

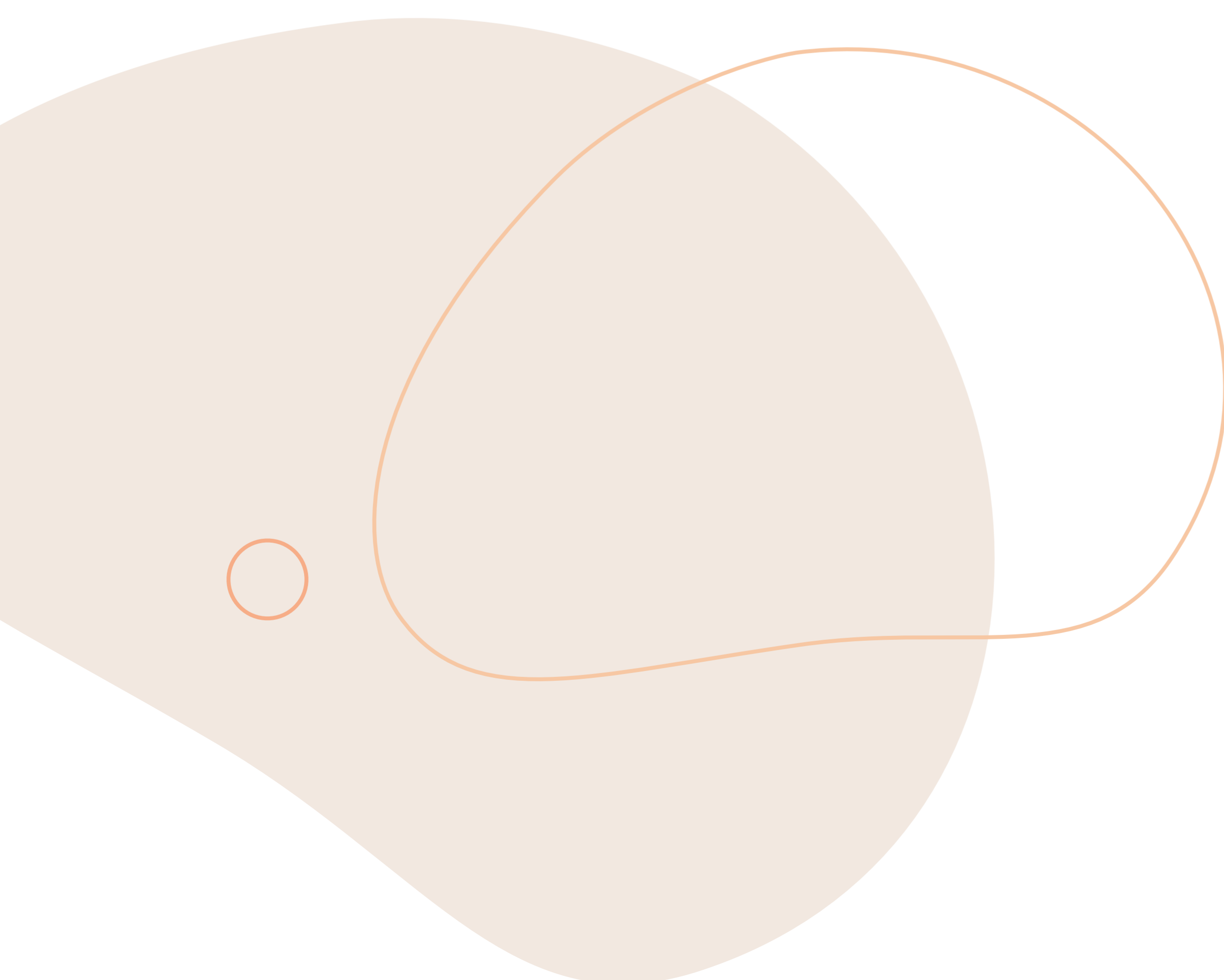
Skuteczna komunikacja z klientem w salonie fryzjerskim



Spis treści

Wstęp	4
Rozdział 1	5
<i>Strategia komunikacji</i>	5
1. Strategia komunikacji - dlaczego warto ją stworzyć?	5
Od czego zacząć?	5
2. Indywidualna strategia komunikacji salonu fryzjerskiego	7
Rozdział 2	9
<i>Najczęstsze problemy komunikacyjne</i>	9
1. Niedomówienia dotyczące usługi fryzjerskiej oraz jak ich uniknąć?	9
Przeprowadź szczegółowy wywiad	10
Poproś o pokazanie inspiracji	10
Nie bój się zadawać pytań	10
Postaw na szczerość	10
2. Nieumiejętne wyrażanie oczekiwań - jak sobie z nim radzić?	11
3. Jak nie dać się szantażowi emocjonalnemu?	12
Rozdział 3	13
<i>Profesjonalna konsultacja fryzjerska krok po kroku</i>	13
1. Profesjonalna konsultacja fryzjerska - zasady	13
Konsultacja	14
Ustalenie warunków wizyty	14
Sprawdzenie stanu włosów	14
Przygotowanie do wykonania usługi	15
Po wykonaniu usługi	15
Wykonanie usługi	15
“Zapomniałem(a)m portfela”	16
Klient/ka po wykonaniu usługi odmawia jej opłacenia - co robić?	17
2. Czy fryzjer/ka może odmówić wykonania usługi?	18
Kiedy fryzjer/ka może odmówić wykonania usługi?	19
Rozdział 4	20
<i>Reklamacje w salonie fryzjerskim</i>	20
1. Reklamacja w salonie fryzjerskim - co warto wiedzieć?	20
Czym jest reklamacja?	20
Kiedy klient/ka może złożyć reklamację?	20
Jaki jest czas na złożenie reklamacji przez klienta/kę?	20
Jaki jest czas na rozpatrzenie reklamacji?	21
Kiedy przyjąć reklamację?	21
Kiedy nie przyjąć reklamacji?	21
Jakie są następstwa nieprzyjęcia reklamacji?	22
Czy właściciel powinien przeprosić za błąd pracownika?	22
2. Reklamacja w salonie fryzjerskim - jak reagować?	23

Rozdział 5	26
<i>Najczęściej zadawane pytania</i>	26
Czym jest skuteczna komunikacja?	26
Czy warto stworzyć komunikację salonu fryzjerskiego?	26
W jaki sposób stworzyć spójną komunikację salonu fryzjerskiego?	26
Jak przebiega profesjonalna konsultacja fryzjerska?	26
Jak uniknąć problemów w komunikacji z klientami?	26
Czy fryzjer może odmówić wykonania usługi?	26
Kiedy klient może złożyć reklamację?	26
Czy każda reklamacja musi zostać rozpatrzona?	27
Czy każda reklamacja powinna zostać przyjęta?	27
Jak przeprowadzić proces reklamacji?	27
Jak uniknąć nieopłacenia usługi fryzjerskiej?	27
Wzory dokumentów	28
1. Dokumenty w przypadku “zastawu” do czasu opłacenia usługi	28
2. Oświadczenie o nieopłaceniu wykonanej usługi fryzjerskiej	29



Wstęp

Prowadzenie własnego salonu to dla wielu spełnienie marzeń. Jednak poza satysfakcją, jaką niesie ze sobą posiadanie wymarzonego biznesu, wiąże się to również z mniej przyjemnymi stronami działalności - w tym trudnymi i kryzysowymi momentami. Stresujące sytuacje często wynikają z błędów w komunikacji i niejasnych, nieokreślonych z góry zasad dotyczących wykonywania usług.

Można jednak zminimalizować ryzyko powstawania takich kryzysów, poprzez zdobycie wiedzy z zakresu skutecznej komunikacji oraz wprowadzenie kilku prostych kroków do codziennej rutyny zawodowej. Dzięki temu łatwiej uchronić swoje nerwy i opinie o salonie, które mogą szybko spaść, jeśli niezadowolony klient lub klientka postanowi podzielić się swoim rozczarowaniem w mediach społecznościowych i poprosić znajomych o wystawienie nieprzychylnych ocen.

Zachęcamy do zapoznania się z zawartymi w e-booku informacjami, które pomogą lepiej radzić sobie w stresowych sytuacjach i pozytywnie wpłyną na umiejętności komunikowania się. Z pewnością polepszy to atmosferę w miejscu pracy oraz relacje z klientami, którzy są przecież niezbędni dla pomyślnej działalności salonu. Jeśli czujesz, że możesz zyskać na zdobyciu informacji z zakresu komunikacji, koniecznie przeczytaj poniższe rozdziały.

Dzięki naszemu e-bookowi:

- poznasz najczęstsze problemy komunikacyjne i dowiesz się, jak ich unikać,
- poznasz strategie skutecznej komunikacji z klientami i klientkami salonu,
- poznasz zasady profesjonalnej konsultacji fryzjerskiej,
- dowiesz się, w jaki sposób radzić sobie z niezadowolonymi klientami i klientkami, zgłaszającymi reklamację wykonanych zabiegów.



Rozdział 1

Strategia komunikacji

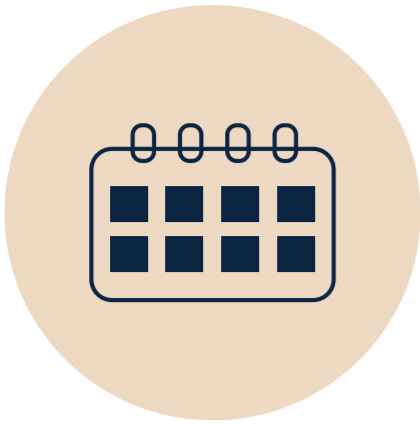
1. Strategia komunikacji - dlaczego warto ją stworzyć?

