensando e fazendo as coisas imediatamente, o operacional.

O problema é que dono de salão de beleza é típico: 10% empreendedor, 20% administrador e 70% técnico e esse desequilíbrio de personalidades prejudicam as chances de sucesso da sua organização. O Primeiro passo para ter o seu negócio é mudar a sua mentalidade, você não pode ser apenas um excelente técnico, precisa também ser um ótimo dono de empresa e essa mudança de mentalidade, por mais que pareça coisa pequena, faz toda a diferença nos seus resultados.

4# A revolução *Turn-Key* (gira chave):

Início em 1952 com Mcdonalds, Ray Kroc, um vendedor de equipamento para lanchonetes ficou impressionados com a criação dos irmãos Mcdonalds, pois tudo era padronizado, rápido e executado sempre da mesma forma, criando uma rotina. O diferencial do Mcdonalds não era o lanche, mas sim o negócio. Um sistema completo de fazer negócio, então veio o foco de elaborar uma organização cada vez mais previsível, dependente de sistema e pouco dependente de pessoas.

Ray construiu um negócio que poderia funcionar sem o empreendedor. Com processos bem definidos, produtos lucrativos e pessoas bem treinadas.

#A CHAVE DO SUCESSO É TRABALHAR PARA O SEU NEGÓCIO E NÃO NO SEU NEGÓCIO!

A grande maioria das franquias utiliza 5 regras:

1 – Fornecer vantagens reais aos seus clientes, funcionários, fornecedores entre outros – RELAÇÃO GANHA-GANHA.

2 – Se comportar como um lugar de ordem impecável

3- Todas as tarefas serão documentadas em manuais de operação

4- Serviço uniforme e sempre previsível, facilitando a execução

5- Utilizar cor, uniforme e código padronizado.

5# A cultura de empresa importa:

Na grande maioria o comportamento diário do dono reflete na cultura da empresa. Afinal, você é a média das pessoas mais próximas de você.

A cultura do seu negócio pode **matar** suas chances de sucesso se não for adequada. Ex: se você possui um comportamento ruim, como mal vocabulário, seus funcionários com o tempo começarão a repetir suas atitudes, prejudicando seu negócio e afastando seus clientes. É importante refletir sobre como você se comporta e se seu comportamento ajuda seu negócio a crescer.

Exemplos de comportamentos negativos:

Palavrões, reclamações em excesso, falta de comunicação da equipe, impaciência, muita ganância (egoísta), frieza, falta de ética profissional e pessoal, falta de visão de liderança e mudanças de prioridades com frequência.

A cultura define o comportamento das pessoas, se elas serão mais tranquilas ou agitadas. Processos bem definidos amenizam e evitam vários potenciais problemas estruturais que contribuem para uma cultura ruim, um ambiente com menos reclamações aumenta consideravelmente a produtividade, menos palavrões resultam em mais respeito e senso de comunidade e empatia.

O melhor jeito de definir a cultura é fazer o jogo do contrário: Pegar todos os exemplos ou hábitos ruins que você mesmo pratica e fazer o contrário disso, transformando esses desvios em virtudes e melhorando como pessoa, como líder, como gestor e etc.

6# Crenças limitantes:

Crenças: programas instalados em nosso cérebro... culturas, valores, etc.

Todos nós temos crenças limitantes, crenças que bloqueiam nosso crescimento baseado nos valores e cultura em que vivemos. Ex: se você vive em uma cultura onde todos gostam de levar vantagem, você acredita que isso é correto e acaba repetindo esse hábito, resultando em perda de confiança nas pessoas e prejudicando seu crescimento, sua network e sua evolução em todas as áreas da sua vida, principalmente no seu negócio.

A sugestão é quebrar no mínimo 2 crenças limitantes, a maioria dos seres humano possuem essas crenças: 1- Vender é enganar ou empurrar algo que a pessoa não precisa. 2- Só ganha dinheiro quem é desonesto, corrupto, etc.

**PROCESSOS**

Estrutura física:

1# Fachada

Não precisa ser complexa, o importante é transmitir ao cliente que você está pensando nele e em atende-lo da melhor forma. Muitas empresas perdem clientes todos os dias porque não transmite segurança, qualidade, profissionalismo, organização e limpeza. Vamos refletir: Quantas vezes você já comparou um produto com outro apenas pela embalagem? Ou até mesmo comprou um determinado produto só por causa da embalagem?

Toda franquia possui uma fachada com logotipo, iluminação, cores bem definidas, tornando-a bem atrativa. Isso é estratégico!

