

COME SVUOTARE il cassetto dai colori “**INDESIDERATI**”

In questo articolo vi voglio raccontare come, ogni giorno, io abbia adottato tecniche di vendita semplici ma efficaci per poter ridurre al minimo le spese senza rinunciare mai alla qualità del prodotto e del servizio

••• di Sheila Oddino





Suona la sveglia: ore 7:20!
Mi alzo, mi vesto mi trucco e...aiuto sono in ritardo devo scappare! Mi metto la divisa così non mi cambio e recupero tempo.

Entro in negozio alle 9:00 in punto! Anche stamattina ce l'ho fatta e sono pronta ad accogliere la prima cliente.

"Buongiorno Alessia, come stai?"

"Bene Sheila, oggi sono di fretta"

Questo è uno degli inizi giornata tipici degli ultimi 15 anni di lavoro nel mio nail center.

Partiamo da un presupposto: lavorando a cottimo, un'ora e 15 minuti massimo per cliente, e avendo l'agenda piena, è necessario per me rispettare i tempi di ogni singola fase del lavoro. Ci riuscivo, ero fiera di me e delle mie fantastiche collaboratrici: la nostra 'macchina' di 12 donne funzionava alla perfezione. Ogni ingranaggio era ben oleato e tutte parlavamo lo stesso linguaggio. Eppure c'era una fase che usciva dal nostro controllo che, nonostante la nostra esperienza, era influenzata da fattori non dipendenti da noi: **la fase della scelta del colore**.

Ero arrivata persino a programmare i colori da una seduta di refill a quelle del mese successivo.

Andavo a comprare i colori nel negozio più vicino dopo aver ricevuto la foto dalla mia cliente sul colore che avrebbe desiderato: poi al momento della stesura, magicamente, il colore non la soddisfaceva.

Compravo collezioni da 10 colori per ogni stagione di cui poi utilizzavo sempre i soliti 3 o 4 (rossi, bordeaux, naturali).

Colore è stile

Eppure io li amavo tutti, li guardavo sulle cartelle e mi chiedevo: perché non vi scelgono? E allora è nata una sfida: **svuotare il mio cassetto** dei colori "indesiderati". Ecco quali soluzioni ho adottato.

Primo fattore: colore è stile. Noi scegliamo i colori



Sheila Oddino

che rientrano tra quelli della nostra "gamma". Cosa intendo per "gamma personale di colori?": nell'80% dei casi la cliente che siede di fronte a noi esclude del tutto certe tonalità poiché non rispecchiano, secondo lei, il proprio stile e la propria personalità.

Da qui nasce la mia idea di creare delle collezioni denominandole in base allo stile che esse rappresentavano in modo tale che ogni cliente potesse ritrovarsi. Parola d'ordine: **personalizzazione del servizio**. Pop & star, romantic, glamour, classic, evergreen, limited edition sono alcuni stili proposti. Quindi arrivata circa a metà del lavoro inizio a parlare del colore per lei, proponendole la cartella corrispondente al suo stile (massimo 10 tonalità). In quel momento l'indecisione prendeva il sopravvento poiché ogni tonalità evoca non solo differenti



emozioni ma esprime un'ampia gamma di sentimenti: siamo noi a doverli decifrare per dover fare una proposta accattivante.

Disposizione dei colori

Secondo fattore: la disposizione. Mi sono fatta spesso questa domanda quando le clienti dopo aver rifiutato tassativamente un colore che avevo proposto loro tempo prima lo vedevano sulle mie mani e se ne innamoravano. Decisi così di affiancare ai colori vincenti quelli che, per un motivo o per un altro, non venivano scelti, sempre seguendo una disposizione cromatica che seguisse le regole della colorimetria. Creare sempre nuovi supporti con diversi abbinamenti rende più interessanti e più nuovi anche colori ormai "non scontati". Fai sempre girare i colori sulle rotelle e la tua cliente non li riconoscerà più come ostici.

Colori 'incompresi'

Terzo fattore: gli incompresi verdi, blu, viola. Sono loro, spesso i colori che nonostante tutte le nostre attenzioni e strategie non vengono capiti e rimangono al fondo del nostro cassetto.

La magica unione di TRIND®*

** Prodotti utilizzabili singolarmente e se combinati assicurano il massimo dell'efficacia!*



Per unghie
fragili
e secche

Se le vostre unghie sono deboli e tendono a sfaldarsi, la combinazione di TRIND Nail Balsam e TRIND Nail Repair farà miracoli!

**RVM
Beauty**
DISTRIBUITORI UFFICIALI

Distributore Ufficiale **RVM BEAUTY** Srl

Via degli Olmetti 5b . 00060 Formello (Roma) . Tel. +39 06 9075053 . E-mail: info@trinditalia.it



Un giorno mi sono svegliata e ho deciso di svuotare il mobile che conteneva i miei 200 colori.

Li ho messi tutti sul tavolo, aperti, aspettando di capire come svuotarli tutti. Quel giorno è nata la Limited Edition. Ho creato miscelando correttamente le tonalità e aggiungendo pigmenti, glitter in un unico prezioso vasetto di colore che, una volta terminato, non sarebbe stato più possibile rifare.

In un mese sono riuscita a sfruttare i 5 colori incompresi in 2 Edizioni Limitate esclusive; 2/3 volte l'anno ripetevo questo "esperimento" che le mie clienti aspettavano con grandissimo entusiasmo.

Innovazione e cambiamento

È necessario che la cliente percepisca innovazione e continuo cambiamento. Abbiamo due metodi fondamentali per poter trasmettere questi valori:

1. Creare una comunicazione interna al vostro salone in cui attraverso banner, poster e un menù dei colori stampato con la descrizione di ognuno, la cliente possa percepire che la collezione pop&star è arrivata e che rappresenta la moda del momento (Es: colore artic ice: come

una brezza ghiacciata, artic è un bianco con riflessi argento. Luminosità assoluta.)

2. Ricordati che la cliente percepisce un colore come fattibile se, intorno a lei vede quel colore abbinato perfettamente ai colori classici di un centro estetico (solitamente colori chiari) quindi dai sempre un tocco personale che richiami i colori che vanno di moda secondo la collezione che hai acquistato. Ogni giorno, quando ti prepari, usa un trucco abbinato al colore delle tue unghie (dovrai indossare tutti i colori stagionali), accessori come braccialetti oppure orecchini sono perfetti per dare un'idea alla tua cliente su come potrà portare quel colore.

Dai un tocco anche al tuo centro: fiori, cuscini, tisane, vasi! Crea l'ambiente perfetto per farla sentire all'interno della tua collezione e divertiti anche con colori che non ami e scoprirai come, cambiando e provando nuove tonalità, ti sentirai diversa ogni giorno.

Spero di esservi stata utile elencandovi i 4 fattori principali per ottimizzare al massimo i vostri piccoli investimenti, proponendo al vostro cliente, sempre il massimo in termini di attenzioni e professionalità.