Prawidłowa komunikacja to klucz do sukcesu zarówno w życiu zawodowym, jak i prywatnym. Dzięki umiejętności skutecznego komunikowania się z innymi można nawiązać lepsze relacje z klientami i bez problemu rozwiązać sytuacje kryzysowe, często unikając ich eskalacji. Stworzenie strategii komunikacji umożliwia usystematyzowanie interakcji z klientami, poprzez stworzenie czegoś na kształt podręcznika zachowań, uwzględniającego co robić zarówno na co dzień, jak i w stresowych momentach. Dzięki temu zespół będzie dokładnie wiedzieć, w jaki sposób się zachować i co mówić nawet wtedy, gdy zaskoczy go niespodziewana sytuacja. Strategia komunikacji to również świetny sposób na stworzenie szablonu pod działania PR-owe, np. w postaci akcji promocyjnych lub regularnej obecności w mediach społecznościowych.

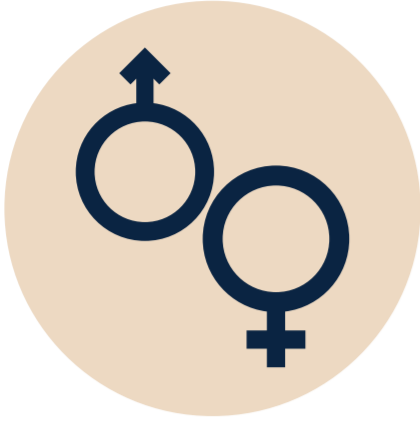
Od czego zacząć?

W pierwszej kolejności należy dobrze zastanowić się nad tym, do kogo kierowana jest marka i jej usługi. Czy celuje głównie w osoby młode, obecne w mediach społecznościowych i często zmieniające swój wygląd? A może najbardziej ceni klientów w średnim wieku, przywiązanych do klasycznych i bezpiecznych cięć? Jak wygląda największa grupa wśród klientów i klientek salonu, którzy najczęściej go odwiedzają? Określenie najważniejszych informacji na jej temat pomoże stworzyć strategię komunikacji salonu. W tym celu potrzebne będzie określenie





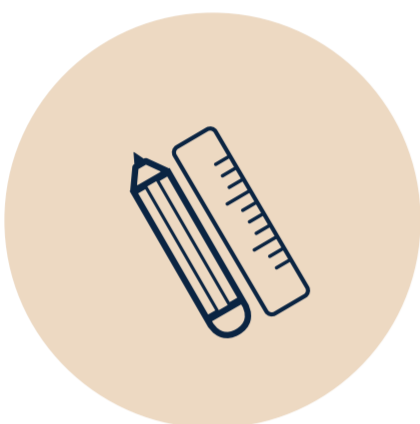
wieku (osoby młode, w średnim wieku, starsze),



płci,



potrzeb (najczęściej wykonywane usługi, np. klasyczne cięcia, koloryzacja, odważne fryzury),



zainteresowań i zawodów odwiedzających salon osób,



tego, w jaki sposób komunikują się klienci i klientki (mówią na "Ty", "Pan/Pani", a może unikają bezpośrednich form?).

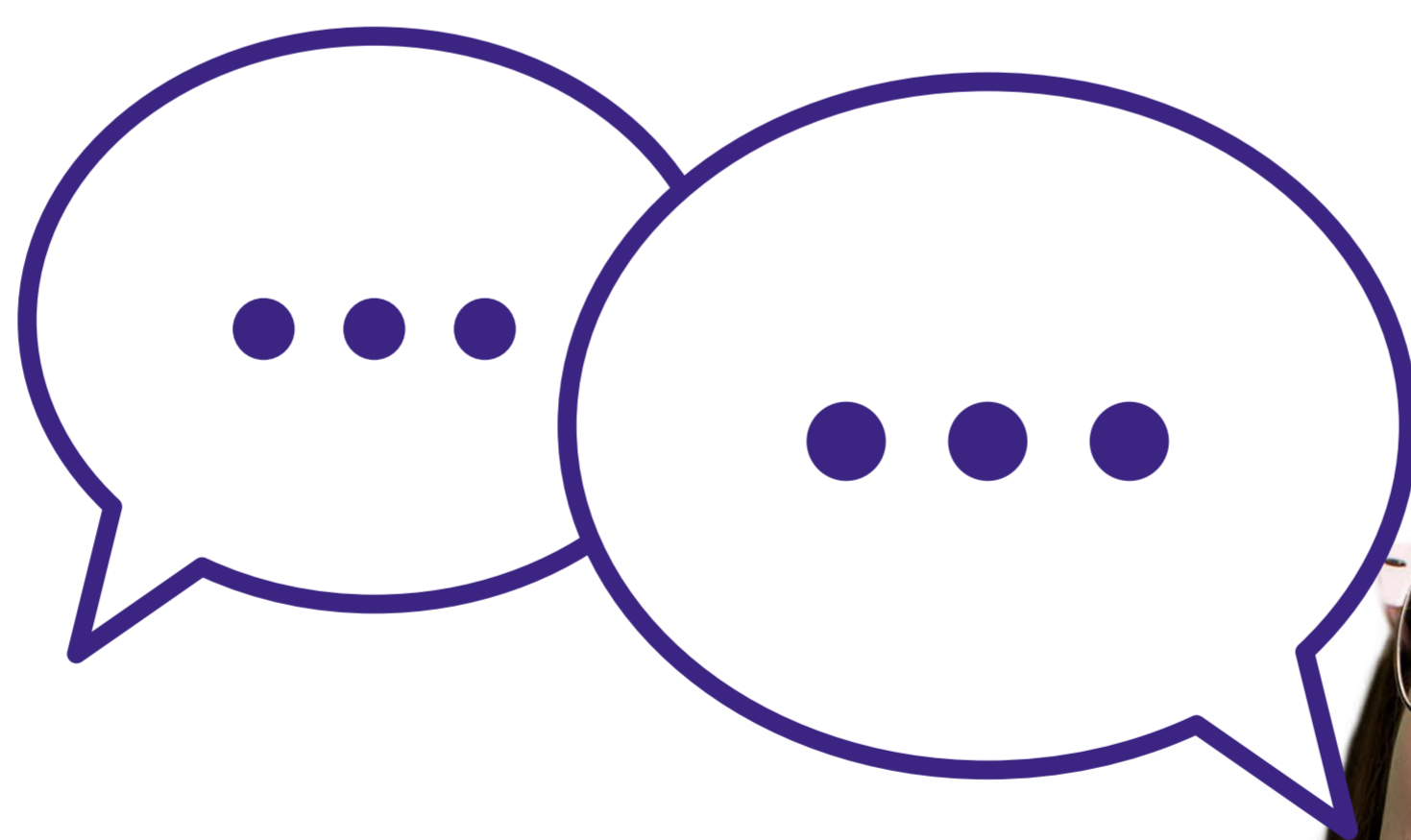
Pod uwagę musi zostać wzięte to, co jest najbardziej komfortowe i naturalne dla tej grupy, bo to przede wszystkim z nią komunikuje się salon. Oczywiście nie musi to wcale oznaczać, że nie można stosować innego rodzaju komunikacji w internecie, niż w salonie, jednak spójność jest zdecydowanie plusem podczas prowadzenia jakiegokolwiek działalności. Jeśli więc zdecydujesz się na luźną i nieformalną komunikację, nie bój się jej! Na pewno wyczujesz ewentualny dyskomfort, który może pojawić się u części odwiedzających Cię osób i będziesz mógł/mogła dostosować się do potrzeb poszczególnych klientów i klientek, tak by każda i każdy z nich czuł/a się szanowany/a.

Określenie płci i wieku pozwoli położyć nacisk działań salonu na konkretne sytuacje i potrzeby. Jeśli np. miejsce jest najczęściej odwiedzane przez kobiety, sprawdzą się wszelkiego rodzaju akcje związane z Dniem Kobiet; jeśli dużą grupę stanowią osoby pracujące w szkolnictwie, skuteczne okaże się przestrzeganie kalendarza akademickiego i szkolnego oraz eventy czy promocje związane np. z zakończeniem roku czy dniem nauczyciela. Mężczyźni z pewnością docenią promocje związane z Dniem Chłopaka lub rozkładem meczy piłkarskich, a osoby wierzące - z kalendarzem liturgicznym. Warto wziąć to pod uwagę, by okazać zainteresowanie i szacunek dla wartości klientów i klientek, które dzięki temu poczują, że są istotne dla miejsca, które tak często odwiedzają.

Zwrócenie uwagi na najczęstsze potrzeby to z kolei sposób na jeszcze lepsze dopasowanie zakresu usług do klientów i klientek. Może to być np. zwrócenie szczególnej uwagi na przyjazność składów produktów do koloryzacji, jeszcze lepsze rozeznanie w trendach fryzjerskich oraz tych przodujących w mediach społecznościowych. Np. młode osoby często szukają inspiracji na Tik Toku i Instagramie, dlatego znajomość popularności danych fryzur lub sposobów pielęgnacji pomoże dostosować się do języka i zainteresowań tej grupy. Dodatkowo zwiększy profesjonalizm, szczególnie gdy zespół od razu będzie znał topowe influencerki czy rozumiał nazewnictwo, a także potrafił skutecznie odradzić spopularyzowane metody, które z punktu widzenia profesjonalisty mogą szkodzić zdrowiu włosów i/lub skóry głowy.

2. Indywidualna strategia komunikacji salonu fryzjerskiego

Jeśli forma komunikacji z grupą docelową została już ustalona, pora na przemyślenie, jakie zachowania będą w salonie bardziej i mniej pożądane. Czy lepsze będzie stworzenie dynamicznego i kolorowego miejsca, w którym słycać gwar, wesołe rozmowy i współczesną muzykę? A może bardziej będzie odpowiadać utrzymanie salonu w stonowanych barwach i klimacie spokojnej, cichej odskoczni od codziennego pędu? W końcu wszystko co znajduje się w salonie - od kolorów ścian, przez wystrój, po zachowanie pracowników - to różne formy komunikacji z klientem.



