

Любі друзі! Багато народів захоплюються героїзмом і мужністю українського народу. Після перемоги багато людей з різних країн хотітимуть краще піznати Україну. Тож, ми вже зараз повинні працювати для відбудови, щоб і надалі прославляти нашу неймовірну Батьківщину.

Знання - це наша сила!

Коли лунає сирена-направляйтесь в укриття! Бережіть себе!

Урок № 113

Дата: 27.04.2022

Тема: Управління якістю та обслуговуванням на підприємствах з надання перукарських послуг

Мета: охарактеризувати поняття управління якістю та обслуговуванням на підприємствах з надання перукарських послуг; розвивати аналітичне мислення, професійні навички, пам'ять, мислення; виховувати інтерес до спеціальності.

Хід уроку:

Правила та навички продажу перукарських послуг:

1. Продавати людям. Потенційні клієнти дуже різні (живуть у різних будинках, працюють у різних місцях і ділових сферах. У них різні проблеми і мета в житті. Вони можуть бути молодими і старими, щасливими і нещасними, добрими і злими, оптимістами і пессимістами.) Тому професійний перукар повинен:

- ✓ стати знавцем людей, для чого слід відвідувати семінари із психології спілкування, читати спеціальну літературу;
- ✓ справді любити людей, і тоді будь-який клієнт буде радий спілкуванню;
- ✓ при спілкуванні з клієнтами не цікавитись іншими людьми, розпитувати, нехай вони самі говорять про себе.

2. Ставити слухні запитання. Виграє той, хто запитує. Питання завжди повинно вести до позитивних відповідей. Ставте такі питання і таким чином, щоб клієнт відповів «так»:

- ✓ Ви бачите, якого блиску надала Вашому волоссу ця фарба?
- ✓ У Вас обмаль часу для догляду за волоссям у дома? Ви надаєте перевагу стрижкам, які не потребують укладання?
- ✓ Бачите, як активно діє ця лікувальна маска для волосся? Завдяки цілеспрямованим питанням майстер може дізнатися про бажання клієнта. А клієнт поділиться досвідом і відчує, що в салоні до нього ставляться уважно та серйозно.

3. Слухати. Це загальне правило етики спілкування, але дуже мало майстрів справді уміють слухати. Слухаючи, можна дізнатися про клієнта багато корисної інформації та підказок щодо організації надання послуги. Тож спочатку вислухайте клієнта, перепитайте, якщо щось не до кінця з'ясували, а потім визначайтесь із послугою.

4. Говорити клієнту не про особливості товару або послуги, а про користь, яку він отримає. Наприклад, не слід говорити клієнтові: «Мелірування — це не тільки освітлення, а й багатоколірне фарбування пасом», краще порадити так: «Виконанням багатоколірного мелірування Ви отримаєте ефектне пофарбування пасом, яке нагадує гру сонячного проміння. Крім того, фарба надасть Вашому волоссу здорового блиску». Тобто пропонуйте послугу, якомога більше інформуючи клієнта про корисність саме для нього. Підбирайте формулювання, безпосередньо спрямовані на клієнта: «Я рекомендую Вам ... Для Вас важливо ... Для Вашого волосся необхідно ...». Уникайте невпевнених фраз і слів, які можуть зменшити бажання клієнта отримати послугу: можливо, може бути, напевно.

Урок № 114

Дата: 27.04.2022

Тема: Управління якістю та обслуговуванням на підприємствах з надання перукарських послуг

Мета: охарактеризувати поняття управління якістю та обслуговуванням на підприємствах з надання перукарських послуг; розвивати аналітичне мислення, професійні навички, пам'ять, мислення; виховувати інтерес до спеціальності.

Хід уроку:

5. Не покладатись на логіку. У клієнтів більше говорить серце, ніж розум. На рішення про відвідування салону та бажання отримати послугу більше впливають емоції. За статистикою понад 80% рішень про обслуговування засновані саме на емоціях і почуттях, а не логіці. До головних емоцій, пов'язаних із салонними перукарськими послугами, належать:

- ✓ почуття здоров'я (доглянуте волосся, профілактика захворювань волосся та шкіри голови, запобігання посивінню, облисінню);
- ✓ почуття безпеки (в салоні застосовують якісні інструменти, продукцію, працюють майстри високої кваліфікації, створені відповідні санітарно-гігієнічні вимоги);
- ✓ почуття престижу («я обслуговуюсь у модного стиліста»);
- ✓ страх втрати («якщо я не буду відвідувати салон, робити якісну стрижку і фарбування, я виглядатиму старшою»);
- ✓ гордість володіння («я хочу, щоб і у мене було таке красиво меліроване волосся»);
- ✓ его («я хочу трішечки потішити себе, зробити собі приємність, покращити настрій»);
- ✓ амбіційність («я купую тільки дорогу косметику з натуральних компонентів»);
- ✓ економічні питання («якщо я придбаю абонемент на комплексне обслуговування, я отримаю вагому знижку...»). Люди завжди знайдуть гроши на те, що їм хочеться, а не обов'язково на те, що їм потрібно. Справжній перукар має з'ясувати, що потрібно клієнту і перетворити цю потребу в бажання, щоб він захотів отримати послугу.

6. Правильно визначати унікальні точки свого продажу. Кожний салон повинен мати щось індивідуальне, унікальне. Наприклад, при зміні кольору волосся клієнткам пропонують безкоштовний макіяж. Обов'язково надавайте клієнтам інформацію про подібні додаткові послуги.

7. Пишатись цінами на послуги салону. Ніколи не виправдовуйтесь за ціни салону. Принцип: «люди купують цінність, а не ціну» — поза сумнівом. Висока вартість послуг не повинна лякати або бентежити. Якщо Ви ніяковісте, називаючи вартість, це збентежить клієнта. Тому будьте впевненими в собі та пишайтесь ціною послуг.

8. Не тільки розмовляти з клієнтом, а й показувати. Існує думка, що люди здебільшого купляють очима. Скористайтесь цією особливістю людської психології, запропонуйте клієнтам журнали, покажіть відеоматеріал про майстер-класи, конкурси, рекламні ролики тих продуктів, які використовує салон. Сильною «зброєю» є сучасна зовнішність працівників перукарні, щасливі красиві обличчя та усмішки відвідувачів салону.

Питання для самоперевірки:

1. Чому важливим аспектом в правилах продажу перукарських послуг є етикет спілкування?
2. Чи важило уважно слухати клієнта? Чому

3. Чи потрібно майстру розповідати клієнту або в його присутності про свої особисті проблеми, справи?

Домашнє завдання: дати відповіді на питання для самоперевірки та законспектувати матеріал з теми.

Рекомендована література: підруч. за ред. О. Ежова, О. Гурьянова «Проектування технологічних процесів швейного підприємства»; Валентина Горобчишина, Людмила Буханцова «Проектування технологічних процесів швейного підприємства»

***Шановні учні! Нагадую, що на виконані вами завдання чекає моя електронна пошта:
kvasha.n.v@gmail.com або Вайбер чи Телеграм за номером: 093-74-98-200,
але не пізніше 20:00***