

Menestyneiden salonkiyrittäjien tärkeimmät opit

.....
Eli kuinka teet asiakkaistasi tyytyväisempiä
ja liiketoiminnastasi kannattavampaa

booksalon

"MITÄ MENESTYS TARKOITTAÄ SINULLE?"

Kun kysymme ylläolevaa kysymystä asiakkailtamme ja muilta kauneusalan yrittäjiltä, yhdeksän kertaa kymmenestä vastaus sisältää kutakuinkin seuraavat asiat:

- *Ilon tuottamista ihmisille, toisin sanoen sitä, että asiakkaani ovat tyytyväisiä*
- *Vapautta ja joustavuutta ilman, että tarvitsee murehtia rahasta*

Me Book Salonilla haluamme, että jokainen kauneus- ja hyvinvointialan yrittäjä menestyy. Siksi olemme haastatelleet lukuisia äärimmäisen menestyneitä yrittäjiä, ja kaivaneet esille tekijät menestyksen taustalla. Nyt nuo menestyksen tekijät on koottu tähän oppaaseen. Tämä opas on hyödyllinen jokaiselle kauneusalan yrittäjälle – olit sitten pääyrittäjänä suuressa salongissa, tai vuokratuolilaisena – nämä opit kantavat sinua menestyksekkään yrityksen tiellä.

Tsemppiä yrittäjä, pidämme sinulle peukkuja!

Book Salon

Yksi salonki kaikkien puolesta



SISÄLLYSLUETTELO

Osa 1 Kuinka saan lisää erittäin tyytyväisiä asiakkaita?	4
Erottautuminen – Löydä parhaat asiakkaat juuri sinulle	5
Henkilökohtainen palvelu	6
Oma osaaminen ja sen päivittäminen	6
Osa 2 Kuinka teen liiketoiminnastani kannattavaa?	7
Tuotteiden ja tuotemyynnin merkitys	9
Liiketoiminnan kehittäminen	10
Loppusanat	11



Lukemisen helpottamiseksi, käytämme tässä oppaassa kaikista kauneus- ja hyvinvointialan yrittäjistä termiä salonki. Älä siis hämäänny – oppaan sisältö sopii kaikille tatuoijista ja lävistäjistä aina kosmetologeihin ja hiusammattilaisiin.

OSA 1

**Kuinka saan lisää
erittäin tyytyväisiä
asiakkaita?**

Menestyneisiin salonkeihin voidaan matkustaa jopa useiden tuntien matkan päästä. Tällaisissa salongeissa on jotakin erityistä, jota ei lähempää löydy. Toisin sanoen, asiakas kokee hyötyvänsä juuri tämän salongin palveluista niin paljon, että hänen kannattaa uhrata aikaa ja rahaa päästäkseen juuri kyseiseen paikkaan, juuri kyseisen ammattilaisen hoidettavaksi.

Tässä oppaan ensimmäisessä osassa kerromme toimivaksi havaittuja tapoja maksimoida asiakkaan kokemaa arvoa.

Erottautuminen – löydä parhaat asiakkaat juuri sinulle

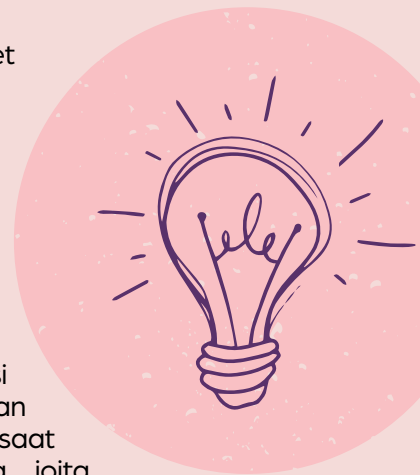
Jos olet siirtymässä yrittäjäksi, ja sinulla ei ole mittavaa työkokemusta ja/tai asiakaskuntaa, ei yleensä ole mahdollista lähteä valikoimaan asiakkaita – ainakaan kovin tarkasti. Silloin haalitaan kaikki mahdolliset ja mahdottomat asiakkaat – jokainen ovenavaus tai varauskalenterin kilahdus on tervetullut! :)

Jonkin aikaa alalla toimittuaan, yrittäjä oppii tunnistamaan ne asiakkaat, joita pystyt palvelemaan parhaiten ja joita erityisesti haluat palvella. Silloin kun olet oma itsesi, etkä yritä olla jotain muuta, tämä tapahtuu kuin itsestään. Persoonallisuutesi ja tapasi toimia eivät miellytä kaikkia, mutta se ei haittaa. Päinvastoin, se on välttämätöntä, sillä ”kädenlämpöiseen” tai persoonattomaan salonkiin ei rakastuta.