Co dalej? Czas odpowiedzieć sobie na pytanie: jaka tak naprawdę jest Twoja firma? Jakie są jej mocne, a jakie słabe strony? Co najczęściej komplementują klienci, a na co narzekają lub o czym w ogóle nie wspominają? Czy salon silnie walczy z konkurencją, czy nie może opędzić się od nowych klientów? Opisanie dokładnie tożsamości swojego biznesu oraz zastanowienie się nad tym, jakie cele chcesz osiągnąć i w jaki sposób możesz im sprostać mogą się okazać bardzo owocne przy tworzeniu strategii komunikacji. Czy komunikacja w internecie zapewni więcej klientów? A może najważniejsze jest spełnienie kreatywne zespołu? Słuchając ludzi wokół ustal, co pragniesz wnieść w życie swoich klientów i klientek, a następnie przemyśl, w jaki sposób możesz to zrobić. Na tej podstawie będzie Ci łatwiej wybrać kanały komunikacji i formy przekazu - reklamy w tramwaju, billboardy, aktywne media społecznościowe... Tylko od Ciebie zależy, w którą stronę poprowadzisz swój biznes.

Bez względu na co się zdecydujesz, podstawą Twojej działalności powinien być profesjonalizm usług fryzjerskich. Dlatego koniecznie zapoznaj się z poradnikiem dotyczącym udzielania profesjonalnej konsultacji fryzjerskiej. Z solidną podstawą komunikacji nie będziesz musiał/a bać się nieznanymi sytuacjami, które będą od Ciebie wymagać improwizacji i umiejętności błyskawicznego dopasowania się do - nie zawsze przyjaźnie nastawionych - klientów i klientek.

Rozdział 2

Najczęstsze problemy komunikacyjne

1. Niedomówienia dotyczące usługi fryzjerskiej oraz jak ich uniknąć?

Przeprowadzenie usługi fryzjerskiej zgodnie ze schematem jest najlepszym sposobem na uniknięcie problemów komunikacyjnych. Bardzo ważne jest traktowanie każdej wizyty, jak najważniejszej w swojej karierze - dzięki temu uda się uniknąć pominięcia jakiegoś kroku lub informacji o istotnych szczegółach. Istotne jest również pilnowanie, by na każdą konsultację mieć tyle samo czasu. Dzięki temu bez pośpiechu będzie można przeprowadzić rozmowę i wytłumaczyć wszystkie kwestie związane z usługą, a nawet stworzyć na miejscu listę punktów "za" i "przeciw". Jak uniknąć problemów komunikacyjnych?





Przeprowadź szczegółowy wywiad

Żeby uniknąć nieprzyjemnych sytuacji wynikających z nieдомówień, najskuteczniejsze jest dokładne upewnienie się, jakie są oczekiwania klienta/klientki i szczegółowe wypytanie o wszystkie ich fryzjerskie potrzeby oraz wykonywane już zabiegi. To prosta droga do satysfakcji klientów oraz fryzjerów. W pewnym sensie przypomina to wywiad lekarski, dzięki któremu możliwe będzie dobranie skutecznego “leczenia” włosów.



Nie bój się zadawać pytań

W przypadku, gdy na szali jest czyjaś fryzura, nie ma miejsca na strach przed zadaniem “głupiego” pytania. Lepiej kilka razy dopytać o jakiś szczegół, niż narazić się na niezadowolenie klienta/ki. Dotyczy to zarówno czasu przed, jak i w trakcie zabiegu.



Poproś o pokazanie inspiracji

Jeśli jest taka możliwość - warto poprosić klienta/kę o pokazanie zdjęcia z inspiracją do wykonania danej fryzury/koloryzacji. W ten sposób fryzjer/ka będzie wiedzieć dokładnie, czego oczekuje klient/ka.



Postaw na szczerość

Jeśli nigdy nie wykonywałaś/eś danej usługi - np. konkretnego typu koloryzacji lub cięcia - nie bój się do tego przyznać. Szczerze powiedz, jeśli wiesz - lub nie wiesz - w jaki sposób to zrobić. Jeśli czujesz się bardzo niepewnie zaproponuj inne rozwiązania, które będą pasować klientowi/klientce. Dasz w ten sposób możliwość wyboru, a także unikniesz późniejszych skarg, jeśli mimo to klient/ka zdecyduje się Ci zaufać.

2. Nieumiejętne wyrażanie oczekiwań - jak sobie z nim radzić?

Często zdarza się, że przez niejasno opisane lub niewypowiedziane oczekiwania, klient/ka jest niezadowolony/a z wykonanej usługi. W takim przypadku niewiele da się już zrobić, natomiast warto wiedzieć jak unikać tego typu nieudomówień. Przede wszystkim podczas konsultacji fryzjerskiej należy zadać możliwie najwięcej szczegółowych pytań odnośnie oczekiwań wizyty. Jeśli klient/ka nie jest zbyt rozmowna, należy poinformować ją, że efekt zabiegu zależy w dużej mierze od informacji uzyskanych przed przystąpieniem do cięcia lub koloryzacji. Miły ton głosu, kultura osobista i uśmiech z pewnością pomogą klientom się otworzyć i lepiej opisać swoje potrzeby, a fryzjer/ka będzie mogła lepiej je zrozumieć i ocenić na ile są one możliwe do wykonania.



3. Jak nie dać się szantażowi emocjonalnemu?

Na pewno wielu fryzjerów zna ten problem aż za dobrze: “przecież to tylko farbowanie”, “na pewno się uda”, “wierzę, że da Pan/i radę”, “co z Pana/i za fryzjer skoro nie umie tego zrobić?”, “płacę więc wymagam”, “proszę to zrobić na moją odpowiedzialność”... Tego typu mikroagresje to skuteczny sposób na wmanipulowanie nawet najlepszego fryzjera w zrobienie czegoś o czym wie, że nie ma szansy się udać.

W jaki sposób uniknąć manipulacji i pozostać twardo przy swoim stanowisku? Najważniejsze to nie podejmować pochopnych decyzji i na spokojnie wytłumaczyć swoje stanowisko. Zapewnienie, że pracownik ma na względzie wyłącznie dobro i zdrowie swoich klientów to bardzo dobry sposób na wyrażenie, skąd bierze się np. decyzja o odmowie wykonania jakiejś usługi. W takich sytuacjach asertywność to podstawa - choć nie każdy z natury to potrafi, jest to umiejętność możliwa do wyuczenia jak każda inna. Spokojna, stanowcza i kulturalna forma postawienia na swoim to jedyny sposób na bezkonfliktowe rozwiązanie sytuacji, które jednocześnie nie wpłynie negatywnie na relację z klientem lub klientką. Przydadzą się również uśmiech i poczucie humoru, dzięki którym żadna ze stron nie poczuje się urażona. W innym wypadku łatwo ulec manipulacjom i przeprowadzić zabieg, który przyniesie więcej szkody niż pożytku.

