



Чек-лист для администратора "салона красоты"

Вы Администратор - визитная карточка салона и главный сервис-менеджер. Без вашей качественной работы, у салона не будет прогнозируемого повторного клиентского трафика. Салон разорится, а вы будете искать работу. Далее, мы в чек-листе пропишем основные пункты ваших обязанностей и контроля администратора.

Обязанности самоконтроля администратора

Проконтролируйте свое состояние

Если утром понимаете, что простужены, заложен нос, сел голос, отекло лицо, или... вели вечером не самый здоровый образ жизни, то лучше вам отпроситься. Вы не работник на этом месте.

Проконтролируйте свой внешний вид

Вы не только должны быть одеты согласно дресс-коду салона, но и нейтрально смотреться в глазах посетителей. Не выглядеть ни лучше, ни хуже их. Быть опрятной, аккуратной, без роскоши.

Проконтролируйте текущую ситуацию

Каждый день вы должны интересоваться все, что происходило в ваше отсутствие. Вы должны владеть ситуацией, вовремя получать текущий инструктаж от руководства, знать обо всех изменениях и конфликтах, что были между вашими сменами.

Основной алгоритм действий

Наведите у себя порядок

Подготовьте свое рабочее место к часу открытия салона. На рабочем месте не должно быть ничего лишнего. Оно видно посетителям и должно быть опрятным, ухоженным, без остатков вашего завтрака, посторонних журнальчиков, переписки в Фейсбуке и

прочего, что не имеет отношения к делу.

Подойдите ко всем сотрудникам

Вы будете регулировать клиентский трафик. Поэтому, еще до начала смены поговорите со всеми мастерами без исключения. Убедитесь в их готовности, оцените их внешний вид и состояние. Салону не нужны сюрпризы.

Проверьте каналы связи

Как работает телефон, кнопка вызова мастера, внутренняя связь. Если в рекламе салона используются контакты через мессенджеры, то вы должны быть онлайн. Откройте их и проверьте, есть ли сеть.

Фиксируйте время визита и категорию клиента

Сразу отмечайте у себя такие крайне важные данные. Указывайте, постоянный ли клиент, или пришел в первый раз. Оценивайте его социальный статус и платежеспособность "на глаз".

Фиксируйте звонки и оценивайте клиента

Аналогично, как с "реальными" посетителями, отработывайте и с обращениями по рекламе. Старайтесь также определять статус и платежеспособность по сути вопросов и манерам разговора. Придерживайтесь разговорных скриптов продаж.

Встречайте любого клиента

Используйте свой профессиональный опыт, знание клиента, скрипта разговоров, традиций салона при приветствии и начале обслуживания. Ваша задача - понравиться.

Предложите первичный сервис

Гардероб, кресло, тематические журналы, пресса...

Предложите дополнительный сервис

Если все мастера заняты, или занят нужный мастер, то чай, кофе, минеральная вода, сок, печенье... обратите внимание на работающий WI-FI... Ваша задача удержать клиента, сделать ожидание легким и приятным.

Продавайте в ожидании

Используйте вынужденное ожидание мастера для рассказа о каком-то продукте, который продвигает ваш салон. Попробуйте в чем-то заинтересовать клиента. Продавайте любой дополнительный чек, если почувствуете уместность этого.

Анкетирование клиента в ожидании

Используйте время ожидания для ненавязчивого сбора информации о клиенте. У вас должны быть прописаны для этого скрипты. Заинтересуйте клиента что-то получить взамен: дисконтную карту, бесплатный глянецовый журнал, приглашение на мастер-класс...

Контролируйте время и работу мастеров

Вы должны представлять себе, сколько времени тот, или иной ваш мастер тратит на ту, или иную стандартную услугу. Любое отклонение - сигнал тревоги для вас. Проявите любопытство. Конфликтов легко избежать, если поймать ситуацию до их начала.

Завершение работы с клиентом

Проконтролируйте получение рекомендаций

Ни один клиент не должен уходить из салона с пустыми руками. Советы и рекомендации мастера могут привязать клиента к салону больше, чем любой подарок. Тем более, если советы окажутся правильными. Здесь поле вашего контроля.

Правильно ведите взаиморасчеты

Важный момент, абсолютно формальный. Вы должны предложить клиенту все возможно доступные формы оплаты, провести ее и проконтролировать, что клиент понимает, за что платит.

Расширяйте средний чек

В зависимости от ситуации с каждым конкретным клиентом, подходите творчески. Вы каждый раз должны пробовать расширить средний чек продажи. Предлагайте то, что вам покажется уместным.

Проконтролируйте получение продукта

Идеальная ситуация, когда клиент получает больше запрашиваемого. Если вы, или ваш мастер смогли "продать" что-то дополнительно, то проконтролируйте надлежащее получение клиентом продукта: средство, крем, другую услугу...

Записывайте на следующий визит

Если от вас клиент уходит не оставив записи на следующий визит, то для вас это большая неудача. Каждый раз разбирайтесь в причинах. Одно дело, когда клиент

иностранец, а другое - когда он вами не заинтересовался как следует.

Уделяйте внимание проводам клиента

Вне зависимости от того, какой чек был оплачен, вы каждого клиента провожаете, как VIP. Это оправдано не только вежливостью. Наверняка вы сами знаете обеспеченных людей, которые постоянно обращаются за услугами к тем, кто к ним проявлял уважение еще в годы их бедности. Удачи вам в работе!

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

как это убрать?