



Elite das **MANICURES**

Aprenda tudo sobre a **profissão de manicure**
e pedicure e seja dona do seu próprio negócio
NO MERCADO DE BELEZA



Sumário

Introdução.....	07
Capítulo 1: O mercado da beleza.....	09
• O mercado da beleza em números.....	10
• Manicure e pedicure, um mercado de trabalho a todo vapor.....	11
Capítulo 2: A profissão de manicure e pedicure.....	13
• Motivos para se tornar manicure/pedicure.....	14
• Formação profissional.....	16
• Características necessárias.....	16
Capítulo 3: Serviços prestados e valor agregado.....	17
• Tipo de serviços que podem agregar valor ao trabalho da manicure e pedicure.....	18
• Passo a passo das unhas.....	25
Capítulo 4: Seja dona do seu próprio negócio.....	28
• Abrindo seu próprio negócio.....	29
• Quanto custa abrir um salão de beleza?.....	33
• Materiais necessários para iniciar.....	34
• Formalizar e emitir licenças.....	34
• Alvarás de funcionamento.....	35
Capítulo 5: Exigências sanitárias.....	36
• Exigências sanitárias da Anvisa para manicures.....	37
• Procedimento de esterilização.....	38
• Postura profissional, corporal e vestimenta.....	39
Capítulo 6: Gerenciando um salão.....	41
• Gestão administrativa do salão de manicure.....	42



Capítulo 7: Como calcular o preço?..... 45

- Como precificar seus serviços?..... 46
- Se você tem um espaço próprio para atender..... 46
- Se atende à domicílio..... 48

Capítulo 8: Marketing..... 50

- Marketing para manicures e pedicures..... 51
- Importância do Branding..... 51
- Escolha de nome.....52
- Escolha de logotipo.....52
- O que é Marketing?53
- Marketing digital.....54
- Planejamento de Marketing.....55
- Estratégias de Marketing.....57
- Estratégias de Outbound Marketing.....62

Capítulo 9: Dicas para aumentar o movimento do salão..... 63

Conclusão.....65



© Copyright – Todos os direitos reservados.

De nenhuma forma é legal reproduzir, duplicar ou transmitir qualquer parte deste documento, tanto em meios eletrônicos como impressos. A gravação desta publicação é estritamente proibida e não é permitido qualquer armazenamento deste documento, a menos que haja permissão por escrito por parte do editor. Todos os direitos reservados. As informações contidas neste documento são declaradas como verdadeiras e consistentes, sendo que qualquer responsabilidade em termos de desatenção ou de outro motivo, por qualquer uso ou abuso de quaisquer políticas, processos ou instruções aqui contidos é de responsabilidade única e exclusiva do leitor. Sob nenhuma circunstância, qualquer responsabilidade legal ou culpa será imposta ao editor, referente a qualquer tipo de reparação, dano ou perda monetária causados por informações aqui contidas, direta ou indiretamente. Os respectivos autores são os proprietários de todos os direitos não detidos pelo editor.

Aviso Legal:

Este livro é protegido por direitos autorais, sendo exclusivamente destinado para uso pessoal. Você não pode alterar, distribuir, vender, usar, citar ou parafrasear qualquer parte ou o conteúdo deste livro sem o consentimento do autor ou do proprietário dos direitos autorais. Ações legais serão tomadas em caso de violação.



Isenção de Responsabilidade

Observe que as informações contidas neste documento são exclusivamente destinadas a fins educacionais e de entretenimento. Todos os esforços possíveis foram realizados para fornecer informações completas, precisas, atualizadas e confiáveis. Nenhuma garantia de qualquer tipo está expressa ou implícita. Os leitores reconhecem que o autor não está envolvido na prestação de aconselhamento jurídico, financeiro, médico ou profissional. Ao ler este documento, o leitor concorda que, sob nenhuma circunstância, sejam responsáveis por quaisquer prejuízos, diretos ou indiretos, incorridos como resultado do uso das informações contidas neste documento, incluindo, mas não se limitando a erros, omissões ou imprecisões.



Sobre o Autor

[SEU NOME] é um empreendedor residente no [SEU PAÍS], que adora compartilhar conhecimento e ajudar outras pessoas no tópico referente a [TÓPICO].

[SEU NOME] é uma pessoa dedicada, que sempre se esforça ao máximo para ir além. Palavras De Sabedoria de [SEU NOME]

"Eu acredito que não há segredos para se tornar bem-sucedido na vida. E eu realmente acredito que o resultado do verdadeiro sucesso na vida é proveniente do trabalho duro, da preparação e, o mais importante de tudo, do aprendizado através das falhas."

