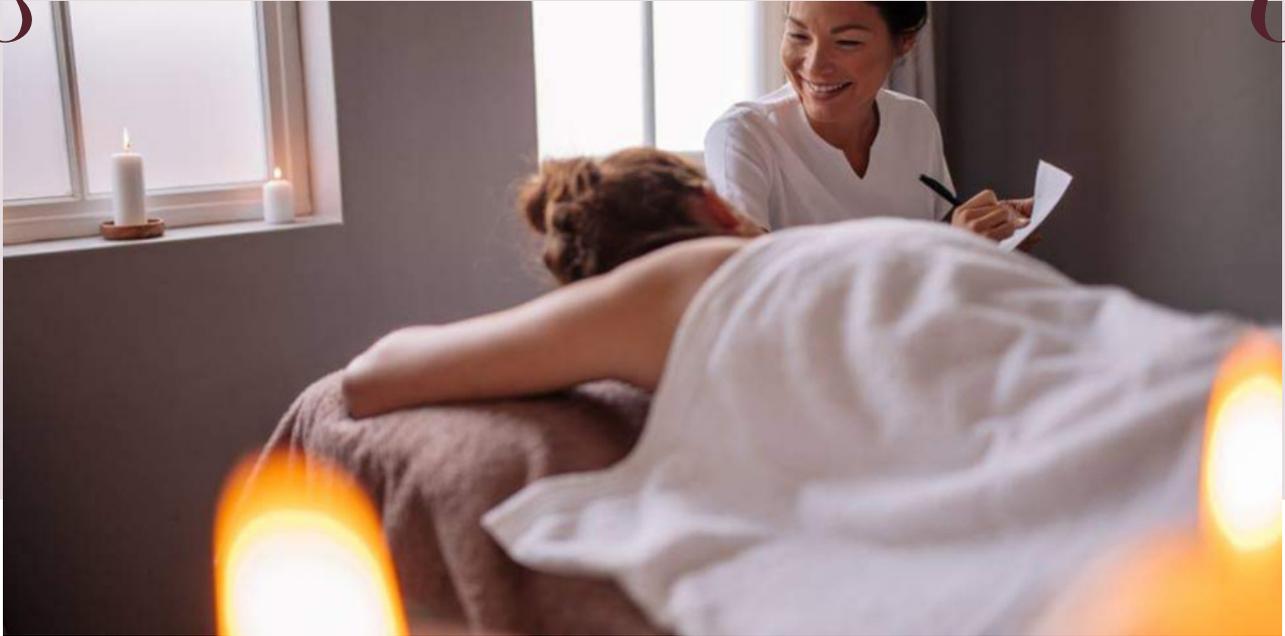




# WORKBOOK

CABINA OPTIMIZADA

PILAR FERNÁNDEZ



## **Deja de dar caviar a precio de jamón york**

Hazte una pregunta Jefa Alfa: ¿Por qué con el increíble trabajo que haces cada día no lo pones en valor?

En este módulo quiero que reflexiones sobre cómo quieres que tus servicios sean percibidos y empieces a creer que sí, que eres una Jefa Alfa, y tus clientas se merecen que les demuestres todo lo que puedes hacer por ellas.

Tu centro de belleza o clínica es un negocio y como tal debe facturar dinero, por tanto, vamos a pensar de manera fría tus servicios y darles el empujón que necesitan para aumentar tu rentabilidad.

# *Diseña una carta de servicios que el cliente no pueda rechazar*

## **Análisis previo**

Lo más importante para empezar a diseñar una carta de servicios rentable es realizar un análisis de lo que tienes en este momento.

Para ello haz primero un listado de servicios diferenciando entre los que te dan facturación y los que no (y esto no tiene que ver con que te gusten más o menos, recuerda)

<b>RENTABLES</b>	<b>NO RENTABLES</b>

## **Estructura tus servicios en principales y secundarios**

Si estás aquí es porque quieres ser una facialista **empresaria** y este tipo de servicios deberían ser los principales.

Es el momento de identificar qué servicios serán los secundarios y que te sirven para complementar (por ejemplo la depilación de ceja y labio, manicura y pedicura, estética decorativa...)

<b>PRINCIPALES</b>	<b>SECUNDARIOS</b>

## Clasificación por escalera de valor

El 80% del cliente final tiene una idea vaga de lo que hacemos dentro de cabina. Por eso es importante que conozcas sus necesidades y sepas guiarle en cada momento hacia lo que necesita.

Para ello te resultará muy útil tener clasificados los servicios atendiendo a su posición en la escalera de valor:

BÁSICOS	MEDIOS	PREMIUM

Con esta información más clara podrás empezar a definir bonos y programas que te permitan agrupar servicios y rentabilizar la cabina.





## Precios rentables



Siéntate a analizar tus números con calma y hazte las siguientes preguntas:

¿Qué **gastos fijos** tienes?

¿En qué **inviertes** tus ingresos?

¿**De dónde** procede tu facturación: de los servicios principales o de los secundarios?

Crea una **previsión de ventas** y pregúntate, ¿qué quiero vender en cabina?

Anota **tu facturación** de este mismo mes en años anteriores para realizar una previsión. Haz lo mismo de aquí a final de año.

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2022												
2023												
2024												



# Calendario estacional de cabina



Llegados a este punto es importante que empieces a analizar qué servicios realizas más según el trimestre o el mes del año.

Te dejo esta tabla para ayudarte:

TRIMESTRE		FACIAL	CORPORAL	CALENDARIO ANUAL
1 TRIMESTRE	ENERO			Nutrición, cicatrices
	FEBRERO			Enamorados, Eventos
	MARZO			Día del padre
2 TRIMESTRE	ABRIL			
	MAYO			
	JUNIO			
3 TRIMESTRE	JULIO			
	AGOSTO			
	SEPTIEMBRE			
4 TRIMESTRE	OCTUBRE			
	NOVIEMBRE			
	DICIEMBRE			



## *¿Combinas servicios con productos?*



Haz una relación de cada uno de tus servicios y productos que se podrían ofrecer de forma complementaria.

<b>SERVICIO</b>	<b>PRODUCTO</b>
Tratamiento protector	Sérum de vitaminas





## *Programa de fidelización*



Me gustaría que reflexionaras sobre algunas preguntas clave:

### **¿Cuentas con un programa de fidelización?**

- Sí
- No

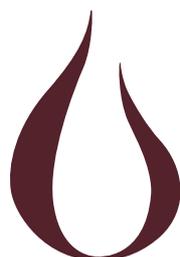
### **¿Lo tienes protocolizado y tus clientes lo conocen?**

- Sí
- No

### **¿Y tus empleadas?**

- Sí
- No

**Recuerda que tan importante es conseguir nuevos clientes como fidelizar a los que ya tenemos y ofrecerles servicios complementarios.**



Sí quieres recibir más consejos como estos, no te olvides de seguirme en mi newsletter:

<http://pilarfernandezcoach.com/masterclass-puntos-clave-org>

Sígueme en:

 @pilar\_fernandez\_estetica

 [www.pilarfernandezcoach.com](http://www.pilarfernandezcoach.com)