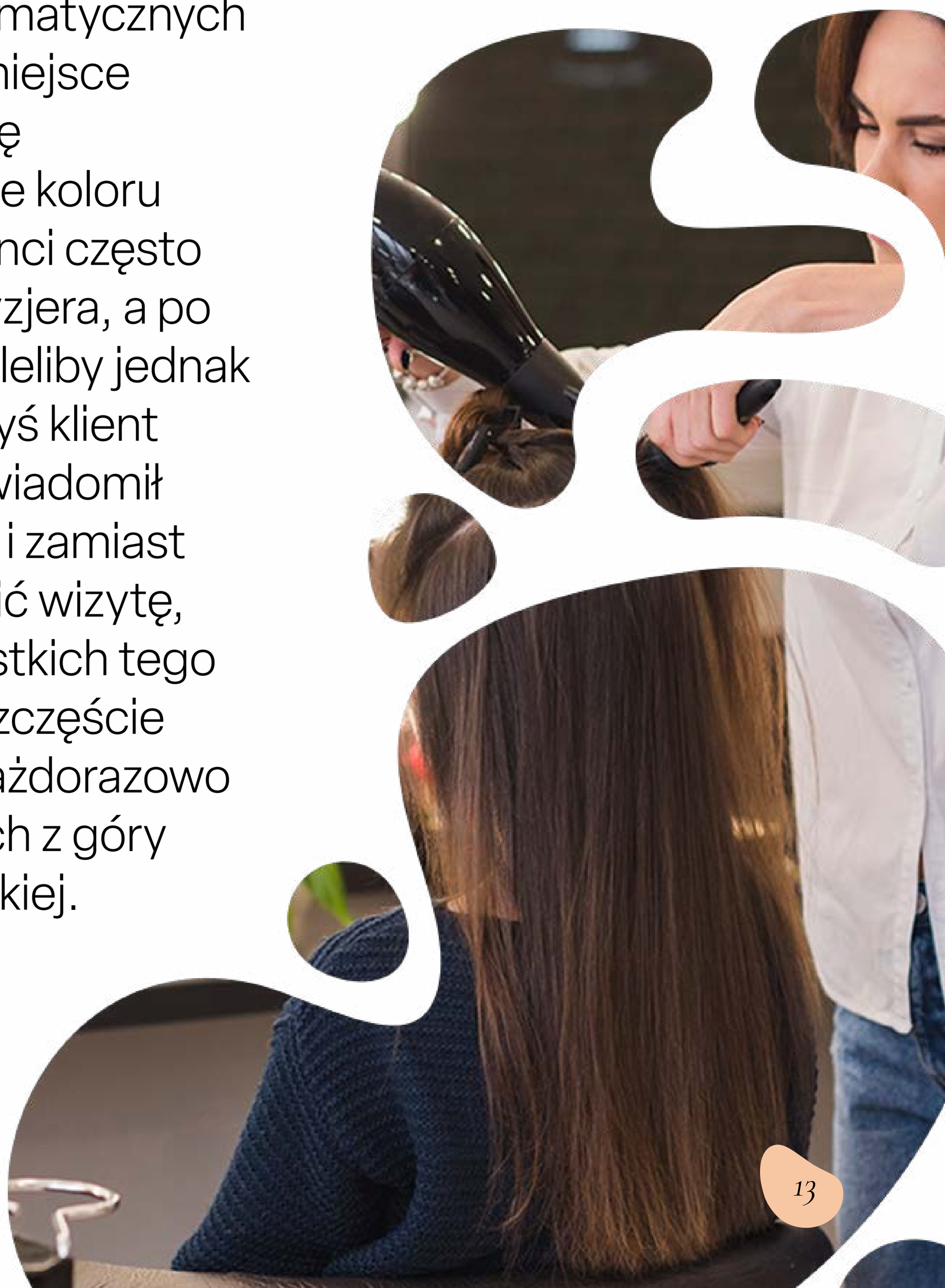


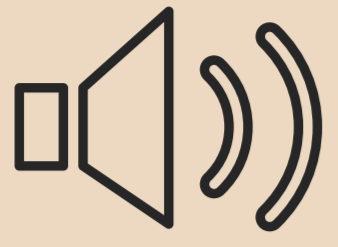
Rozdział 3

Profesjonalna konsultacja fryzjerska krok po kroku

1. Profesjonalna konsultacja fryzjerska - zasady

Nie wszystkim niekomfortowym sytuacjom da się zapobiec - wie o tym każdy fryzjer. Łatwo można jednak zminimalizować ich ryzyko, poprzez ustalenie wszystkich warunków usługi już na samym początku wizyty. Pozwoli to uniknąć nieudomówień lub ewentualnych prób wyłudzenia darmowej usługi fryzjerskiej. Żeby odpowiednio przygotować się do wizyty, w pierwszej kolejności należy ustalić listę problematycznych sytuacji, które już miały miejsce w salonie. Czy zdarzają się nieudomówienia dotyczące koloru lub typu fryzury? Czy klienci często mówią, że zdają się na fryzjera, a po czasie stwierdzają, że woleliby jednak coś innego? A może kiedyś klient po wykonaniu usługi "uświadomił sobie", że nie ma portfela i zamiast po chwili wrócić by opłacić wizytę, zniknął na zawsze? Wszystkich tego typu sytuacji można na szczęście bez trudu uniknąć, jeśli każdorazowo przestrzega się ustalonych z góry zasad konsultacji fryzjerskiej.





Konsultacja

Zaproponowanie bezpłatnej konsultacji przed wizytą to dobry sposób na zapoznanie klienta/ki z salonem oraz jego zakresem usług. Jednocześnie daje możliwość sprawdzić, czy oczekiwania klienta/ki są możliwe do wykonania. Taka konsultacja nie musi być bardzo szczegółowa i powinna trwać maksymalnie 15 minut.



Ustalenie warunków wizyty

Początek każdej wizyty polega na ustaleniu, z jakimi oczekiwaniami klient lub klientka przyszedł do salonu. Warto dopytać o możliwie najwięcej szczegółów i/lub pokazanie zdjęcia z inspiracją danej fryzury lub koloryzacji, a następnie omówić drobiazgowo każdy aspekt jej wykonania:

- czas wykonania usługi,
- produkty potrzebne do wykonania usługi,
- koszt wykonania usługi,
- zalecenia dotyczące pielęgnacji po wykonaniu usługi,
- ew. możliwe zagrożenia wynikające z wykonania usługi (np. w przypadku słabych lub zniszczonych włosów, które mogą źle zareagować na dany zabieg),
- możliwe występowanie reakcji alergicznych na konkretne produkty,
- możliwość wystąpienia delikatnych reakcji skórnych (np. lekkiego pieczenia),
- pytanie o zgodę na wykonanie zdjęć “przed” i “po” do portfolio salonu.



Sprawdzenie stanu włosów

Przed sięgnięciem po nożyczki lub farbę bardzo ważne jest sprawdzenie kondycji włosów i skóry głowy. Dzięki temu każdy fryzjer będzie wiedział, czy ma do czynienia z materiałem, na którym może spokojnie pracować i jakie usługi może na nim wykonać. Jeśli włosy są bardzo zniszczone, lepiej odmówić kolejnej koloryzacji lub dalszego rozjaśniania, które jeszcze bardziej osłabi ich kondycję, co może przełożyć się na niezadowolenie klientki. Lepiej w takiej sytuacji zaproponować dogłębnie odżywczy zabieg i przedstawić argumenty za i przeciw - zaznaczyć, jak szkodliwe może okazać się kolejne rozjaśnianie, jakie może nieść za sobą skutki i dlatego lepiej wcześniej naprawić zniszczenia w strukturze włosów. Tego typu interakcje wymagają prawdziwych zdolności negocjacyjnych!

Przy okazji sprawdzania stanu włosów można również zauważyć np. problemy skórne, które uniemożliwiają przeprowadzenie danego zabiegu, a nawet wypatrzeć niepokojące znamiona. Jako profesjonalista, fryzjer powinien ocenić najlepiej, jakie usługi może wykonać na włosach danego typu, a co będzie niemożliwe. W kolejnym kroku trzeba jeszcze uzmysłowić to klientce i wraz z nią dojść do porozumienia odnośnie efektów wizyty. Oczywiście jeśli klientka ze zniszczonymi włosami uprze się na kolejny wyniszczający zabieg, fryzjer ma pełne prawo go przeprowadzić, informując jednak wcześniej o możliwych negatywnych skutkach.



Przygotowanie do wykonania usługi

Bez względu na to, czy przygotowanie do zabiegu odbywa się na oczach klienta/ki czy też nie, należy wykonywać to precyzyjnie i z poszanowaniem zasad higieny. Można zaprezentować wykorzystywane produkty, jeśli np. są to nowe kosmetyki lub istnieje potrzeba skonsultowania używanych kosmetyków. Często klienci sami chcą zobaczyć opakowania produktów, by zweryfikować ich skład lub upewnić się, że są np. bezglutenowe czy cruelty-free.

Gdy stanowisko będzie gotowe czas usadzić klienta/kę przy lustrze i przeprowadzić go/ją przez to, jak będzie wyglądał zabieg. Prezentując na włosach można pokazać, gdzie i w jaki sposób będą one cięte lub jaką długość zniszczonych końców najlepiej będzie ściąć. Jest to też moment na poinformowanie o ewentualnych problemach, np. uczuciu lekkiego pieczenia czy swędzenia podczas zabiegu. Dobrze dać również znać, żeby klient/ka poinformowała w momentach odczuwania jakiegokolwiek dyskomfortu. Jeśli zabieg jest bardziej skomplikowany, dobrym pomysłem jest wyjaśnienie o co w nim dokładnie chodzi i jakie będzie miał pozytywne skutki.



Po wykonaniu usługi

Czas po wykonaniu usługi to moment na dokładne obejrzenie jej wyników przez klienta/kę i zapoznanie się z ewentualnymi zaleceniami dotyczącymi pielęgnacji pozabiegowej. Jeśli wszystko jest w porządku i fryzura nie wymaga żadnych dodatkowych poprawek, możesz na spokojnie przyjąć płatność. Koniecznie pamiętaj o wystawieniu paragonu lub faktury - jest to niezbędne z punktu widzenia prowadzenia działalności, ale również daje klientom możliwość złożenia reklamacji. Żeby jeszcze przedłużyć miłą atmosferę możesz dodatkowo wraz z paragonem obdarować klientów drobnym upominkiem, np. cukierkiem. Takie małe gesty potrafią naprawdę dużo zmienić!



Wykonanie usługi

Przechodząc do zabiegu warto informować, co krok po kroku jest dokładnie wykonywane na włosach klienta/klientki, aby dokładnie znali przebieg usługi. Jeśli pojawią się niespotykane wcześniej w przypadku danego zabiegu lub produktu efekty uboczne, fryzjer musi podjąć decyzję o kontynuacji lub przerwaniu zabiegu. To również dobry moment na nawiązanie relacji z klientem/klientką. Dzięki miłej, przyjaznej rozmowie będą mogli poczuć się jak w domu i odpocząć od codziennego stresu.

Jeśli mężczy Cię rozmawianie o przykrych rzeczach, chorobach czy polityce, możesz wykonać tabliczkę informującą, że w Twoim salonie najważniejsze są dobre emocje. W ten sposób zawsze będziesz mógł/mogła sprowadzić rozmowę na bardziej przyjemne tory, argumentując to dobrostanem klientów i klientek - w końcu chcesz, żeby się u Ciebie zrelaksowali i zostawili za drzwiami negatywne emocje. To również dobry sposób na wyrobienie u klientów i klientek miłych skojarzeń z Twoim salonem, do którego chętniej wrócą, jeśli będzie się im kojarzył z przyjemnym odpoczynkiem i miłymi emocjami.

Na koniec wykonaj zdjęcie "po", jeśli klient/ka zgodził/a się na zrobienie takich fotografii. Będzie to nie tylko ciekawy sposób na podzielenie się efektami np. w mediach społecznościowych salonu, ale dodatkowo potwierdzenie tego, jak wyglądały włosy przed i po wykonaniu usługi. Przyda się to w przypadku ewentualnych reklamacji, o których piszemy w kolejnym rozdziale.



“Zapomniacie(a)m portfela”

Czyli co zrobić w sytuacji, gdy po wykonaniu usługi klient/ka oświadcza, że nie ma możliwości uregulowania należności?

Nie ma nic złego w ufaniu w dobre intencje ludzi, jednak w przypadku działalności gospodarczej warto możliwie najdokładniej zabezpieczać swoje interesy. Jeśli klient lub klientka po wykonaniu usługi informuje pracownika salonu, że nie ma czym za nią zapłacić, warto poprosić pozostawienie w salonie przedmiotu, który zostanie zwrócony w momencie uregulowania umówionej kwoty. Mogą to być klucze, dowód osobisty, prawo jazdy, telefon lub inna wartościowa rzecz. Jeśli zdarzy się, że klient/ka odmówi, można poinformować, że w innym wypadku pracownik salonu będzie zmuszony zadzwonić po policję, która skutecznie rozstrzygnie powstały spór.

Tego typu “groźby” - w pełni zgodne z prawami właścicieli i pracowników działalności - są zwykle wystarczające, by wywrzeć odpowiedni nacisk na niechętnych do płacenia klientów. W takiej sytuacji chodzi przede wszystkim o Twój biznes, wobec czego zasada ograniczonego zaufania jest jak najbardziej na miejscu.

