



IDEIA DE NEGÓCIO - SPA - CLÍNICAS DA BELEZA

Entre os ramos mais promissores para investir em um negócio, está o segmento de clínicas de beleza. O público que consome esse tipo de serviço está cada vez maior e mais engajado, fazendo com que seja um investimento acertado e próspero. Mas para isso, é preciso ter conhecimento sobre as principais questões que envolvem o negócio. Assim, neste e-book serão abordados os principais assuntos relacionados às clínicas de beleza, como funcionamento, clientes, facilidades e outros elementos cruciais para quem deseja atuar nessa área. Não perca!

Como funcionam as clínicas da beleza

As clínicas da beleza estão em alta, pois cada vez mais surgem novas técnicas e produtos que permitem a realização de procedimentos estéticos com resultados muito mais eficientes, em menor tempo e com investimento menor. Dentro disso, os serviços oferecidos em uma clínica desse gênero podem ser os mais variados, desde limpeza de pele e peeling, até tratamento para estrias e drenagem linfática.




Em geral, o funcionamento das clínicas depende do nível de expansão que o proprietário deseja obter, pois como o nicho comporta os diferentes procedimentos, a abrangência de atendimento vai depender de cada caso. O que importa é que os serviços oferecidos tenham relação com beleza, higiene e saúde e que sejam feitos com técnicas, produtos e equipamentos adequados para cada finalidade, com procedimentos testados e seguros para os clientes.

Para entender melhor a abrangência que esse tipo de negócio proporciona, os principais serviços que podem ser oferecidos, são:

- Revitalização e rejuvenescimento facial;
- Discromia;
- Limpeza de pele;
- Peeling;
- Tratamento contra acne;
- Hidratação e nutrição facial;
- Bronzeamento artificial;



- 
- Crioterapia;
 - Depilação;
 - Podologia;
 - Tratamentos capilares;
 - Massagens.

Como é possível ver acima, as clínicas da beleza podem abranger uma série de serviços que envolvem as mais diferentes tecnologias e especialidades. A decisão de quais serviços oferecer vai depender, além da vontade do profissional, da demanda existente na região e da necessidade do perfil dos clientes.

O que é preciso para a abertura

A primeira questão a ser tratada para saber o que é preciso para abrir uma clínica da beleza é delimitar os tipos de atendimentos que serão ofertados. Isso é essencial para definir quais são os produtos, equipamentos e técnicas que devem ser necessárias.

Dentro disso, depois de delimitar os serviços, a clínica deve contar com todos os meios para a execução dos serviços. Isso inclui, antes de tudo, capacitação profissional para realizar os procedimentos. Além disso, equipamentos que tenham a tecnologia necessária e produtos adequados também são essenciais. É importante frisar que alguns tratamentos que podem ser oferecidos nas clínicas da beleza só podem ser realizados e recomendados por médicos dermatologistas.

Assim, a depender do nível de procedimento, a clínica deve contar com esse tipo de profissional para prestar o atendimento. Ademais, além do que já foi falado, também é fundamental ter uma estrutura física adequada para comportar todas as atividades. Quanto maior for a quantidade de serviços disponíveis, maior deve ser o ambiente. No mesmo sentido, ter salas reservadas e mais privadas para tratamentos como depilação e massagem, é algo fundamental.

Dependendo do tipo de atendimento, pode ser feito em um ambiente para mais de um cliente. Porém, não são todos os serviços que podem ser prestados dessa forma. Além disso, outra necessidade é que os profissionais tenham capacitação, independentemente da área de atuação.

Isso quer dizer que não é apenas o profissional que vai aplicar o peeling que deve ser capacitado, mas todo profissional que entrará em contato com os clientes, principalmente o responsável pelos agendamentos e atendimentos iniciais.



Quais os cuidados necessários

Os cuidados que as clínicas de beleza precisam ter são os mais variados, pois lidar com a área da beleza, saúde e higiene, requer maior atenção, comprometimento e dedicação.