Myös salonkisi ulkoiset tekijät vaikuttavat kykyysi erottua. Se miltä sinä, kotisivusi ja toimipaikkasi näytätte, vaikuttavat ja osittain määrittelevät, millaisia asiakkaita ovestasi astuu sisään. Joillekin saatat esimerkiksi olla liian arkinen, ja toiselle taas liian hieno. Kun toimipaikkasi ja itsesi ilme on mietitty oman persoonallisuutesi mukaan, saat ”itsesi näköisiä” asiakkaita, joita vuorostaan pystyt palvelemaan erityisen hyvin.

Työkokemuksen myötä osaamisesi on kehittynyt, ja olet huomannut, missä olet hyvä, mitä tykkäät tehdä ja mistä ihmiset ovat valmiita maksamaan enemmän. Osaamisen kehittyessä, täytyy palveluvalikoimaa rakentaessa alkaa tekemään vaikeita päätöksiä. Käytännössä tämä voi tarkoittaa kahta eri asiaa, riippuen salongin koosta:

1. Suuremmissa salongeissa joissa työskentelee useampia ammattilaisia, tämä yleensä tarkoittaa jonkun yhden tietyn tarpeen hoitamista niin hyvin, että siitä syntyy salongille erottuvuustekijä. Tästä oiva esimerkki on Itä-Helsingissä toimiva Femina Beauty, jonka koko henkilökuntaan ulottuva erikoisosaaminen akneihon hoitamisessa houkuttelee asiakkaita ympäri Suomen.



2. *Pienemmissä salongeissa, tai vaikkapa vuokratuolilaisena, palveluvalikoiman rakentamisessa tulee korostaa erityisosaamista tietyissä tekniikoissa ja hoidoissa. Tästä esimerkkinä erittäin menestyneet shokkivärjäyksiä tarjoavat yrittäjät, jotka tunnetaan laajasti ammattitaidostaan juuri shokkivärjäyksiin liittyen.*

Hyvänä nyrkkisääntönä voidaan pitää, että perusta oma yhden hengen salonki vain silloin, kun omalle erityisosaamisellesi riittää tarpeeksi kysyntää. Näin pääset palvelemaan sinulle sopivimpia asiakkaita, jolloin asiakasyytyväisyys on korkeaa, ja moni asia työssäsi helpottuu. Salonkisi kasvaessa jokaisen tekijän tulisi olla oman alansa huipputekijä. Silloin erottautuminenkin on helpompaa.

Henkilökohtainen palvelu – tarjoa jotain, mitä uudessa paikassa ei voida tarjota

Pidä kiinni olemassa olevista asiakkaistasi ja rakenna aktiivisesti itsellesi vakiasiakaskuntaa. Pidä kirjaa, mitä asiakkaan kanssa on tehty, millaisia palveluita hän on käyttänyt tai mitä hän on ehkä sanonut harkitsevansa. Ajanvaraukseen yhdistetyt asiakasrekisterit helpottavat tätä huomattavasti.

Mieti myös jo valmiiksi, mitä voisit asiakkaallesi ehdottaa. Erinomaisen asiakaskokemus muodostuu monista pienistä tekijöistä, kuten sen muistamisesta haluaako asiakkaasi kahvia vai teetä tai haluaako hän kahvinsa mustana vai maidolla.

Oma osaaminen ja sen päivittäminen

Huolehdi, että oma osaamisesi on ja pysyy jatkuvasti ajan tasalla. Laadukkaat koulutukset inspiroivat, tuovat intoa työhösi ja auttavat sinua pysymään oman alasi aallon harjalla. Asiakkaasi aistivat intohimosi ja kokevat sen lisäarvona. Asiakkaasi tulee halutessaan voida luottaa siihen, että osaat opastaa heitä uusimpien trendien kanssa.



OSA 2

Kuinka teen liiketoiminnastani kannattavaa?