Se você quiser saber mais sobre [SEU NOME], por favor visite:

[SEU WEBSITE]

Elite das
MANICURES

INTRODUÇÃO
EBOOK



Apesar de todos os desafios que vemos enfrentando devido às crises econômica e sanitária, um dos mercados que menos sofre é o da beleza e a cosmetologia.

Mulheres, que sempre dominaram como grandes consumidoras de beleza, continuam encontrando maneiras de seguir seus procedimentos estéticos usuais. No entanto, nos últimos anos, os homens também estão mais interessados.

Hoje, muitos profissionais e empresas trabalham exclusivamente para homens, o que aumenta ainda mais o sucesso e a lucratividade desse mercado.



Mas é preciso mais do que vontade para gerir um negócio de sucesso. É fundamental enfrentá-lo como um negócio e acompanhar todos os trâmites exigidos pelas autoridades fiscais e sanitárias. É nesse ponto que muitos profissionais acabam se confundindo e perdendo a chance de sucesso.

Neste ebook, você aprenderá todos os aspectos importantes do negócio de unhas e tudo que você precisa saber para se preparar e iniciar um negócio de sucesso na indústria da beleza, um dos mais rentáveis do Brasil.

Vamos começar...



CAPÍTULO 1

O MERCADO DA BELEZA



O mercado da beleza em números

A saúde mental e física nunca esteve tão em alta. Cada vez mais pessoas estão preocupadas não apenas em não adoecer, mas também em melhorar sua qualidade de vida e bem-estar. O Brasil é atualmente o terceiro maior mercado mundial de beleza, cosmetologia e cuidados pessoais, atrás apenas dos Estados Unidos e da China.

Na economia, esse mercado se transforma em uma cadeia produtiva estendida, partindo da produção de produtos cosméticos e acessando os serviços de salão de beleza e consumidor final. De 2010 a 2019, o mercado de beleza cresceu 10% ao ano, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Cosméticos, Perfumaria e Higiene Pessoal (Abihpec). Levantamento da associação constatou que, em média, 1,5% do orçamento familiar brasileiro é gasto em serviços e produtos desse segmento.

Em 2019, pesquisa realizada pela empresa Euromonitor, apontou que no Brasil existem cerca de 500 mil salões de beleza cadastrados e muitos deles fazem parte de um movimento crescente de franquia de sobrancelhas e esmaltes. Somente em 2019, o negócio de franquias de saúde e beleza gerou receita de R\$ 3,2 bilhões.

Mas a verdade é que esse número é muito maior porque estima-se que 50% dos salões ainda funcionem informalmente. Nem mesmo a pandemia afetou o setor. Certamente houve impactos, mas os empreendedores se adaptaram rapidamente às exigências de saúde e bem-estar para continuar suas atividades, respondendo a uma necessidade sempre presente de se sentir confortável.



A mesma pesquisa mostra que para 66% das consumidoras os cuidados com a beleza são uma necessidade, não um luxo. E a tecnologia também se tornou mais moderna. Muitos salões implementaram sistemas de reserva online, tornando mais fácil atrair e reter novos clientes.

Com a evolução e as mudanças do mercado, os profissionais de hoje precisam de um maior preparo e atualização constante de técnicas e processos.



Manicure e pedicure, um mercado de trabalho a todo vapor

Na indústria da beleza, uma delas se destaca: manicure e pedicure. Uma manicure bem cuidada é um complemento necessário para uma boa aparência, especialmente para o público feminino.

Uma das vantagens desse setor é que os clientes têm plena consciência do valor desses serviços e que a repetição e a fidelidade ocorrem com frequência.



Este serviço pode ser prestado a serviço de um salão de beleza e neste caso o especialista recebe uma comissão sobre o valor pago pelo cliente, que pode rondar os 60%, ou de forma independente, através da abertura do seu próprio negócio. E quem se aventura no negócio tem a oportunidade de obter grandes lucros.

Mas, para isso, é necessário conceber e aprender todas as nuances de gerir uma empresa nesta área, que exige atenção a pormenores importantes de higiene e saúde para a Qualidade no serviço prestado.

Além disso, é imprescindível identificar os tipos de serviços desejados pelos clientes e propor diferentes técnicas para atender mais consumidores. Embora existam muitos especialistas no segmento, ainda há muito espaço para os iniciantes, desde que percebam que precisam agir de forma responsável e diferente.



CAPÍTULO 2

A PROFISSÃO DE MANICURE E PEDICURE



Motivos para se tornar manicure/pedicure

Para ser uma profissional de sucesso, sua motivação no trabalho deve ir muito além do aspecto financeiro. É por isso que reunimos aqui algumas das principais vantagens da profissão para saber e ver se esses valores são importantes para você.