#2 Recepção

A recepção também precisa ser bem impactante, pois é a continuidade da experiência da fachada.

A recepção deve conter: **Ao menos um balcão de atendimento, um telefone, um sistema informatizado (para cadastrar clientes, verificar agendas e verificar serviços), um caixa.**

#3 Sala de Espera

É uma continuidade da recepção, deve ser um ambiente confortável onde a pessoa se sinta bem enquanto aguarda. É importante conter: Sofás ou poltronas confortáveis, água, café ou suco ou outras bebidas, depende do seu público alvo, uma televisão ou música ambiente, *Wifi* e display para venda de produtos, produtos de degustação...etc.

4# Sala de atendimento

Ambientes fechados ou abertos? O ideal será ambientes abertos, pois transmite ao seu cliente um salão maior, com muitas divisões as pessoas se sentem presas e ninguém quer se sentir preso em algum lugar. Obs. É importante garantir divisórias para determinados serviços, mas quanto mais aberto o ambiente for, melhor.

Sala de atendimento deve conter: cadeiras confortáveis, iluminação adequada, paredes com cores discretas, lavatórios, display para venda de produtos, armários, espelhos...

5# Banheiros: Devem ser o mais próximo possível de uma sala de atendimento, deve ser limpo no mínimo 3 vezes ao dia;

Deve seguir as orientações da **Norma Técnica ABNT NBR 1638:**

* **4.1.3.2** As instalações sanitárias do salão de beleza devem possuir lavatórios e estar supridas de produtos destinados à higiene pessoal, como papel higiênico, sabonete líquido inodoro antisséptico ou produto antisséptico, bem como toalhas de papel descartáveis ou outro sistema higiênico e seguro para secagem das mãos. Os coletores dos resíduos devem ser dotados de tampa e acionados sem contato manual.
* **4.1.3.3** No salão de beleza, devem existir lavatórios exclusivos para a higiene das mãos nas áreas de execução dos serviços, em posições estratégicas e em número suficiente, de modo a atender a toda a área onde o serviço é prestado, possuindo sabonete líquido inodoro antisséptico ou produto antisséptico, bem como toalhas de papel descartáveis ou outro sistema higiênico e seguro para secagem das mãos. Os coletores dos resíduos devem ser dotados de tampa e acionados sem contato manual.
* **4.1.3.4** Convém que os salões de beleza possuam instalações sanitárias exclusivas para clientes, separadas por gênero, diferentes daquelas de uso dos seus profissionais e/ou colaboradores e parceiros. Quando o salão de beleza estiver localizado em shopping center ou galerias, as instalações sanitárias destinadas ao público podem ser coletivas, ou seja, dos centros comerciais.

**Para saber mais consulte → ABNT NBR 1638 – Salão de beleza – Requisitos de boas práticas na Prestação de serviços.**

6# Estacionamento

O mais próximo possível do negócio. Caso não tenha estacionamento faça um convênio, é fundamental ter estacionamento na empresa.

#Sua estrutura precisa proporcionar uma experiência confortável e de fácil acesso aos seus clientes, isso é fundamental para a fidelização dos mesmos.

**ORGANIZAÇÃO DO AMBIENTE**

1# Identidade visual

Cor das paredes: é necessário evitar cores muito escuras ou muito chamativas dentro do seu negócio, pois elas cansam a visão do cliente. Use no máximo uma pequena parede destacada.

Sancas e itens de decoração:

Você pode usar metais, madeira, quadros, o ideal é que esses itens conversem... combinem uns com os outros de uma maneira uniforme.

2# Iluminação

É essencial uma boa iluminação, pois você está trabalhando com a imagem das pessoas;

É ideal usar iluminação indireta (conhecida como iluminação difusa ex: luminárias ou lâmpadas foscas);

Em ambientes de recepções e salas de espera você pode usar uma linha de iluminação diferente ex: iluminar um quadro, ou uma parede, ou até mesmo utilizar spots.

No ambiente de atendimento ao cliente, é recomendado mesclar luzes de cores quentes e frias. Outra dica é utilizar iluminação vertical no espelho.

#Circulação

Circulação de Ar: Salões geralmente possuem muitos aparelhos que aquecem o ambiente e uso de produtos químicos. É importante cuidar da temperatura, tanto para o frio quanto para o quente. É essencial também garantir uma boa circulação, pois assim evita os cheiros fortes de alguns produtos. É ideal que aromatize o ambiente do seu salão, criando assim uma identidade positiva.