Żeby uniknąć jakichkolwiek nieporozumień, dobrym pomysłem będzie przygotowanie wcześniej wzoru oświadczenia o pozostawieniu “zastawu” do czasu opłacenia wizyty, które powinno zostać wydrukowane lub sporządzone odręcznie w dwóch jednakowych egzemplarzach. Na każdym powinna znaleźć się data, informacja o pozostawieniu przedmiotu, szczegóły pozostawionego przedmiotu oraz podpisy: Właściciela lub pracownika salonu oraz klienta/klientki. Po opłaceniu usługi należy natomiast poprosić o podpisanie dokumentu z informacją o odbiorze pozostawionego przedmiotu i zatrzymać potwierdzenie np. w przeznaczonym do tego typu dokumentów segregatorze. Tutaj również na obu egzemplarzach muszą znaleźć się data i oba podpisy: właściciela lub pracownika salonu oraz klienta/klientki.

W ten sposób skutecznie zabezpieczysz się przed ewentualną próbą oszukania Cię przez nieuczciwych klientów/klientki i nie stracisz niepotrzebnie nerwów na zastanawianie się, co mogłeś/mogłaś zrobić, by uniknąć przykrej sytuacji. Wzory oświadczenia i potwierdzenia znajdziesz na końcu E-booka.



Klient/ka po wykonaniu usługi odmawia jej opłacenia - co robić?

Przede wszystkim nie ma co panikować. Nerwy nie pomogą w takiej sytuacji, dlatego należy w pierwszej kolejności zapytać, dlaczego klient/ka odmawia opłacenia usługi. Bez względu jednak na powód, pracownik salonu ma pełne prawo naciskać, by wizyta została opłacona. Regulują to nie tylko kwestia kultury osobistej czy normy społeczne, ale również art. 627 Kodeksu Cywilnego, który brzmi:

“Przez umowę o dzieło przyjmujący zamówienie zobowiązuje się do wykonania oznaczonego dzieła, a zamawiający do zapłaty wynagrodzenia”.

Jako, że usługa fryzjerska spełnia warunki umowy o dzieło, to te zapisy ją regulują. Zgodnie z nimi klient/ka nie ma prawa nie zapłacić za wykonaną usługę, która została umówiona. W momencie, gdy podjęta zostaje decyzja o wykonaniu usługi, obie strony zobowiązują się do przestrzegania swoich obowiązków - fryzjer/ka do wykonania usługi (w domyśle oczywiście w sposób profesjonalny), a klient/ka do zapłaty za nią.

Jeśli po wykonaniu usługi klient/ka uważa, że została ona przeprowadzona w sposób niezgodny z oczekiwaniami, umową lub zasadami wykonania danego zabiegu, może złożyć stosowną reklamację. Żeby to zrobić potrzebny jest jednak paragon, który zostaje wystawiony w momencie opłacenia wizyty.

Warto jest znać swoje prawa, by móc w tego typu sytuacjach spokojnie wyjaśnić klientom ich obowiązki wynikające z zawarcia umowy. Jeśli mimo to klient/ka uchyla się od obowiązku opłacenia wizyty, zarówno pracownik, jak i właściciel salonu mają prawo wezwać na świadka policję lub zażądać spisania oświadczenia o decyzji dotyczącej nie uiszczenia opłaty przez klienta/kę. Na takim oświadczeniu powinny znaleźć się: data, adres salonu, podpis klienta/ki oraz jego/jej imię i nazwisko, pesel i/lub numer dowodu osobistego. Tego typu oświadczenie umożliwi salonowi dociekanie swoich praw poprzez wysłanie wezwania do zapłaty lub założenie sprawy cywilnej. Wzór takiego oświadczenia znajdziesz na końcu E-booka.



2. Czy fryzjer/ka może odmówić wykonania usługi?

Jak każdy ekspert, fryzjer/ka ma zdecydowanie większą wiedzę i doświadczenie, umożliwiające ocenę stanu włosów i ich podatności na dany zabieg, niż jego klienci i klientki. Dlatego to do fryzjera powinno należeć ostatecznie słowo dotyczące wykonania usługi. Jeśli włosy są delikatne i sypkie, raczej nie utrzymają za długo zwykłej stylizacji faldownicą czy lokówką. Jeśli są zniszczone - koloryzacja lub rozjaśnianie mogą przyczynić się do dalszych uszkodzeń, które jeszcze trudniej będzie odbudować. Jeśli np. klient/ka pragnie uzyskać konkretny kolor włosów, ale nie chce rozjaśniania, musi zostać poinformowany/a, że kolor nie będzie tak intensywny i może mieć inny odcień lub końcowy efekt niż zamierzony. Jeśli mimo to nalega, że "jakoś to będzie" - decyzja pozostaje w rękach fryzjera.





Kiedy fryzjer/ka może odmówić wykonania usługi?

Fryzjer może całkowicie odmówić wykonania zabiegu, który np. ostatecznie wyniszczy już i tak słabe włosy. Odmówienie usługi jest również zasadne w przypadku problemów skórnych, np. świeżych, niezabliźnionych ran, łuszczycy lub chorób pasożytniczych skóry, takich jak świerzb czy wszawica. W tym wypadku należy skierować klienta/klientkę do lekarza pierwszego kontaktu lub dermatologa i zaprosić do salonu po uregulowaniu stanu skalpu. Po wizycie takiej osoby konieczne jest również dokładne zdezynfekowanie stanowiska pracy i wszelkich narzędzi, które miały kontakt ze stanem chorobowym.

Kolejnym słusznym powodem do odmówienia wykonania usługi fryzjerskiej jest agresywne zachowanie klienta/klientki. Może to być w wyniku pozostawania pod wpływem (np. alkoholu lub narkotyków) lub występowania chorób psychicznych. W celu zachowania spokoju oraz bezpieczeństwa siebie i pozostałych klientów, można odmówić przyjęcia takiego klienta/klientki, a nawet wezwać policję, jeśli klient/ka dalej odmawia opuszczenia salonu.

Zbyt mało czasu na poprawne wykonanie usługi to również słuszny powód do odmowy. W przypadku, gdy klient/ka oczekuje konkretnego efektu w za krótkim czasie (np. tuż przed ważnym spotkaniem czy uroczystością), lepiej zaproponować inną usługę lub odmówić wykonania oczekiwanej i uniknąć błędów wynikających z pośpiechu albo nieprofesjonalnego efektu związanego z niemożliwością wykonania usługi poprawnie. W końcu to salon będzie sygnował efekt końcowy - lepiej więc unikać sytuacji, w których nie będzie on w pełni profesjonalny i może narazić jego reputację na szwank. Powodem do odmowy wykonania konkretnej usługi jest również spóźnienie, które także może powodować brak wystarczającej ilości czasu, by dokładnie i profesjonalnie przeprowadzić dany zabieg.

Czasem zdarza się, że klient/ka prosi o wykonanie usługi z użyciem własnych produktów - np. kupionej w sklepie farby, rozjaśniacza od koleżanki, który na jej włosach sprawdził się wspaniale lub polecanej przez ulubioną influencerkę maski. Jeśli nie znasz produktu nie jesteś w stanie przewidzieć, jak się z nim pracuje i jakie efekty może wywoływać, szczególnie w kontakcie z innymi produktami, których używasz. Dlatego to również może być powodem odmowy.

Rozdział 4

Reklamacje w salonie fryzjerskim

1. Reklamacja w salonie fryzjerskim - co warto wiedzieć?

Każda osoba korzystająca z usług salonu fryzjerskiego ma prawo złożyć reklamację. Z pewnością taka sytuacja nie będzie przyjemna dla żadnej ze stron, dlatego koniecznie zapoznaj się z poniższymi informacjami, które ułatwią przebieg procesu reklamacyjnego w Twoim salonie.

Czym jest reklamacja?

Reklamacja to procedura, która umożliwia klientom/klientkom towarów i usług zgłoszenie niezgodności efektów usługi lub otrzymanego produktu z tym, co zostało im obiecane. W przypadku usług salonów fryzjerskich może zostać zgłoszona w sytuacji, gdy włosy po wizycie wyglądają gorzej, niż przed - np. są zniszczone, źle ścięte lub kiepsko pofarbowane. Reklamacja może zostać również złożona, jeśli zabiegi nastawione na konkretne efekty nie spełniają swoich obietnic, pomimo braku przeciwwskazań do ich wykonania ze strony fryzjera.

Kiedy klient/ka może złożyć reklamację?

Klienci mają prawo złożyć reklamację zawsze wtedy, gdy uznają to za zasadne. Może to wynikać z faktycznie popełnionych błędów fryzjerskich lub jedynie subiektywnych odczuć. Bez względu na to, czy jako ekspert/ka zgadzasz się z taką reklamacją czy nie, masz obowiązek przyjąć ją do rozpatrzenia.

Jaki jest czas na złożenie reklamacji przez klienta/kę?

Jaki konkretnie czas ma klient na złożenie reklamacji? Najlepiej ustalić to samodzielnie. Musi to być moment, w którym ciągle widoczne są efekty zabiegu - zarówno te pozytywne, jak i negatywne. Jeśli klient pojawi się w salonie po roku od wykonania koloryzacji i zażąda ponownego przeprowadzenia zabiegu, będzie to raczej próba wyłudzenia darmowego farbowania, niż faktyczna reklamacja. Oczywiście może prezentować zdjęcia poglądowe, mające na celu udokumentowanie błędów fryzjerskich, jednak trudno po takim czasie faktycznie ocenić, czy dana fryzura była wynikiem pracy fryzjera, czy np. samodzielnych działań.

W przypadku usług fryzjerskich błędy zabiegowe są widoczne od razu. Nie ma więc potrzeby, by czas na złożenie reklamacji był dłuższy niż kilka dni. Jeśli jednak klient/ka nie ma czasu pojawić się w salonie ale dzwoni lub pisze z informacją o swoim niezadowoleniu, warto poprosić by w ciągu maksymalnie 2 dni przesłała kilka szczegółowo dokumentujących fryzurę zdjęć oraz opis zaistniałej sytuacji, wraz z informacją na temat tego, co dokładnie nie zgadza się z ustaleniami.