Você pode escolher se quer trabalhar para outra pessoa ou ser sua própria chefe!

Se você tem o dom para a liderança e não gosta de ser liderado, esta é uma ótima oportunidade de trabalho. Para isso, escolha o seu próprio negócio. O trabalho de manicure permite que você comece a trabalhar sem grandes custos, como cuidar da casa e investir tempo no seu próprio espaço.

Mas se você é uma daquelas pessoas que ama segurança e estabilidade, também pode optar por trabalhar nos salões de beleza da sua cidade, deixando para a outros a responsabilidade de atrair clientes e repor os equipamentos quebrados.





Trabalhe sem rotinas

Não existem rotinas na vida de uma manicure. A cada dia chegam novas pessoas, diferentes serviços são oferecidos e as semelhanças estão distantes.

Esta é uma profissão e uma vida ativa, que oferece um dia e histórias interessantes todos os dias. Além disso, é uma profissão que permite que a criatividade seja explorada.

Interação com pessoas

Se você é uma pessoa comunicativa, que gosta de conversar e interagir com muitas pessoas diferentes, se você tem facilidade de conviver com o público, então este é o seu trabalho.

O momento manicure da cliente funciona quase como uma terapia, envolvendo questões profundas e criando um verdadeiro vínculo e amizade com a profissional. A empatia também é uma habilidade muito importante para as manicures.

Potencial de ganhos acima da média

A remuneração dos profissionais de manicure e pedicure varia consideravelmente. Não é possível traçar médias mensais para relatórios aqui.

Muitos fatores influenciam esse cálculo, por exemplo, uma manicure que trabalha em um salão recebe apenas um percentual dos serviços pagos, mas geralmente não tem custo com equipamentos.

Além disso, outros fatores também são importantes, tais como:

- Localização do serviço (cidade e bairro fazem a diferença)
- Tipos de serviços prestados
- Você fornece serviço residencial ou fixo
- Experiência
- Nome do mercado
- Graus e cursos realizados



A seguir, falaremos sobre precificação de serviços, mas é muito importante fazer muitas pesquisas sobre os valores de mercado que se deseja atingir para atingir o valor justo para seus clientes e para você.

Formação profissional

As profissões de manicure e pedicure não exigem formação nem regulamentação específica, razão pela qual muitos profissionais iniciam a carreira exercendo a profissão sem nenhum preparo.

No entanto, esse conhecimento por si só não é suficiente. Para crescer e se destacar no mercado, é fundamental investir em cursos de capacitação e desenvolvimento que o mantenham atualizado sobre as tendências de mercado em esmaltes, cortes, cosméticos e muito mais.

Este é o segredo para aumentar a gama de serviços oferecidos e a sua qualidade. Desta forma, você poderá oferecer uma série de serviços como extensões de acrílico, gel ou fibra de vidro, decoração de unhas, nail art, tratamentos específicos para mãos e pés, entre outros serviços.

Características necessárias para ser uma boa profissional:

- Interesse pela área estética
- Aptidão em trabalhos manuais
- Higiene pessoal
- Organização
- Senso estético
- Coordenação motora para manusear objetos pequenos e pontiagudos
- Foco e concentração
- Ser detalhista
- Boa visão e comunicação



CAPÍTULO 3

SERVIÇOS PRESTADOS E VALOR AGREGADO



Tipos de serviços que podem agregar valor ao trabalho da manicure e pedicure

As tendências na indústria da beleza estão sempre mudando e manter-se atualizado é essencial. Existem vários pacotes de serviços que podem ajudá-lo a agregar valor ao seu negócio e aumentar a lucratividade do mesmo.

- **Francesinha**

Um design de unhas clássico que atrai muita gente e garante trabalho. É uma técnica simples que não requer muita manipulação.

- **Unhas decoradas**

Estão muito na moda nos últimos anos e as técnicas e materiais se renovam a cada estação. E você pode cobrar um valor diferenciado pelo serviço.

É importante ter diversos adesivos e joias e aprender diferentes técnicas para surpreender suas clientes. Este tipo de serviço pode ser personalizado de acordo com os feriados, gerando renda todo o ano.

- **Esmaltação em gel**

As unhas em gel estão dominando o mercado, por isso é muito importante que você ofereça este serviço às suas clientes.

A principal vantagem deste serviço, a razão de ser muito procurado, é a variedade de modelos e cores, e a durabilidade, que pode durar até três semanas. Além disso, o esmalte em gel evita que as unhas quebrem.