Diante disso, um dos principais cuidados é em relação às marcas dos produtos utilizados e as recomendações de uso. E aí também entra a necessidade de conhecimento de técnicas, o que somente um profissional capacitado possui.


Ademais, se o ambiente vai oferecer tratamentos capilares também, é preciso ter o cuidado de oferecer local privativo a esses clientes, pois muitas vezes os produtos aplicados emitem vapor que podem irritar os olhos e as narinas de outros clientes. Assim, é essencial ter o cuidado de não expor clientes que não estão realizando esse tipo de procedimento.



Um cuidado peculiar para esse tipo de negócio é em relação à privacidade. Mas nesse caso não se está falando sobre salas privadas para realização de procedimentos mais delicados. Aqui a questão é sobre o atendimento em si. Muitas vezes clínicas e salões de beleza costumam atender vários clientes ao mesmo tempo, o que acaba facilitando a troca de informações e surgimento de assuntos pessoais. Porém, isso não pode partir da equipe profissional, pois a discrição é sempre fundamental em qualquer atendimento profissional.

Outro cuidado é na escolha do local, pois o local para abrir uma clínica da beleza deve ser acessível ao maior número de clientes. Por isso, o ideal é que seja em um local com bastante circulação e movimentação de pessoas, com fácil acesso e e, se possível, ponto de referência. Ao ter pontos importantes próximos, como agências bancárias, farmácias, restaurantes e comercio em geral, a chance de haver maior fluxo de atendimento é maior, pois a clínica terá mais visibilidade. Mais um cuidado necessário é em relação aos EPIs, que são os Equipamentos de Proteção Individual.





O profissional que lida com produtos estéticos, equipamentos e procedimentos em geral, deve sempre estar protegido por EPI. Além disso, os EPIs conseguem proporcionar maior segurança aos próprios clientes, pois evitam a transferência de microrganismos e tornam o atendimento muito mais profissional e de qualidade. Ademais, muitos procedimentos estéticos possuem orientações que devem ser transmitidas aos clientes para o cuidado pós-procedimento, para que os melhores resultados sejam obtidos.

Esse também é um cuidado necessário, pois as orientações devem ser transmitidas de forma clara e objetiva para a compreensão de todos. Mais um cuidado quando se trata de procedimentos de beleza é a questão de alergias.

Por mais que se trabalhe com produtos de ótima qualidade e que seja referência no segmento, alguns clientes podem possuir alergias a alguns componentes sem que tenham esse conhecimento. Por isso, é sempre importante fazer um teste em uma pequena área antes da aplicação completa do tratamento.



Assim, caso haja alguma reação diferente, o profissional consegue identificar de imediato e suspender a realização do procedimento antes de causar algum problema de saúde para o cliente. Ademais, outro cuidado é a questão da diversidade de peles.

Os procedimentos devem abordar a maior quantidade de tipos de peles que for possível, isso envolve aspectos tanto de textura e questões de pele oleosa ou seca, como principalmente variações de tonalidade. Muitos tratamentos para pele branca não são os mesmos para peles negras e vice-versa.

É mais do que fundamental estar preparado e conseguir oferecer atendimento a todos os tipos de pele, para que nenhum cliente precise ficar de fora do tratamento que deseja realizar. Por fim, entre muitos outros cuidados, há necessidade de controle rigoroso do prazo de validade dos produtos utilizados nos serviços.

Nenhum produto que tenha ultrapassado o prazo de validade pode ser aplicado em um paciente, independentemente de qual for o procedimento em questão.



Saiba quais as facilidades que esse ramo possui



Assim como o negócio de clínicas da beleza possui vários cuidados, também há facilidades. Entre elas, uma das principais é a capacidade de abarcar diversos procedimentos no mesmo local.

O segmento da beleza é muito vasto, de modo que a clínica não precisa ser especializada apenas em um procedimento, sendo possível ofertar uma série de serviços e aumentar a possibilidade de rendimento da clínica. Além disso, outra facilidade é a grande procura que esse segmento costuma ter.

