



MIRANDO A NUESTRO ALREDEDOR

Las claves para **distinguirse de la competencia** y ofrecer un **valor añadido** al centro de belleza.

Hay alguien tan inteligente que aprende de la experiencia de los demás". Esta célebre frase, extraída del escritor francés Voltaire, nos sirve para hablar de cómo tratamos a nuestros competidores y qué podemos sacar de ellos. No sería necesario detenernos en este tema si todas trabajáramos en un centro único en nuestra ciudad o cuando el más cercano estuviera a más de

5 horas en coche. Sin embargo, sabemos que esta posibilidad es prácticamente nula en nuestra sociedad y nos toca vivir en la abundancia y saturación de centros y negocios como el nuestro.

¿Qué podemos hacer para avanzar en nuestro negocio?

Para empezar, y aunque parezca contraproducente, tenemos que fijarnos

en cómo trabajan nuestras colegas y qué hacen, qué servicios ofrecen, si tienen muchas clientas, cuándo hacen promociones, qué descuentos aplican a su clientela fiel, etc. Este análisis inicial nos servirá para tener una mente más amplia y relativizar lo que hacemos. No se trata de criticar lo que hacen los demás, ni de pensar que nuestro salón de belleza es mejor que los otros, pero las creencias extremas no son

buenas y tenemos que reconocer que de todo se aprende. No se pretende espiar cada día el centro de belleza cercano a casa o aparecer allí de incógnito, pero seguramente echando un vistazo a las redes sociales, los folletos o el material de publicidad que tenga la competencia, o incluso indagando en aquellas clientas que también vienen a nuestro centro, probablemente tengamos pistas de cómo trabajan y conozcamos sus éxitos y acciones no tan acertadas.

Modelar para crear tu propia seña de identidad

Cada negocio actúa dependiendo de lo que la clienta le pide, las tendencias del momento, la última moda en maquillaje, peluquería o bienestar, etc. No podemos cerrarnos a sus necesidades porque no todo se nos ha ocurrido a nosotras. Por eso debemos mirar alrededor y pensar qué podemos adoptar de los demás. A eso se le llama modelaje, y no es más que detectar qué hacen bien otras profesionales

“Hay que estar abiertos al éxito de los demás y pensar que para avanzar hay que saber abrir nuestra mochila para incorporar positivismo, nuevas estrategias o nuevas técnicas”.

como nosotras y alcanzar su éxito. Fijarse en cómo transmiten sus mensajes a la clienta, qué resultados obtienen o cómo las tienen fidelizadas nos puede dar un bagaje incalculable de conocimiento y experiencia que podemos aprovechar para nuestro día a día. ¿Quiere decir eso que estamos copiando estrategias de venta y de negocio de otros? No, porque cuando integramos esos modelos en nuestra experiencia las adaptamos a nuestra manera y forma de ser y construimos nuestro patrón, de ahí que no haya ningún centro de estética igual ni profesional que haga los servicios de estética idénticos a otra.

Aquí es donde aparece nuestra seña de identidad, lo que nos hace diferentes y que nuestra clienta debe reconocer como tal. Los servicios y el trato que ofrecemos están en nuestra mochila, cargada de experiencias y conocimientos junto con lo vivido y lo observado, y modelar no es más que estar abiertos al éxito de los demás y pensar que para avanzar hay que saber abrir esta mochila para incorporar novedades, positivismo, nuevas estrategias, nuevas técnicas, etc. Quizá esto signifique dejar algo atrás al incorporar cosas nuevas, pero si queremos crecer y tener una maravillosa clientela hay que apostar. Es una forma de compartir conocimiento pero adaptándolo

a nuestro *modus operandi* que se debe transmitir a vuestras clientas. Hemos de entender la competencia como algo sano y siempre tratándola con el respeto que se merece. Así lo debemos transmitir en nuestro centro y a nuestras clientas. ¿Acaso os gustaría contratar un servicio en el que critiquen sin parar a sus colegas de profesión? Esos celos ya quedaron atrás. En pleno siglo XXI el triunfo es saber ver que todos tenemos nuestro lugar y que hay clientas para todas, sin embargo parar de vez en cuando y observar qué hacen las demás puede dar un soplo de aire fresco a nuestro negocio y, además, hacemos sentir más únicas y diferentes, porque lo hemos recreado a nuestra manera. En esos momentos que pensemos “no puedo”, “no sé” o “nunca lo conseguiré”, pensemos que, si otras lo han conseguido, nosotras también podemos hacerlo. Fijémonos en cómo lo han logrado y extraigamos nuestras propias conclusiones. Sólo es necesario detectar a las profesionales adecuadas para así nosotros poder modelarlo. ■



MARTA FOIX

Formadora & Psicóloga de
CÁTEDRA COACHING
C/ Pere IV 214
08005 Barcelona

www.catedracoaching.com