- **Alongamento de unhas**

Pode ser em gel, acrílico, acrígel ou fibra de vidro, a verdade é que o alongamento de unhas se tornou uma febre popular e hoje é também um dos serviços mais procurados.

A vantagem é que você não precisa fornecer todas as técnicas. Você pode escolher apenas uma e se especializar.



Formatos de unhas

As definições simples de unhas redondas ou quadradas estão mais do que desatualizadas. Hoje em dia, diferentes formas de unhas estão na moda. Graças aos alongamentos, é possível criar opções mais ousadas, como unhas stiletto e batom, mas há designs para todos os gostos. O segredo é na hora de lixar. Vamos ver como fazer cada modelo.

- **Unha bailarina**

Similar à uma sapatilha de balé, com laterais afuniladas e pontas retas, daí o nome. Para poder criar esta forma, você deve ter unhas compridas ou fazer alongamento.



- **Unha stiletto**

É triangular e pontiaguda e quem escolher este formato de unha deve ter cuidado ao manusear itens delicados, como lentes de contato, pois pode causar ferimentos. O formato pode ser obtido em unhas naturais ou alongadas.

- **Unhas quadradas**

Unhas quadradas podem ser usadas curtas ou longas e são adequadas para todos os tipos de esmaltação. Este é um formato muito prático e muito requisitado. É lixado totalmente reto, parece um quadrado, mas é preciso ter cuidado com os cantos para não arranhar nem quebrar.

- **Unha batom**

Este formato ainda não é popular no Brasil, mas promete estar em alta em breve. O formato se parece com um batom novinho em folha, com linhas diagonais perfeitas. As unhas são lixadas na diagonal e as pontas ligeiramente arredondadas. Pode ser usado tanto para unhas curtas como longas sem nenhum problema.

- **Unhas redondas**

Quem deseja evitar que as unhas se quebrem, geralmente opta por uma forma redonda. As unhas são lixadas sem cantos, de formato arredondado, o que evita que as unhas descasquem ou se emaranhem nos tecidos e como arranhar as crianças. Este formato também é muito prático e muito procurado em salões de beleza e a vantagem é que também pode ser combinado com qualquer tipo de esmaltação.

- **Unhas amendoadas**

As unhas amendoadas têm esse nome devido ao seu formato. É ideal para fazer crescer as unhas e pode ser usado para unhas curtas ou compridas.



- **Unhas ovais**

Este formato pode ser usado em unhas de todos os tamanhos. A diferença entre as unhas ovais e redondas está na ponta, que neste modelo são mais finas. Este é um formato sofisticado e é perfeito para pessoas desajeitadas, pois evita arranhões e quebra.

- **Unhas squoval**

Este formato de unha é a junção entre as unhas quadradas e ovais. O modo de lixar é o mesmo que das quadradas, mas tem uma forma redonda nas laterais. Ótima opção para quem quer seguir um estilo básico.

- **Unhas coffin**

Um look elegante e moderno que pode ser usado por quem gosta de unhas bem alongadas. É muito longo e estreito e pode ser confundido com o estilo de bailarina, mas tem uma diferença porque não é tão afunilado na ponta. Mas esse formato só pode ser usado com alongamentos, pois as unhas naturais não suportam perfeitamente o tamanho.

- **Unha pico de montanha**

Mais um modelo ousado, usado por pessoas com estilo. Neste formato, a unha deve ser afiada até ficar pontuda, mas ainda larga. Não é tão longo ou fino quanto o Stiletto.

Aprenda como fazer uma cutilagem perfeita

Cutilagem é o cuidado das cutículas e é muito importante que a manicure e pedicure saibam trabalhar com muito cuidado para prestar um bom serviço. Existem várias técnicas disponíveis para os clientes hoje.

Aqui falaremos somente sobre a maneira correta de se retirar as cutículas, e depois também mostraremos o passo a passo completo para criar uma manicure perfeita. Veja a seguir:



- **Esfoliação com escova**

Infelizmente a maioria das manicures pulam esta etapa, mas faz uma grande diferença no resultado final para um corte perfeito.

Você encontra escovas adequados para esfoliação em lojas de produtos de beleza. Passe sobre todas as unhas e cutículas, usando movimentos suaves até que não tenha mais pele morta.

- **Amolecimento da cutícula**

O próximo passo é amolecer a cutícula para remover seu excesso. Para isso, escolha um bom amolecedor e siga as instruções de uso, principalmente no que diz respeito à quantidade e ao tempo de permanência. As luvas amaciantes de cutículas melhoram os resultados que exigem o cumprimento estrito das instruções de uso. Mas também funciona para esfregar o produto em cada unha. A antiga prática de deixar as unhas de molho não é mais recomendada, pois facilita a dilatação das unhas e pode causar rachaduras no esmalte.