(Ilman, että siihen tarvitsee uhrata kaikkea vapaa-aikaani)

PALVELUN HINTA =

Kulut

Vuokra, sähkö, aineet, työvälineet jne.

+ ALV

+ Oma palkka

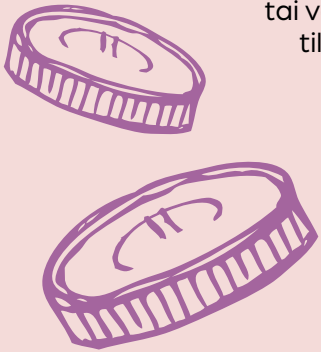
Hinnoittelu

Hinnoittelun kulmakivenä tulee pitää yllä olevaa kaavaa.

Arvolisäveron osuuteen et luonnollisesti kykene vaikuttamaan, mutta muuten hinnoittelun onnistuminen on paljolti yrittäjästä itsestä kiinni.

Kiinteät kulut

Kiinteistä kuluista tulee minimoida ne kulut, jotka eivät tuota asiakkaallesi lisäarvoa, kun taas lisäarvoa tuoviin kuluihin saa ja on jopa suotavaa laittaa rahaa. Toisin sanoen, kalliimpi vuokra, kalliimmat tuotteet ja työvälineet tai vaikkapa upeasti sisustettu toimitala eivät ole hinnoittelun kannalta ongelma, kunhan asiakas on valmis maksamaan enemmän niiden takia. Sikäli kun taas asiakkaillesi ei ole merkitystä onko sijaintisi keskeinen, tai palveluidesi koettu lisäarvo ei perustu tiettyihin tuotteisiin, kannattaa nämä kulut viilata minimiin.



Palkka

Omaa palkkaa kannattaa lähestyä yritysmaailmasta tutulla logiikalla: eniten koettua lisäarvoa tuovilla työntekijöillä on keskimääräisesti korkeampi palkka. Kun olet pyrkinyt maksimoimaan asiakkaallesi tuottaman lisäarvon (osa 1 tässä oppaassa), tulee myös hinnoittelusi vastata tätä lisäarvoa.

Toisin sanoen, palveluidesi hinta perustuu tuottamaasi arvoon, ei siihen mitä muut työstään veloittavat. Mieti, miten vaikeaa, aikaavievää ja kallista sinut on korvata, jos asiakkaasi haluaisi saada saman kokemuksen jostain muualta. Oman palkan osuus näkyy luonnollisesti hinnassa, ja arvoperusteisesti muodostunut hinta saattaa tuntua kalliilta niiden mielestä, joille palvelusi eivät ole tarkoitettu. Tämä on hyvä asia, sillä nyt salonkiisi ohjautuu juuri niitä asiakkaita, joita voit palvella parhaiten.

Selkeä hinnoittelu auttaa sinua myös laskemaan kuinka monta asiakasta tarvitset, tehdäksesi salonkisi pyörittämisestä kannattavaa. Budjetoit mitä tämä tarkoittaa kuukausi-, viikko- ja päivätasolla, ja kehitä asiakashankintaa & markkinointia budjettisi pohjalta.

Tuotteiden ja tuotemyynnin merkitys

Moni on kuullut kyllästymiseen asti tuotemyynnin tärkeydestä. Tässä kappaleessa opit, miksi tuotemyynti on välttämättömän tärkeää salongillesi.

Tuotemyynti on se, jolla salongissa tehdään kate, eli ns viivan alle jäävä osio. Palveluiden tuottamisessa on aina pieni kate, joka käytännössä kattaa vain kulut ja työntekijän palkan. Tuotemyynti on käytännössä ainoa keino, jolla voit kehittää salonkiasi, investoida ja nostaa tulotasoasi pitkällä tähtäimellä. Jotta pystyt hankkimaan salonkiisi uusia laitteita ja tarvikkeita, sisustamaan tai remontoimaan, sinun täytyy tehdä tuotemyyntiä.

Kun lähdet valitsemaan myytäviä tuotteita ja brändejä, muista neuvotella. Tukkureiden suuntaan löytyy kyllä pelivaraa. Huomioi myös, että usein aloituspak-

kauksen saa halvalla, mutta täyttäminen maksaa. Älä sokaistu halvasta aloitushinnasta, vaan selvitä, paljonko tuote tulee maksamaan pitkässä juoksussa.

