

# CONECTANDO CON LA CLIENTA

Te proponemos **6 claves** para que desarrolles las **habilidades** y las **estrategias** que te permitan **conocer mejor** a tus clientas.

hagan conectar y entender mejor a la clienta. Pero, ¿por dónde se empieza para conseguirlo? A continuación te damos las claves para que lo pongas en práctica y conozcas mejor a tu clienta.

## 1. Capta la atención de la clienta

El primer y el último momento que nuestra clienta permanece en el centro son vitales para que se lleve un buen recuerdo y vuelva a pedir una cita. Para conseguirlo, se puede recurrir a mantener un contacto visual adecuado, sonreír o adoptar un tono de voz suave pero firme. Todas estas señales las percibirá casi de forma inconsciente, le dejarán un buen sabor de boca y ayudarán a que solicite una nueva cita. No hay peor sensación que entrar en un centro de belleza y encontrar a la profesional con mala cara, sin que apenas dirija la mirada y sin acordarse de quién es esta clienta. Uno de los gestos que más agradecemos las personas es que se dirijan a nosotros por nuestro nombre. Así pues, **presta atención y recuerda su nombre** para mencionarla frecuentemente. De esta manera, la clienta se sentirá cuidada, sabrá que está bien atendida y se generará en ella confianza, ¡esa es la clave para que vuelva!

**e**l éxito de un negocio radica en tener muchas clientas y que queden satisfechas, y eso no es tarea fácil, sobre todo con toda la variedad de personas que acuden

al centro. Ya no es suficiente con tener una buena técnica y estar al día de todas las novedades del sector, ahora una profesional de éxito deberá combinar su destreza en los servicios junto con las habilidades personales que le

## 2. Preguntas, las adecuadas y de una en una

Muchas veces, con el ansia de explicar un nuevo tratamiento, una nueva línea de productos o el maquillaje que nos gustaría hacer a la clienta, nos olvidamos de escucharla. Hay que tener en cuenta que se le debe dar lo que quiere, no lo que nosotras pensamos que necesita. Si le preguntamos abiertamente qué le apetece y luego procesamos esa información, podremos satisfacerla mejor. No podemos hacer a cada clienta todo lo que nos gustaría, pero sí podemos **llevarla a sentir curiosidad** por lo que ella quiere y abrirla necesidades. La clienta que no expresa su opinión o gustos dirá a todo que sí, pero luego no volverá más. Es ese tipo de clienta que parece que lo va a comprar todo, pero después no vuelve al centro. Observando y escuchando de forma activa podemos reconducir estas situaciones.

## 3. Las sensaciones, nuestras grandes aliadas

Tenemos la suerte de trabajar con productos de belleza y servicios que ofrecen un valor añadido a la clienta que entra por la puerta. Pero ella no quiere solo hacerse un masaje e irse a casa, quiere llevarse consigo algo más. Como profesionales de la estética se debe transmitir qué se consigue con un tratamiento o producto, ya sea verse más guapa y más bella o sentirse con más seguridad y poder. Por ese motivo compra la crema que le aconsejamos para seguir el cuidado en casa, y del mismo modo, realiza un tratamiento en cabina. Todas estas **sensaciones, experiencias y deseos** es lo que se le debe transmitir: que sienta que existe un antes y un después de estar en tu centro.

¿Cuál es el primer paso para conseguir esto? Aprovechar la ventaja de nuestro negocio y darle a probar y conocer todos los productos que le aplicaremos y porqué. Ver y notar un producto, y a la vez escuchar el motivo por el que lo aplican, así como sus beneficios, es la mejor manera de seguir recibiendo a esa clienta en el centro. En este sentido, se puede **jugar con la comunicación en diferentes canales**, como son la visual (ya que está viendo el producto o el tratamiento), el auditivo (escucha el porqué de cada cosa y la razón de aplicárselo a ella) y el cinestésico (notará en su propia piel lo que le estamos haciendo: sensaciones cálidas, refrescantes, suaves, que, sin decirle nada, experimentará por sí misma).

## 4. Palabras que le lleguen, sin ser abstractas o muy complejas

Conviene tener en cuenta que hay formas de hablar más persuasivas que otras. Diversos estudios demuestran que algunas palabras, tales como ahorro, garantía, probado, fácil, resultados, nuevo o seguro, son muy potentes e impactan eficazmente en la otra persona. Si las tenemos en cuenta, **ganaremos en cercanía**, ya que nuestro cerebro se activa cuando oye términos que nos evocan sensaciones y tocan lo más primitivo de nuestra razón.

## 5. La importancia del lenguaje corporal

Nuestro día a día nos hace ver la relación física y de proximidad que tenemos con la clienta. Las características de un servicio hacen que estemos muy cerca de ella, pero ¿cuál es el impacto de nuestra

comunicación? El 55% es lenguaje corporal, seguido de la voz con un 38%, mientras que **las palabras son sólo un 7%**. Esto indica qué es lo que se va a quedar la clienta: el mensaje que entienda de nosotros estará determinado por nuestra voz y nuestro cuerpo; no es lo que decimos, sino cómo lo decimos.

## 6. Energía positiva para proyectar sentimientos

Nuestro entusiasmo debe ser contagioso y el lenguaje corporal debe reforzar ese mensaje. De esta forma no se nos resistirá ningún tipo de clienta. Eso no significa decir que sí y dar la razón en cada momento, pero esos obstáculos que ponen las clientas difíciles deben salvarse llegando a sus emociones.

Una de las claves es **escucharlas** y usar palabras que nos pondrán más fácil responder a su falta de tiempo para hacerse el tratamiento o **argumentarle** el precio elevado que considera que tiene el servicio. Servirá de ayuda explicarle cómo es el antes y el después de probar el servicio, qué ocurre sin la solución que le proponemos y con ella, cuál es su situación actual y los beneficios que experimentará tras realizarse el tratamiento, o sugerirles que toquen, sientan o prueben un producto.

Todas estas estrategias de comunicación complementarán a los servicios que se ofrecen en el centro y darán un valor diferencial para que elijan nuestro centro y no otro. ■



**MARTA FOIX**  
Formadora & Psicóloga de  
Cátedra Coaching  
C/ Pere IV 214  
08005 Barcelona. [www.catedracoaching.com](http://www.catedracoaching.com)