Dica: Não Use Removedores de Cutículas!

Você provavelmente já viu removedores de cutículas e deve estar se perguntando se é mais conveniente usar este produto. À primeira vista parece que sim, afinal os resultados são rápidos e eficazes.

No entanto, deve-se ter cuidado ao usar o produto, pois ele deve ser aplicado somente nas cutículas. O problema é que é difícil aplicar apenas na pele. Com a falta de cuidado e o contato regular do produto com as unhas, elas tornam-se fracas e amareladas.

Além disso, os removedores de cutícula também podem irritar a pele, causando vermelhidão e dor. Por isso é melhor fazer um trabalho mais devagar, mas isso garante a segurança de seus clientes.



- **Use uma espátula para empurrar as cutículas**

Use uma espátula para tirar as cutículas das unhas. Depois, depois de escová-las, é necessário empurrar a cutícula até o contorno da unha. É importante não forçar para não ferir a pele.

- **Remoção do excesso de pele**

O correto é remover somente o excesso de pele que se projetou para fora com a espátula. Tente fazer um corte inteiro, começando de um lado e contornando a unha inteira para que a cutícula não fique picotada. É essencial ter um alicate muito afiado.

Algumas manicures conseguem fazer todo o contorno de uma só vez, outras preferem dividi-lo em duas partes, partindo sempre de um lado e indo para o meio. Mas, mesmo assim, basta remover completamente a cutícula no final.

Você acha que acabou? Ainda não.

Normalmente, com esta primeira retirada, apenas a parte superior da cutícula é atingida, mas algum resíduo permanece no interior da pele. Em seguida, após retirar a primeira camada, pegue novamente a espátula e empurre a pele para localizar e retirar esses excessos. Mas tome cuidado nesse processo, pois essa parte da pele é mais sensível e pode ser danificada, tirando os famosos "bifes".

Lembre-se de manter o alicate inclinado na mesma direção do cliente para evitar cortar mais do que o necessário. Se isso acontecer, use um pó hemostático para ajudar a estancar o sangramento e cicatrizar o corte. Preste mais atenção a essa tarefa de remoção de cutícula com alicate ajuda na limpeza do esmalte, pois os palitos escorregam mais facilmente.



Por fim, não se esqueça de hidratar a pele da sua cliente espalhando o produto de maneira uniforme e massageando os dedos para ajudar a absorver. Dessa forma você garante uma base perfeita, livre dessas camadas de pele no contorno das unhas que insistem em aparecendo. Após essas etapas, você pode começar a esmaltar sem se preocupar!

Treinamento de cutilagem na laranja!

Como você viu, a cutilagem é um processo que requer prática e paciência, e nem sempre é uma boa ideia começar este treinamento já com as clientes. É por isso que trazemos a você este truque incrível, que é um treino em laranja pera.

Parece estranho, mas imagine que a casca da laranja é a nossa cutícula, a margem branca é a nossa pele e a parte líquida são os nossos vasos sanguíneos.

Então, se a laranja furar, é o equivalente ao cliente se machucar! Este truque permite que você pratique muito, tenha o talento necessário e aprenda a trabalhar com mais segurança.

Esta técnica também pode ser muito útil para quem deseja aperfeiçoar o corte contínuo da cutícula.

Cutilagem brasileira vs. russo

Após adquirir prática na técnica tradicional, você poderá aprender também a russa.

Para essa técnica, a manicure utiliza uma tesoura específica, que tem uma curvatura ideal para chegar a todos os cantos, e uma broca para as peles mais secas.



A principal diferença da técnica brasileira é que a incisão russa remove apenas a camada superficial da pele.

Dominar a técnica de cutilagem é um grande diferencial na manicure, afinal ninguém quer sair com todos os dedos machucados e sob risco de inflamações.



Passo a passo das unhas

Existe uma sequência precisa para deixar suas as lindas e saudáveis. Confira o passo a passo abaixo:

Passo 1. Aparar e Lixar

- Corte as unhas o mais próximo possível do formato desejado e acerte com lixa.
- Faça movimentos laterais com a lixa, evitando mover para cima e para baixo.
- Lixe as pontas de forma que fiquem ligeiramente arredondadas, tomando cuidado para não perder a forma desejada.



- Certifique-se de lixar embaixo das unhas para remover rebarbas.
- Para um acabamento perfeito, use uma lixa polidora específica para alisar e remover as deformidades das unhas.