Saloniyrittäjille tarkoitetut Facebook-kirp-

putorit salonkiyrittäjille ovat myös hyviä väyliä lähteä etsimään tuotteita. Sieltä voi löytyä todella hyviä diilejä. Joskin ostaessa tuppaa saamaan myös sellaista, jota ei tarvitse.

Huomioi myös, että monien raaka-aineiden ei tarvitse olla kalliita merkkituotteita. Esimerkiksi parturi-kampaajien käyttämä vetyperoksidi on todella edullista, eikä sen tarvitse olla tietynlaista. Voit hyvin hankkia sitä bulkkina vaikka apteekista.

Muista tähdentää kaikille salongissa työskenteleville, miten tärkeää tuotemyynti on. Jos kärjistetään, tuotemyynti on liiketoiminnan kannalta tärkeämpää, kuin palvelut. Hoitoja tehdään, jotta saadaan tuotteita myytyä, koska tuotemyynnillä tehdään kate.

Jotta saat tuotteita myytyä mahdollisimman paljon, niiden tulee olla korkealuokkaisia. Silloin voit hyvällä omalla tunnolla suositella niitä asiakkaillesi ja luottaa, että he ovat niihin tyytyväisiä.

Kannattaa myös nähdä vähän vaivaa ja jaksaa selvittää ja etsiä itse aktiivisesti tuotteita. Markkinoilta löytyy laadukkaita, ainakin Suomessa tuntemattomampia brändejä, joilta voi saada hyviä diilejä.



Liiketoiminnan kehittäminen – älä jää yksin tämän kanssa

Kannattava liiketoiminta ei synny vahingossa. Salonkiyrittäjän pitää miettiä myös liiketoimintaa eli toisin sanoen salongin pyörittämisen ”business-puolta”. Pääyrittäjän pitää varata kalenteristaan tilaa myös liiketoiminnan kehittämiseen – muutoin löydät itsesi tekemässä tätä yömyöhään, kun sinun tulisi nauttia vapaa-ajastasi. Vaikka liiketoiminnan suunnittelu ei ole asiakastyötä (kukaan ei maksa siitä sinulle), näet sen tuomat edut hyvin pyörivässä, kannattavassa liiketoiminnassa.

Jos mitenkään mahdollista, kannattaa hankkia kumppani tai partneri, joka voi keskittyä pelkästään liiketoimintasi kehittämiseen. Tämä henkilö voi olla elämänkumppani, tai vaikkapa osakas. Tämä maksaa itsensä varmasti takaisin ja voit itse keskittyä siihen, minkä osaat parhaiten.

Joskus voi tuntua, ettei bisnes kehity haluamallasi tavalla tai olet jotenkin jumissa. Silloin

on hyvä pallotella ajatuksia ja kysyä neuvoa. Verkostoidu alan tapahtumissa ja tutustu kollegoihisi. Myös mentorin hankkiminen on hyvä idea. Vaikka virheistäkin oppii, ei ihan kaikkea ole välttämätöntä oppia kantapään kautta.

Hanki itsellesi myös hyvä kirjanpitäjä. Säätät itsesi monelta harmilta ja valvotulta yöltä, kun voit luottaa, että kirjanpitäjäsi hoitaa asiat ajallaan ja huolellisesti. Tässäkin voit hyödyntää verkostoja ja kysyä vinkkejä hyvistä kirjanpitäjistä.

Lisäksi kannattaa hankkia salonkiin järjestelmä, joka hoitaa kaiken raportoinnin ja kuittien pyörittämisen automaattisesti. Tähän suosittelemme Book Salonia.



LOPPUSANAT

Kiitos kun latsit ja luit tämän Menestyneiden salonkiyrittäjien oppaan.

Jos tästä oppaasta oli sinulle hyötyä, kiitos siitä kuuluu Salon Mazicin **Tiina Sohlbergille** ja Femina Beautyn **Tajzan Sharifille**. Sikäli mikäli oppaassa on virheitä tai epäjohtonmukaisuuksia, ne ovat meidän omaa käsialaamme.

Sitten ei muuta kuin menestymään!

Terveisin
Book Salon



booksalon

yksi salonki kaikkien puolesta

pro.booksalon.fi