Dobrym rozwiązaniem jest wyznaczenie konkretnego czasu na reklamację i umieszczenie informacji na ten temat w widocznym miejscu, np. przy kasie. Może tam zostać umieszczony cały regulamin salonu - pojedyncza informacja o czasie na reklamację byłaby co najmniej dziwna i mogłaby sugerować, że reklamacje zdarzają się regularnie w Twoim salonie, a tego raczej każdy fryzjer wolałby uniknąć.

Jaki jest czas na rozpatrzenie reklamacji?

Standardowo termin, w którym salon musi odnieść się do złożonej przez klienta reklamacji to 14 dni kalendarzowych. Jeśli po tym czasie nie zostanie podjęta decyzja, reklamacja zostaje uznana za przyjętą, a salon ma obowiązek wypłacić ekwiwalent usługi lub wykonać ją ponownie. Klient/ka może również żądać zwrotu kosztów poniesionych w wyniku zabiegów i/lub produktów, których wymagało naprawienie błędu fryzjera. Należy jednak zwrócić uwagę, że takie koszty powinny być udokumentowane, np. paragonem lub fakturą.

Kiedy przyjąć reklamację?

Reklamacja jest zasadna wtedy, gdy opłacona usługa została wykonana nieprawidłowo i/lub ze szkodą dla klienta/klientki. Wiązać się to może np. ze zniszczeniem włosów lub źle wykonanym cięciem, rozjaśnianiem, itp. Takie roszczenia powinny być niepodważalne, jednak w przypadku usług fryzjerskich często chodzi o indywidualne wrażenia estetyczne. Dlatego tak ważne jest, by szczegółowo omówić z klientem lub klientką czego oczekują od wizyty i - jeśli jest to możliwe - pokazać przykładowe zdjęcie. Najlepiej przy świadkach - np. innym pracowniku/cy salonu. Subiektywne przekonanie klienta o efekcie końcowym lub jakości usługi albo zarzucenie niewykonania niewyartykułowanej wcześniej potrzeby nie jest jednoznaczne z błędem fryzjerskim lub nieprawidłowym wywiązaniem się z umowy.

Jeśli wykonywana jest usługa, która w następujących po niej dniach wymaga podjęcia konkretnych kroków lub stosowania specjalnych produktów przez klienta/klientkę, warto przygotować stosowne zalecenia na kartce, która po zabiegu zostanie wręczona klientowi/klientce. W ten sposób każdy pracownik salonu będzie mieć pewność, że nie pominięto żadnej informacji istotnej dla utrzymania efektów usługi. Można również poprosić o podpisanie oświadczenia o otrzymaniu w/w dokumentu, jeśli np. pojawiają się częste zastrzeżenia związane z nieprzestrzeganiem zaleceń dotyczących pozabiegowej pielęgnacji włosów. W ten sposób łatwiej będzie stwierdzić, czy błąd został popełniony podczas wykonywania usługi, czy później.

Kiedy nie przyjąć reklamacji?

Nie każda reklamacja jest zasadna, nawet wtedy, gdy przedstawiona przez klienta/kę historia brzmi niezwykle dramatycznie i bardzo przekonująco. W jakich sytuacjach można odmówić przyjęcia reklamacji?

- **Minęło zbyt wiele czasu od wykonania zabiegu**

Jeśli klient/ka potrzebował/a roku, żeby zauważyć błędy w wykonaniu usługi, to raczej nie ma już o czym rozmawiać. Nie ma też możliwości, by zweryfikować czy to faktycznie działania fryzjera były odpowiedzialne za pokazany na zdjęciach z zeszłych wakacji efekt. W takiej sytuacji dobrze jest powołać się na regulamin salonu, według którego czas na zgłoszenie reklamacji wynosi konkretną liczbę dni.

- **Klient/ka zaniedbał/a zalecaną pielęgnację pozabiegową**

Niektóre zabiegi wymagają używania lub unikania przez jakiś czas konkretnych produktów do pielęgnacji, a nawet zwykłej wody. Jeśli te zalecenia zostaną zignorowane i klient/ka zaniedba wskazaną pielęgnację, narazi swoje włosy i efekty zabiegu. Tym samym utraci prawo do reklamowania usługi, której istotną częścią jest stosowanie się do zaleceń pozabiegowych. Po obejrzeniu włosów każdy profesjonalista będzie wiedział, czy zalecenia były przestrzegane, czy nie. Nie będzie zatem mowy o błędzie fryzjerskim.

- **Klient/ka zataiła istotne informacje lub skłamała w temacie stanu swoich włosów**

Pytania o wcześniejsze zabiegi (szczególnie te chemiczne) są niezwykle istotne dla efektów przeprowadzanej usługi. Zdarza się jednak, że klient/ka świadomie ukrywa pewne informacje lub wręcz okłamuje fryzjera, że np. nigdy nie poddawał/a się zabiegom chemicznym, nie stosował/a farby, itp. Tym samym naraża swoje włosy na kontakt z substancjami, które mogą wchodzić w reakcję z poprzednio użytymi składnikami i wywoływać niepożądane efekty.

W takim przypadku należy zaznaczyć to już podczas samej wizyty i dokładnie wyjaśnić, w jaki sposób zabieg przeprowadzony np. miesiąc wcześniej wpływa na jakość wykonywanej właśnie usługi. Jeśli mimo to klient/ka zataja ważne informacje, a następnie decyduje się złożyć reklamację, fryzjer/ka ma prawo takiej reklamacji nie przyjąć, ponieważ klient/ka sam/a naraził/a się na niepożądane efekty, ukrywając istotne szczegóły dotyczące stanu swoich włosów.

Jakie są następstwa nieprzyjęcia reklamacji?

W większości przypadków szczegółowe przedstawienie powodów odmowy reklamacji jest wystarczające. Nie oznacza to jednak, że klienci i klientki nie mogą próbować dalej naciskać na salon. Jeśli reklamacja nie zostanie przyjęta przez salon fryzjerski, osoba która czuje się poszkodowana może zgłosić sprawę do Rzecznika Konsumentów przy Urzędzie Ochrony Konkurencji i Konsumentów w swoim mieście, a w ostateczności do Sądu, gdzie może dochodzić odszkodowania oraz - w szczególnych przypadkach - zadośćuczynienia. Jeśli salon posiada polisę, tego typu roszczenia mogą być załatwiane przez ubezpieczalnię, jednak zawsze warto wcześniej spróbować załagodzić sytuację i uniknąć tak radykalnych rozwiązań.

Źle wykonana usługa - kto jest odpowiedzialny?

Pracownik czy właściciel - kto jest odpowiedzialny za źle wykonaną usługę fryzjerską? Jeśli pojawi się sytuacja błędu fryzjerskiego, wewnątrz odpowiedzialna jest oczywiście osoba, która go popełniła. W takiej sytuacji należy koniecznie ponownie przeszkolić pracownika z wykonywania danego zabiegu, by uniknąć powtórki w przyszłości. Dla klientów nie mają jednak znaczenia wewnętrzne zasady, a przerzucanie odpowiedzialności będzie budzić jedynie niesmak. To właściciel odpowiada za jakość swojego salonu i to on powinien wziąć na siebie odpowiedzialność za wykonane usługi. Tak samo jak z dumą informujesz o sukcesach swoich fryzjerów, tak samo to Ty musisz z pokorą przyjąć na siebie słuszne skargi dotyczące wykonywania usług. W ten sposób okazujesz nie tylko profesjonalizm, ale i szacunek do klienta.

Czy właściciel powinien przeprosić za błąd pracownika?

Zdecydowanie tak. To bardzo często zresztą wystarczy, żeby załagodzić sytuację, ponieważ każda osoba lubi czuć się szanowana i wysłuchana. Dlatego nie bagatelizuj roli, jaką odgrywają spokojna rozmowa, szczerze przyznanie się do błędu oraz okazanie zainteresowania i troski o dobro klienta. Nie daj się wciągnąć w emocjonalne kłótnie - w takiej sytuacji klient ma zawsze rację, nawet jeśli powie o kilka słów za dużo. Nie ma sensu przepychanie się, udowadnianie racji czy przerzucanie odpowiedzialności i umywanie rąk. Oczywiście nie oznacza to, że musisz przyjąć na siebie wulgarne obelgi, ale jeśli klient/ka ma potrzebę kilkakrotnie wyzalić się i opisać dyskomfort, jaki czuła po nieprawidłowym wykonaniu usługi fryzjerskiej - pozwól jej na to. Okażesz w ten sposób szacunek dla jej (słusznie negatywnych) uczuć i pokorę.

2. Reklamacja w salonie fryzjerskim - jak reagować?

Przede wszystkim - nie tracić głowy i zachować spokój. Najlepiej jest podejść do sytuacji na zimno, zachowując kulturę osobistą i pogodę ducha. Tego typu sytuacji nie ułatwi stres, gniew, próby przerzucenia odpowiedzialności na klienta/klientkę czy pochopne poddawanie się emocjom. Również za szybkie przyznawanie racji nie jest najlepszym pomysłem - nie ma sensu przeproszać jeśli nie ma jeszcze pewności, że reklamowany problem powstał z winy pracowników salonu. Zanim więc reklamacja zostanie przyjęta, wzięta do serca i potraktowana jako osobista porażka, dobrze wziąć głęboki oddech i na spokojnie wykonać opisane poniżej czynności. Te kilka kroków ułatwią profesjonalne i kompleksowe poradzenie sobie z reklamacją, bez wyciągania pochopnych wniosków i ulegania emocjom, które - jak wiadomo - nie są najlepszym doradcą.



1

Upewnij się, że nie minął jeszcze ustalony czas reklamacji. Jeśli klient/ka pojawił/a się z reklamacją po zbyt długim czasie od wykonania usługi, kulturalnie o tym poinformuj. Możesz dodać, że bardzo Ci przykro z powodu zaistniałej sytuacji i masz nadzieję, że mimo to nie utraci zaufania do Twojego salonu.