Passo 2. Remoção da cutícula

- Use uma técnica ou produto para amolecimento da cutícula, como um creme emoliente e água.
- Empurre a cutícula para trás com uma espátula de unha.
- Retire o excesso de pele com um alicate. Um truque é remover toda a cutícula externa de uma vez para evitar um corte. Lembre-se de usar um alicate bem afiada para não ter que puxar a pele.

Passo 3. Esmaltação

- Para um acabamento impecável, é importante cobrir toda a unha com uma camada de base, extrapolando para a cutícula. Este processo torna a limpeza final do esmalte muito mais fácil.
- Ao esmaltar, lembre-se de puxar a pele ao lado do dedo para garantir que o esmalte cubra toda a unha.
- Se estiver usando esmalte cremoso, saiba que são necessárias três demãos para obter a cor da embalagem.
- O grande segredo para prolongar a duração do esmalte é um acabamento com cobertura extra brilho. Aplicar uma camada imediatamente após a pintura.

Passo 4. Limpar os cantos

Limpando com um palito:

- Em geral, você pode aplicar todas as camadas de esmalte e limpar com um palito apenas na última camada. No entanto, se o esmalte for aquele que fica ralo no centro da unha e escorre pelas laterais, o ideal é passar o palito a cada camada.



- Quanto mais fina a ponta, melhor. Isso evita que ele toque na unha e manche o esmalte.
- O palito deve ser inserido através da cutícula e conforme a unha se aprofunda, o palito deve ser inserido através da pele. Um truque é arrastar as laterais dos dedos para uma boa limpeza.
- Na última camada de esmalte, passe o palito após cada unha, ou seja, não deixe o palito passar após todas as unhas terem sido pintadas. Somente depois de realizar esta operação em todas as unhas você pode começar a limpar com algodão e acetona.

Limpando com algodão e removedor de esmaltes/acetona:

- Um truque para evitar a uma bola no palito que atrapalhe a limpeza, é puxar parte do algodão em direção ao fio. Se não está acostumada, pode fazer com cada unha, pegando uma bolinha pequena de algodão.
- Você pode movimentar em vai e vem ou girar o palito em direção à unha. Isso ajuda a separar a pele nas laterais da unha e facilita a limpeza dos cantos.
- Se o esmalte ainda estiver muito próximo à cutícula, você pode colocar o palito na vertical e limpá-lo com a ponta do palito.

Passo 5. Finalização

O acabamento deve ser feito por meio de spray ou óleo secante. Se preferir usar óleo, aplique nas cutículas para ajudar a hidratar. E não importa como você aplique uma ou mais camadas de óleo, os resultados serão os mesmos.

Uma crença muito comum é de que a secagem por spray tira o brilho do esmalte. Isso não é verdade. Este efeito é apenas temporário devido à temperatura do conteúdo, mas depois disso a unha recupera o brilho.



CAPÍTULO 4

**SEJA DONA DO SEU
PRÓPRIO NEGÓCIO**



Abrindo seu próprio negócio

Você descobriu que abrir seu próprio negócio de manicure e pedicure é para você?

Neste capítulo abordaremos os passos necessários para quem quer formalizar seu negócio e se especializar neste nicho.

Até poucos anos, pensar no ramo da beleza era condicionado a se ter um salão completo, com cabeleireiros, depiladoras e outros serviços. Mas com o tempo, o conceito foi se expandindo e hoje existem salões exclusivos de manicure.

Mais sofisticados, esses ambientes oferecem serviços diferenciados aos clientes e podem até ser inspirados em um conceito europeu que alia beleza, lazer e relaxamento chamado Nail Bar. O estilo tem crescido no Brasil, como opção terapêutica, aliando relaxamento e descanso ao serviço principal.

Mas ter esse tipo de salão exige alto investimento inicial. A profissão de manicure tem a grande vantagem de que é possível começar aos poucos, trabalhando em casa ou com clientes. É uma opção para quem não consegue fazer grandes investimentos começar a faturar imediatamente.

Passo 1 – Quanto pode investir?

Como você pode ver, existem muitas opções, bem como o investimento necessário. Mesmo quando começar a trabalhar de casa ou em domicílio, você precisará de um mínimo de investimento na compra de materiais, que devem ser sempre de alta qualidade, para atrair e reter seus primeiros clientes.



O tipo de modelo de negócios selecionado também vai impactar no valor cobrado pelos serviços. E o preço vai determinar o seu público-alvo.

Como profissional, você precisa entender que tipo de serviços precisa para atrair os clientes que deseja para o seu salão. Alguns consumidores desejam preços e serviços rápidos, outros valorizam uma experiência completa.