Assim, as chances de ter um bom fluxo de clientes são grandes. As clínicas da beleza também possuem a facilidade de poderem ter parcerias com outros profissionais. Um exemplo disso é quando a clínica oferta determinados procedimentos e tem espaço para expandir.




Quando isso acontece, é possível ter parcerias com profissionais que atendam no local apenas os clientes com agendamento. É o caso de parcerias com profissionais que podem aplicar Botox, por exemplo, ou realizar outros procedimentos que dependem de alguma autorização específica de execução.

Saiba qual é o perfil dos clientes

Outro tópico interessante de ser abordado é sobre o perfil dos clientes, pois quem está pensando em abrir esse tipo de negócio deve conhecer o perfil dos clientes para saber o que ofertar.

Em geral, o público de clínicas da beleza é mais feminino, porém nada impede que o público masculino realize tratamentos também. Além disso, a idade do público é bastante ampla, sendo que a maioria da procura ocorre com mulheres na faixa dos 18 aos 60 anos de idade.



A collection of natural skincare ingredients including a wooden honeycomb comb, a green bowl of white cream, a small jar of cream, a white flower, and a small bowl of brown powder.

Sendo assim, aí está um bom exemplo da importância de saber qual é o público em potencial para o negócio. Isso porque, em uma variação tão grandes clientes, com idades que abarcam várias etapas da vida, o tipo de tratamento para cada fase da pele também é diferente.



Portanto, estar preparado para atender peles jovens e maduras é fundamental.

Entenda tudo sobre divulgação

Depois de conhecer mais sobre como funciona o negócio de clínicas da beleza, entender os cuidados, o perfil dos clientes e muitas outras informações de grande relevância, saber como fazer a divulgação também é indispensável.



A divulgação certa faz toda diferença na procura e no alcance que o negócio possui no mercado. Por isso, é necessário entender onde está o cliente para chegar até ele da melhor maneira possível. Diante disso, mesmo que o público seja muito variado em termos etários, o principal foco são mulheres adultas.

Assim, atualmente o uso das redes sociais e da internet em geral é cada vez mais presente no cotidiano das pessoas. Em pesquisa demográfica realizada em relação ao ano de 2020, mais de 30% do público que utiliza redes sociais está na faixa de 25 e 34 anos, que representa boa parcela dos clientes de clínicas de beleza. Afinal, é justamente a idade em que os cuidados com a pele tendem a se intensificar.

Além disso, pessoas entre 18 e 24 anos representam cerca de 27% do uso das redes sociais, entre 35 e 44 anos são aproximadamente 16% e entre 45 e 54 anos são 10%. Assim, o foco da divulgação do negócio deve ser digital, principalmente com estratégias de marketing nas redes sociais, em sites e blogs.

Isso porque, é através desses meios que é possível informar com grande qualidade os clientes em potencial, com apresentação de vídeos e imagens que chamam a atenção e conseguem ser mais explicativos acerca dos procedimentos realizados na clínica.



Instagram



Dentro das redes sociais, uma das principais plataformas a ser utilizada é o Instagram, que é uma ferramenta com grande potencial de publicidade.

No Instagram a clínica da beleza pode divulgar os serviços, apresentar profissionais, falar sobre métodos e técnicas e demonstrar como os procedimentos são feitos. Além disso, é um local que pode redirecionar os clientes para o contato de WhatsApp ou do site, o que aumenta a praticidade da forma de contato. Inclusive, para ser ainda mais prático, é comum que clínicas e locais aceitem agendamento até mesmo por mensagem privada no Instagram, o que facilita para o cliente.

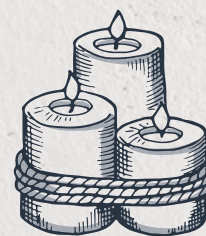
Para dar conta do possível fluxo e ter boa interatividade com os clientes, é essencial contar com ferramentas de automação. Esse tipo de ferramenta permite que ocorra a programação do sistema com as coordenadas desejadas e o software realiza as interações de forma automática durante 24 horas por dia.