2

Jeśli reklamacja zostanie złożona w odpowiednim czasie, dopytaj o wszystkie szczegóły i dokładnie je zweryfikuj. Nie przepaszaj zanim tego nie zrobisz, ponieważ może się okazać, że dana reklamacja nie ma wcale żadnych podstaw, a Twoje pochopne przeprosiny tylko utwierdzą klienta/klientkę w przekonaniu, że faktycznie masz za co przeproszać. Poproś o cierpliwość, kiedy będziesz weryfikować sprawę - możesz zaproponować w tym czasie kawę lub herbatę, by zgłaszająca reklamację osoba poczuła się miło.

3

Dokładnie obejrzyj włosy klienta/klientki. Twoja wiedza i doświadczenie z pewnością wystarczą, by ocenić co dokładnie mogło być przyczyną reklamowanego efektu.

4

Sprawdź datę i godzinę wizyty oraz potwierdź, kto wykonywał daną usługę i na czym konkretnie miała ona polegać. Jeśli musisz, skontaktuj się z odpowiedzialnym/ą za nią pracownikiem lub pracownicą i na spokojnie zweryfikuj wszystkie szczegóły na tyle, na ile jest to możliwe.

a

Jeśli na pierwszy rzut oka zauważysz, że reklamacja jest zasadna, szczerze przeproś za zaistniałą sytuację i zaproponuj wykonanie zabiegu naprawczego/korygującego (jeśli jest to możliwe), ponowne wykonanie usługi lub kolejną wizytę gratis.

b

Jeśli nie zauważysz podstaw do uznania reklamacji, wyjaśnij dlaczego została podjęta decyzja o jej odrzuceniu. Dokładnie poinformuj, co zostało zrobione i skąd wiesz, że zostało wykonane/przeprowadzone poprawnie.

c

Może się również okazać, że to postępowanie lub zaniedbania klienta/klientki wpłynęły na aktualny stan fryzury. Jeśli wykonana usługa wymagała podjęcia lub zaniechania konkretnych działań bezpośrednio po jej wykonaniu (np. nie moczenia głowy przez 24 godziny, unikania jakiegoś składnika w pielęgnacji lub korzystania z określonego typu produktu pielęgnacyjnego), z pewnością zauważysz, kiedy klient/ka nie stosował/a się do otrzymanych zaleceń. Wskaż takie zaniedbania i poinformuj, że uniemożliwiają one przyjęcie reklamacji, zgodnie z panującymi w salonie zasadami (możesz również wspomnieć, że każdy klient salonu może się zapoznać ze wszystkimi panującymi w nim zasadami w dowolnym momencie, ponieważ znajdują się one np. przy kasie). W takiej sytuacji z pewnością przydatne będzie też posiadanie podpisanego formularza, w którym klient/ka potwierdza, że została poinformowana o szczegółach dotyczących pozabiegowej pielęgnacji włosów.

Jeśli nie wiesz, w jaki sposób ubrać w słowa przyjęcie lub odrzucenie reklamacji, możesz skorzystać z poniższych wzorów. Po prostu uzupełnij je o szczegóły konkretnego przypadku i na spokojnie przedstaw zamieszczone w nich informacje. Nie zapomnij też o uśmiechu i przyjaznym tonie głosu - jak pewnie już nie raz się przekonałeś/aś, jest to jedna z najskuteczniejszych metod na rozładowanie niepotrzebnego napięcia.

Odrzucenie reklamacji

Bardzo mi przykro, ale jestem zmuszony/a odrzucić złożoną reklamację, w związku z

1

[wariant 1]

niestosowaniem się do przekazanych Pani/Panu zaleceń dotyczących pielęgnacji włosów po zabiegu. Niektóre z usług fryzjerskich wymagają postępowania zgodnie z wytycznymi, by nie zaburzyć ich przebiegu lub nie zniszczyć powstałych efektów. Niestety w tej sytuacji widzę, że nie przestrzegał/a Pan/i otrzymanych wytycznych, co przełożyło się na powstanie przebarwień/zniszczeń/itp

2

[wariant 2]

brakiem powodów by stwierdzić w tym przypadku błąd z naszej strony. Usługa została wykonana dokładnie w taki sposób, jaki został z Panem/Panią wcześniej ustalony i omówiony. Dokładnie poinformowaliśmy Pana/Panią z czym taki zabieg się wiąże i jakie są możliwe zagrożenia (np. w przypadku już zniszczonych włosów). Oczywiście z chęcią wykonamy tę usługę ponownie, jednak nie mam podstaw uznać, że powstałe problemy są wynikiem zaniedbań z naszej strony.

Mam nadzieję, że mimo tej przykrej sytuacji będziemy mogli jeszcze nie raz ugościć Pana/Panią w naszym salonie.

Przyjęcie reklamacji

Bardzo dziękuję za cierpliwość. Po zweryfikowaniu sytuacji i dokładnym przyjrzeniu się Pani/Pana włosom, muszę z przykrością stwierdzić, że podczas wykonywania usługi faktycznie doszło do błędu z naszej strony. Jest mi niezmiernie przykro z powodu tej sytuacji i mam nadzieję, że mimo wszystko zdecyduje się Pan/i ponownie nam zaufać. Oczywiście wykonamy usługę ponownie w ramach reklamacji i dołożymy wszelkich starań, by tym razem efekty zabiegu były zgodne z Pana/Pani oczekiwaniami. Dodatkowo chcielibyśmy zaproponować usługę darmowej stylizacji włosów przy najbliższej wizycie lub voucher na [kwota] do wykorzystania w naszym salonie.

Rozdział 5

Najczęściej zadawane pytania

Czym jest skuteczna komunikacja?

Skuteczna komunikacja w salonie fryzjerskim to rodzaj przewodnika po sposobie komunikowania się z klientami i klientkami. Pozwala nawiązywać lepsze relacje, zachować dobrą atmosferę, a także jest przydatna w sytuacjach stresowych i pomaga spokojnie rozwiązywać problemy, bez ryzyka ich eskalacji i utraty klientów.

Czy warto stworzyć komunikację salonu fryzjerskiego?

Zdecydowanie tak! Pamiętaj, że komunikujesz się z klientami cały czas - poprzez mimikę twarzy, sposób wypowiedzania się, a nawet poprzez publikacje w mediach społecznościowych czy muzykę, jaką decydujesz się puszczać w salonie. Dlatego uspoźnienie sposobu komunikowania się z klientami i klientkami może działać wyłącznie na Twoją korzyść.

W jaki sposób stworzyć spójną komunikację salonu fryzjerskiego?

Przede wszystkim musisz zastanowić się, jaka jest grupa docelowa Twojego salonu fryzjerskiego i lepiej poznać jej nawyki, przyzwyczajenia oraz potrzeby. Więcej na ten temat przeczytasz w rozdziale I naszego E-booka.

Jak przebiega profesjonalna konsultacja fryzjerska?

Każda konsultacja powinna rozpocząć się o czasie i w pierwszej kolejności skupić na potrzebach i oczekiwaniach klienta/ki. Szczegółowe zapoznanie się z nimi umożliwi dostosowanie usługi i uniknięcie błędów fryzjerskich. Następnie fryzjer/ka bada włosy, by sprawdzić czy wymarzona fryzura jest w ogóle możliwa do wykonania. Podczas zabiegu klienci powinni być dokładnie informowani o jego poszczególnych etapach. Warto też zaangażować się w miłą rozmowę, która pozwoli nawiązać relacje z klientami i podnieść prawdopodobieństwo, że będą chcieli wrócić. Na koniec nie zapomnij o wystawieniu paragonu lub faktury i poinformowaniu o szczegółowych zaleceniach dotyczących pozabiegowej pielęgnacji.

Jak uniknąć problemów w komunikacji z klientami?

Spokojna, rzeczowa i kulturalna rozmowa to klucz do skutecznej komunikacji. Emocje nigdy nie są dobrym doradcą, dlatego nawet w stresowych sytuacjach warto stawiać na przyjazne nastawienie i uśmiech. Kolejną rzeczą, o której należy pamiętać, to możliwie najbardziej szczegółowe omówienie usługi i oczekiwań klientów. Pozwoli to uniknąć niedomówień.

Czy fryzjer może odmówić wykonania usługi?

Jak najbardziej. W wyjątkowych sytuacjach fryzjer/ka ma pełne prawo odmówić wykonania usługi fryzjerskiej, a także wyprosić klienta/klientkę z salonu. W szczególności ma to zastosowanie, gdy kondycja włosów uniemożliwia wykonanie konkretnej usługi, kiedy nie ma wystarczająco dużo czasu na przeprowadzenie zabiegu w profesjonalny sposób oraz kiedy klient/ka zachowuje się w sposób agresywny, zagrażający bezpieczeństwu pracowników i klientów salonu.

Kiedy klient może złożyć reklamację?

Klient ma prawo złożyć reklamację zawsze, kiedy uzna to za stosowne.

Czy każda reklamacja musi zostać rozpatrzona?

Tak. W przypadku nierozpatrzenia reklamacji w ciągu 14 dni kalendarzowych, zostaje ona uznana za rozpatrzoną pozytywnie i nakłada na salon obowiązek przeprowadzenia usługi ponownie lub innej formy zadośćuczynienia.

Czy każda reklamacja powinna zostać przyjęta?