Entender o tipo de cliente que você deseja atrair é essencial para decidir o estilo de negócio que você irá abrir.

Passo 2 - Desenvolva um Plano de Negócios

Você pode pensar que desenvolver um plano de negócios é difícil e entediante, mas não precisa ser. Um plano de negócios é o planejamento inicial que você precisa fazer para o seu negócio dar certo. Trata-se de criar metas e objetivos e estabelecer caminhos e meios para alcançá-los.

Se você quer ter sucesso, precisa de um plano, do contrário nunca saberá para onde está indo ou qual é o próximo passo necessário.

Não precisa ser nada muito rebuscado. Você pode planejar seu negócio em um caderno mesmo, traçando um caminho com etapas de onde você está agora, ou seja, quando o negócio começou e onde você deseja estar em um ano, por exemplo.

Defina quais serviços você deseja fornecer agora e o que você precisa fazer... Novos cursos, especializações, recrutamento de outros profissionais, aquisição de materiais? Pense e anote tudo isso.



Alguns passos importantes para planejar seu negócio:

- **Defina o modelo de negócios** – se você trabalhará em casa, à domicílio na residência dos clientes, alugará um espaço próprio ou uma sala em um salão já existente...
- **Faça uma análise de mercado** - pesquise a concorrência e veja quais serviços são oferecidos, os preços cobrados, como o negócio é administrado. Veja pelos olhos de um empreendedor, não apenas de um cliente.
- **Análise do perfil do cliente** - dependendo do tipo de cliente, você precisará adaptar seus serviços para atender às diferentes necessidades.
- **Serviços e produtos** - você precisa determinar os serviços que fornecerá e todos os custos envolvidos.
- **Organização e gestão** - não pense que seu trabalho será apenas fazer unhas. Abrir um negócio implica na responsabilidade de administrá-lo o que deve ser feito com cuidado e atenção para garantir um crescimento sustentável e lucratividade.
- **Estratégia de marketing** - os clientes não virão até sua porta sem que você divulgue seu serviço. É por isso que você também precisará investir em marketing. A boa notícia é que hoje não precisa ser tão caro como costumava ser. Você aprenderá mais sobre isso à frente.
- **Controle financeiro** - nenhuma empresa pode sobreviver sem um controle financeiro bem-feito sobre as receitas e despesas.

Passo 3 - Escolha um Bom Local

Se a ideia é atender os clientes em sua casa, é importante que o espaço seja acolhedor, de fácil acesso e bem localizado.

Vários fatores podem influenciar essa decisão, como outros negócios na área, a existência ou não de estacionamento nas proximidades, se é uma passagem para vários passageiros e muito mais.



Pesquise também as leis de zoneamento da sua prefeitura para ter certeza de que pode trabalhar no local escolhido.

Passo 4 - Conheça as regras e normas do setor

Como as manicures e pedicures podem expor as clientes a riscos à saúde, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) regulamenta normas, fiscaliza e define regras sobre boas práticas e requisitos do setor.

Vamos ver um pouco sobre essas recomendações e normas de higiene da manicure, mas é fundamental que você se informe corretamente sobre a sua região.

Passo 5 – Formalize a sua empresa

A formalização do seu negócio é uma das etapas mais importantes, pois permite que tenha um CNPJ e consiga diversos benefícios e incentivos como contas bancárias, acesso a empréstimos e emissão de notas fiscais.

O primeiro passo é escolher uma estrutura jurídica, que depende do tamanho do seu negócio. Se decidir iniciar um negócio com outra pessoa, pode aderir a uma estrutura de sociedade limitada simples, mas se pretende tornar-se uma empreendedora individual, pode escolher entre tornar-se um Microempreendedor individual (MEI), EIRELI - Sociedade Individual de Responsabilidade Limitada ou EI - Empreendedor Individual.

Entender todos os fatores envolvidos nesta escolha é importante, pois afeta a arrecadação de tributos. Será necessário contratar um contador, a menos que você se torne um Microempreendedor Individual.



Falamos um pouco sobre a necessidade de se conhecer as regras do setor, mas para abrir um salão é necessário atender a uma série de exigências legais. Licenças e licenças devem ser emitidas para que tudo funcione corretamente.

Passo 6 - Verificar a necessidade de contratação de funcionárias

Dependendo da estrutura do salão que se deseja abrir, pode ser necessária a contratação de outros profissionais, como outras manicures, recepcionistas ou auxiliares de limpeza.

Procure pessoas comunicativas e comprometidas a ajudá-la a estimular o crescimento da empresa.