Dentro disso estão respostas automáticas de comentários e mensagens, o que faz com que o cliente se sinta acolhido com maior atenção enquanto espera a resposta personalizada, bem como ações como seguir potenciais clientes e encontrar o público tendo como base geolocalização.

Assim, com o uso desse tipo de recurso a clínica consegue ter alto desempenho nas redes sociais, sem necessitar de uma pessoa com dedicação à plataforma por várias horas por dia, fazendo com que sobre mais tempo para atividades no próprio espaço da clínica.

Facebook



O Facebook também é um local que comporta publicidade, pois é utilizado por muitas pessoas e com público vasto. Além disso, funciona basicamente da mesma forma com a rede social acima, com a diferença de que é um local que pode conter um pouco mais de informação em textos, com vídeos e fotos.



Site

Mesmo que o negócio tenha perfil comercial em redes sociais, o uso de site não é dispensável. Muito pelo contrário, pois é no site que informações mais objetivas podem ser inseridas, como contato, endereço, lista de todos os serviços oferecidos, preços e muito mais. Além disso, as redes sociais contam com possibilidade de inserir link de site para que os clientes consigam clicar e serem redirecionados. Assim, esse é mais um motivo para montar um site bem instrutivo e que possibilite que o cliente tenha conhecimento de todos os procedimentos ofertados na clínica.



Blog



O blog também é uma excelente forma de divulgação e ele pode ficar endereçado dentro do site. Através do blog se torna possível obter resultados melhores em pesquisas no Google por serviços que a clínica da beleza oferece, o que acontece através de marketing de posicionamento. No blog podem ser criados temas de interesse dos clientes em potencial, de modo que ao pesquisarem por serviços ou assuntos relacionados, encontrem o blog da clínica e conseqüentemente fiquem por dentro do funcionamento do negócio em questão.

Ademais, isso também pode ser utilizado nas redes sociais, pois dentro do blog e do site podem ter e-books e artigos exclusivos que para quem estiver acessando possa baixar, preenchendo alguns dados simples, como e-mail, WhatsApp e nome completo. Assim, como exemplo, o cliente em potencial encontra o perfil da clínica, verifica em uma postagem que ao final tem um link sobre algo de seu interesse.



Ao acessar, é ofertado para o cliente um e-book gratuito no site, através do preenchimento dos seus dados necessários. Estes dados podem ser utilizados posteriormente em ações criadas para conquistar esse clientes, como envio de promoções em e-mail marketing ou até mesmo envio de cupons de desconto por WhatsApp.

Portanto, o uso é recomendado, principalmente o uso de forma profissional. Isso porque, apesar de parecer simples, criar conteúdos de qualidade e de interesse do público e conseguir atrair clientes pela internet, requer conhecimento de técnicas e estratégias especializadas nesse tipo de ação.



Cartões de visita

Por fim, mais uma maneira de investir em divulgação para clínicas da beleza é através de cartões de visita. E aqui há duas opções, pois existem os modelos físicos e os virtuais. Os modelos físicos são mais conhecidos e podem ser oferecidos na saída do salão ou até mesmo deixados em locais parceiros como em salões de beleza e outros ambientes do segmento.

Porém, o cartão virtual é uma inovação que pode ser muito vantajosa. Inicialmente, ele é um cartão que é interativo, pois o cliente pode clicar nas regiões indicadas para entrar em contato com a clínica através das redes sócias, telefone e até mesmo WhatsApp, sendo direcionado automaticamente.

Além disso, outro motivo é o custo reduzido, pois o cartão nunca esgota, de modo que basta criar uma única vez e utilizar até que queira criar um com outro design. Ademais, ele pode ser enviado por WhatsApp, e-mail e até pelas redes sociais, sendo uma ferramenta de fácil comunicação e que o cliente consegue ter acesso a qualquer momento, sem riscos de perder como acontece com o cartão físico.