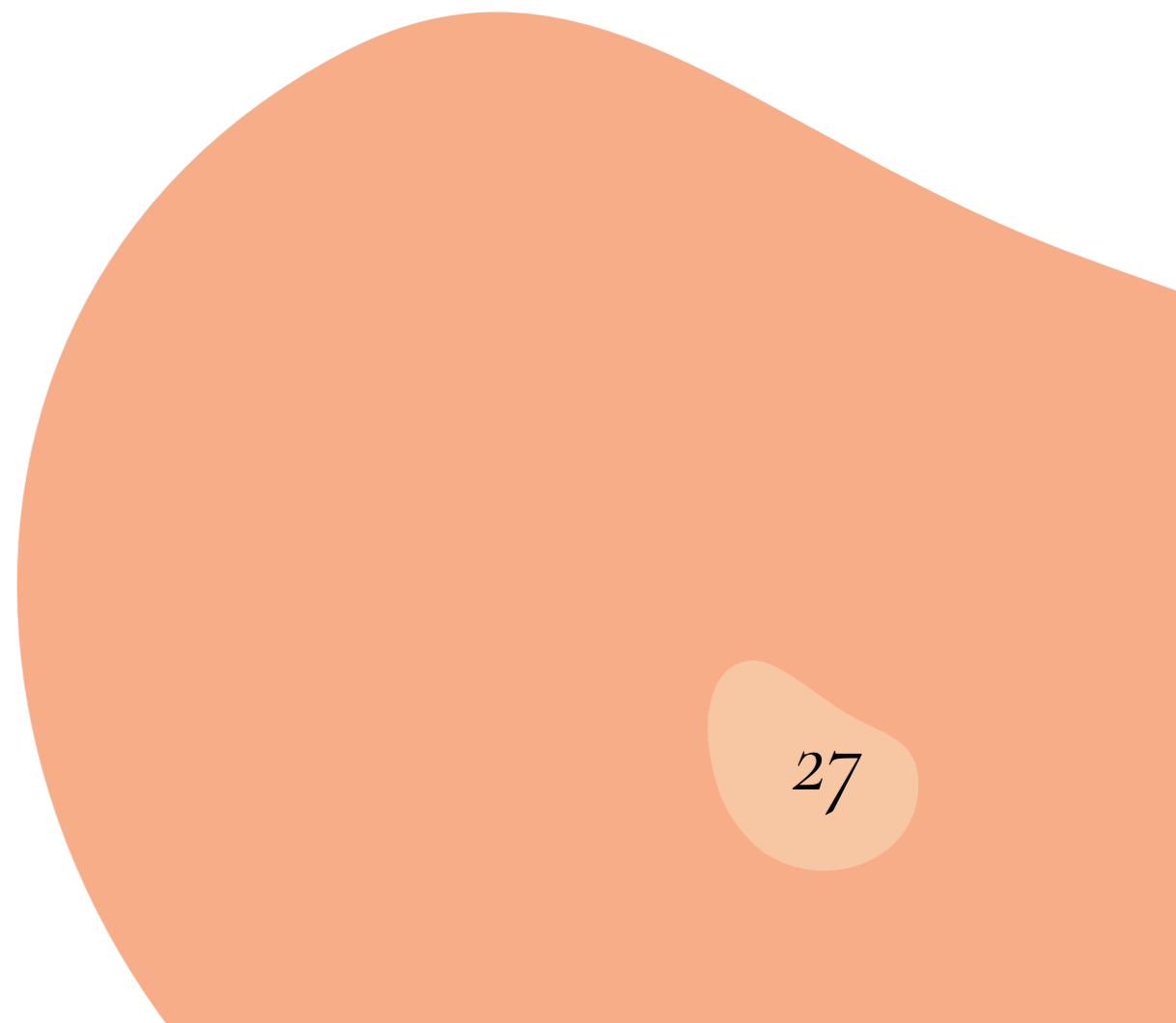
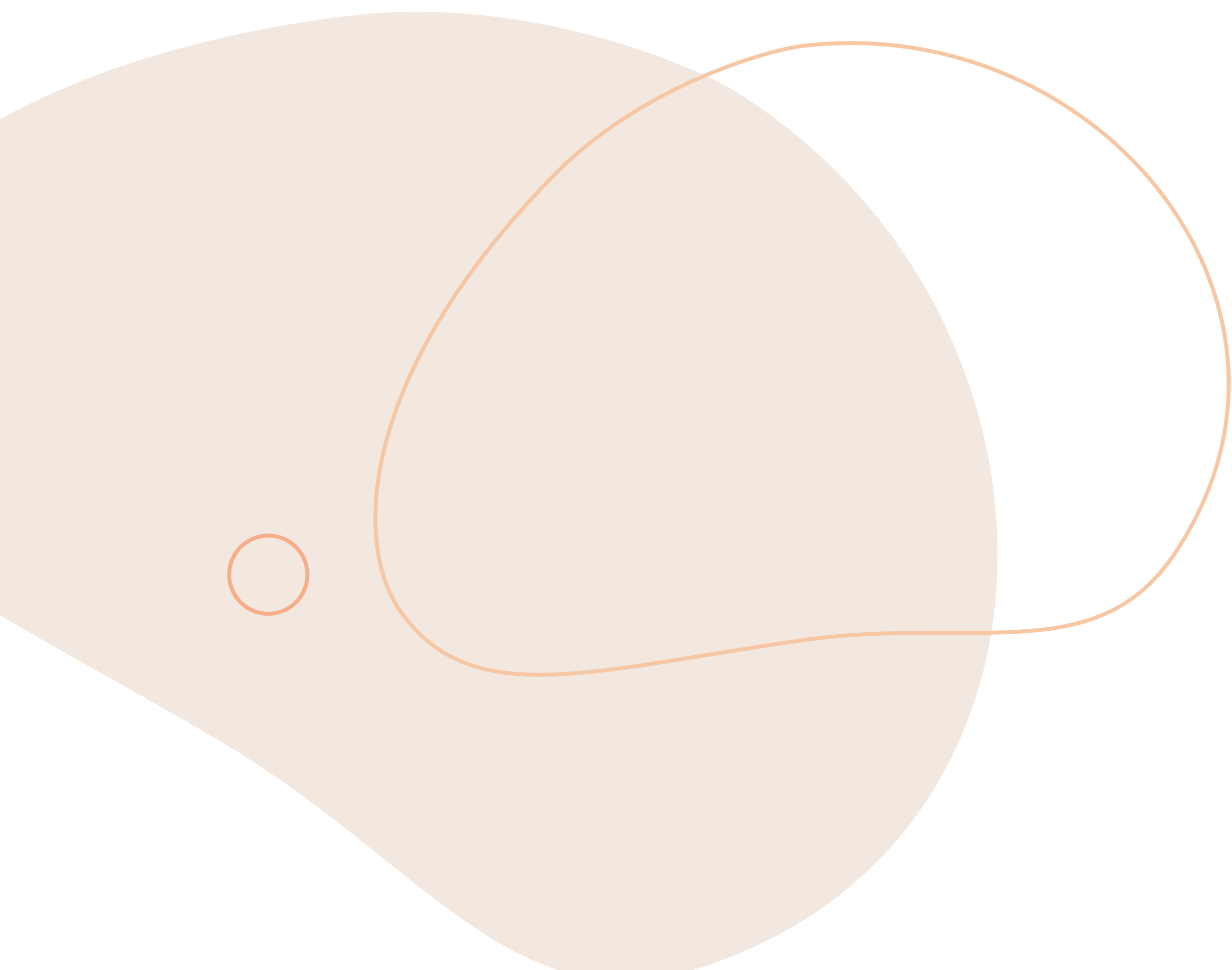
Nie. Nie każda reklamacja ma podstawy, by zostać przyjęta. Dlatego zwróć uwagę na czas od wykonania usługi, kondycję włosów oraz zasadność takiego roszczenia.

Jak przeprowadzić proces reklamacji?

Przede wszystkim musisz uzbroić się w cierpliwość, kulturę osobistą i uśmiech. W ten sposób zdecydowanie łatwiej poradzisz sobie w stresującej sytuacji. Zweryfikuj wszystkie szczegóły reklamowanej usługi oraz stan włosów klienta/klientki. Na tej podstawie będziesz w stanie ocenić, czy reklamacja jest zasadna. Jeśli tak - szczerze przeproś i zaproponuj rozwiązanie, które pomoże naprawić błąd. Jeśli nie - spokojnie poinformuj, że nie widzisz żadnych podstaw do uznania reklamacji.

Jak uniknąć nieopłacenia usługi fryzjerskiej?

Żeby uniknąć nieopłacenia usługi możesz przyjąć płatność przed jej wykonaniem lub zaopatrzyć się w strategię radzenia sobie z klientami i klientkami odmawiającymi płatności. Zapoznaj się ze swoimi prawami, wynikającymi z Kodeksu Cywilnego - ułatwi Ci to radzenie sobie z tego typu sytuacjami.



Wzory dokumentów

1. Dokumenty w przypadku “zastawu” do czasu opłacenia usługi

Oświadczenie

Miejscowość, data

Niniejszym oświadczam, że pozostawiam w salonie [nazwa i adres salonu] swój [nazwa i marka przedmiotu lub dokumentu, ew. opis cech charakterystycznych], do czasu opłacenia wykonanej usługi fryzjerskiej. Oświadczenie zostało sporządzone w dwóch jednakowych egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.

Data i podpis klienta/klientki

Data i podpis pracownika salonu

Potwierdzenie

Miejscowość, data

Niniejszym oświadczam odebranie mojego [nazwa przedmiotu lub dokumentu], który pozostawiłem/pozostawiłam w salonie [nazwa i adres salonu] do czasu opłacenia wykonanej usługi fryzjerskiej. Potwierdzenie zostało sporządzone w dwóch jednakowych egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.

Data i podpis klienta/klientki

Data i podpis pracownika salonu

2. Oświadczenie o nieopłaceniu wykonanej usługi fryzjerskiej

Oświadczenie o nieopłaceniu wykonanej usługi fryzjerskiej

Miejscowość, data

Ja, [imię i nazwisko], nr PESEL:, nr dowodu osobistego:, niniejszym oświadczam, że po wykonaniu usługi fryzjerskiej w salonie [nazwa i adres salonu], podjęłam decyzję o nieopłaceniu w/w usługi.

Powód:

Oświadczenie zostało sporządzone w dwóch jednakowych egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.

Data i podpis klienta/klientki

BIOÉLIXIRE ®
EXPERT