Como fazer para conquistar clientes?

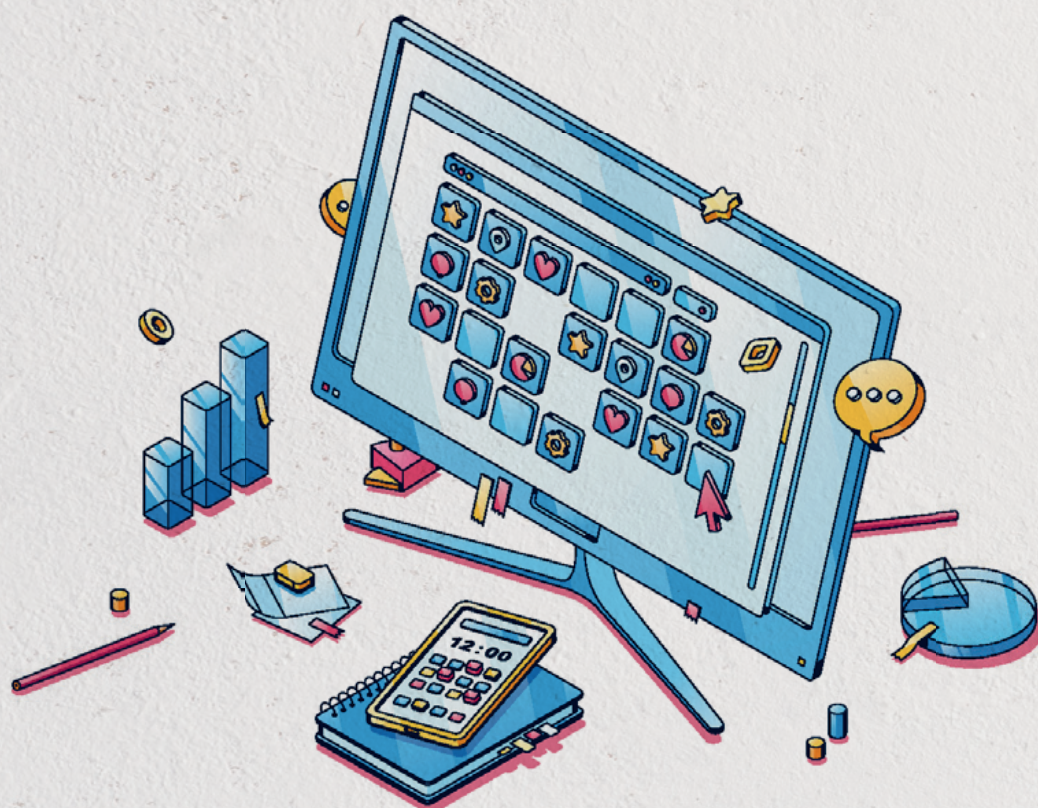
O e-book já abordou diversas questões de grande importância para a ideia de negócio de clínicas da beleza. Porém, ainda há alguns tópicos a serem tratados, e o tópico sobre conquistar clientes é muito importante. Para que as formas de divulgação tenham efeito e a clínica consiga conquistar os clientes, algumas coisas devem ser observadas.

Em primeiro lugar, os serviços prestados sempre devem ser de qualidade para que atraiam os clientes. Junto a isso, o preço precisa ser competitivo. Porém, muitas vezes o preço não é o fator decisivo final nesse tipo de área, valendo mais a qualidade e a segurança do procedimento. Ademais, é essencial entender o que o cliente necessita. E justamente por isso que é tão importante entender o perfil do cliente, pois entendendo as necessidades se torna possível oferecer as soluções que sejam compatíveis e eficientes de uma forma completa.



Além disso, a qualidade da comunicação que é estabelecida entre clínica e clientes também faz parte do processo de conquista e é extremamente relevante. Isso porque, uma comunicação clara, educada e gentil é fundamental para que o cliente se sinta à vontade e tentado a conhecer os serviços.

Todo o trabalho de divulgação e estruturação do negócio pode ser prejudicado consideravelmente com uma comunicação inadequada. Portanto, essa questão deve ser uma das prioridades, o tratamento dado ao cliente deve ser polido, claro e informativo, sem julgamentos e comentários pessoais.



Saiba como fidelizar os clientes

Depois de conseguir fazer com que os clientes utilizem os serviços de beleza do local, focar na fidelização precisa ser outra meta a ser alcançada. Isso porque, o custo de sempre buscar e clientes novos, é mais alto do que o de fidelizar.

Se a qualidade for adequada, as chances do cliente se tornar assíduo, são altas. Com clientes fidelizados o negócio passa a poder criar metas financeiras e ter maior estabilidade na contabilidade, o que é ideal para gerar segurança e tranquilidade ao proprietário.

Para isso, além de investir sempre na ótima qualidade dos serviços oferecidos, pois sem isso não há como esperar clientes fidelizados, também existem algumas ferramentas que podem ser usadas. A principal delas é a criação de clubes de vantagens, em que o cliente realiza determinados serviços na clínica e, ao final, ganha um desconto, um procedimento gratuito ou alguma outra vantagem.



Esse tipo de estratégia pode ter diversas regras, o que vai depender de cada local criar o próprio regulamento. No entanto, a vantagem deve ser boa para o cliente. Isso é importante porque normalmente essa estratégia requer uma continuidade no consumo do serviço, como, por exemplo, 5 ou 10 sessões de depilação, o cliente ganha a sexta. Se a vantagem final não for boa, a motivação de consumir o número necessário de serviços não vai ser suficiente para que o cliente se torne fidelizado.

Outra ferramenta existente é a criação de promoções de serviços determinados e que pode ocorrer de forma fixa todas as semanas. Esse tipo de estratégia também pode ocorrer com várias regras, como mudar o procedimento a cada mês ou a cada semana. Assim, o cliente tem mais um incentivo para realizar o serviço na clínica sempre que tiver a necessidade, pois sabe que obterá desconto. Portanto, como ficou demonstrado acima, para fidelizar o cliente há necessidade de ter parte do lucro revertido para isso.



Assim, é importante já organizar a parte financeira para poder criar ações do gênero e investir na fidelização. Lembrando que isso se torna mais econômico e tem eficiência com mais facilidade do que investir em conquistar clientes novos frequentemente. Dessa forma, mesmo que em um primeiro momento pareça um gasto desnecessário, a médio e longo prazo pode surtir bons resultados.

Porém, para isso é preciso ter organização para saber quais as porcentagens de descontos que podem ser oferecidas e quais os melhores serviços devem ser incluídos nas estratégias. Planejamento é algo indispensável nesse momento.



Capacidade de crescimento

Por fim, outra abordagem que merece ser feita é sobre a capacidade de crescimento que as clínicas da beleza possuem. Por tudo que já foi apresentado nesse e-book, fica claro que o segmento da beleza é muito amplo e que comporta muitas oportunidades. Diante disso, a possibilidade de crescimento é grande.

Em geral, pode haver crescimento tanto em relação ao aumento do espaço e da quantidade de profissionais para atendimento de maior número de clientes, quanto também em relação à criação de novos serviços ofertados. Para isso basta verificar a demanda e estar atento para suprir novas necessidades e oferecer o que o público estiver pedindo e que seja compensador para a clínica.



Considerações finais

Dessa forma, as clínicas da beleza são uma ótima opção de ideia de negócio e podem surtir bons resultados, uma vez que o público é cada vez maior nesse ramo. Para isso, seguir as orientações trazidas até aqui pode ser fundamental para conseguir criar estratégias e organizar o negócio de forma adequada, com planejamento e com os devidos cuidados para ter um negócio referência nesse setor do mercado.





SEBRAE

www.sebrae.com.br | 0800 570 0800