Quanto custa abrir um salão de beleza?

Isso depende da estrutura que você deseja construir e de quanto deseja investir.

Em comparação com outros tipos de negócios, o capital de investimento inicial é baixo. Para um pequeno salão, com equipamentos e materiais básicos, é possível começar com R\$ 3-5 mil.

A estrutura relativamente simples, visto que o que será oferecido é um serviço e não um produto. O maior volume de despesas será de compras de esmaltes, que são baratos, e outros materiais necessários para todo o passo a passo do processo de manicure, já mencionados.

Algumas lojas de produtos de beleza especializadas oferecem conjuntos de manicure pré-montados e descontos para compras em atacado para profissionais.

É necessário investir em cadeiras para clientes, estantes ou prateleiras e equipamentos para desinfecção e esterilização dos materiais.



Materiais necessários para iniciar

Profissionais autônomas devem ter seu próprio kit de tratamento de unhas, que inclui:

- Esmaltes com cobertura fosca, brilhante e cintilante de cores variadas
- Palitos de unha
- Lixas de unha
- Polidores de unha
- Amolecedores de cutícula
- Luvas amaciantes para cutícula
- Cortador de unhas
- Alicate para cutículas
- Espátula/afastador de cutículas
- Tesoura de unhas
- Base fortalecedora
- Óleo secante
- Algodão
- Toalhas limpas
- Removedor de esmaltes com ou sem acetona
- Caixa organizadora ou nécessaire para guardar os materiais

Formalizar e emitir licenças

Para quem está começando por conta própria, o melhor caminho para formalizar é se cadastrar como Microempreendedor individual.

Como MEI, seu negócio será enquadrado no Simples Nacional e estará isento de tributos federais como Imposto de Renda, PIS, Cofins, IPI e CSLL.



O MEI paga uma taxa mensal que dá direito a benefícios previdenciários e também ICMS ou ISS.

São exigidas algumas condições para se tornar MEI: não pode ser sócio da empresa, não pode ter sócios, ter um faturamento anual máximo de R\$81 e até um funcionário. A formalização é gratuita e para se cadastrar, basta acessar o Portal do Empreendedor e preencher um formulário com suas informações pessoais.

Efetuada o cadastro, são emitidos o CNPJ e o número da inscrição na Junta Comercial, dispensando a apresentação de documentos.

No caso de outras opções de negócios, é necessário buscar um contador de confiança que possa orientá-la no processo de formalização.

Alvarás de funcionamento

Salões de manicure e pedicure se classificam como funções de baixo risco, não precisando mais de alvarás de funcionamento.

Ao se registrar como MEI, basta aceitar o Termo de Ciência e Responsabilidade com Efeitos de Dispensa de Alvará de Licença de Funcionamento.

Apesar de não ser necessário alvará, haverá fiscalização. O que mudou é que não será necessário aguardar a visita dos órgãos estaduais para iniciar o funcionamento do seu negócio.



CAPÍTULO 5

EXIGÊNCIAS SANITÁRIAS



Exigências sanitárias da Anvisa para manicures

É essencial ter muito cuidado quando o serviço pode envolver algum risco para a saúde da cliente da profissional. A prevenção de doenças e a promoção da saúde são dever de todos os órgãos de saúde pública, fabricantes, empresários e prestadores de serviços de beleza.

É por esta razão que a Anvisa estabelece normas de vigilância sanitária e boas práticas em termos de instalação física, controle de produtos, limpeza e esterilização de materiais.

Todas as instalações devem respeitar e se adequar às legislações sanitárias vigentes, seguindo códigos de boas práticas, de forma a garantir a segurança e a qualidade dos serviços prestados pelos profissionais a seus clientes, evitando riscos para a saúde.

Existem muitas regras em relação ao ambiente: deve ser ventilado e limpo, ter uma pia exclusiva para limpeza dos materiais de trabalho e sanitário para uso das clientes.

Deve-se ler detalhadamente todos os itens necessários no site da Anvisa.

Entre as exigências para manicure estão:

- Proibição da reutilização de lixas e unhas para pés, lâminas e espátulas de madeira.
- Necessário, para todos os funcionários, o uso de equipamentos de proteção (óculos, máscaras, luvas, etc.)
- Disponibilidade de materiais em quantidade suficiente e de acordo com a demanda, respeitando prazos de limpeza, desinfecção e esterilização (recomenda-se que cada profissional tenha no mínimo 6 conjuntos de alicates e espátulas).



Procedimento de Esterilização

- **Vapor saturado / autoclave**

Os materiais metálicos após a lavagem devem ser embalados em embalagem que permitam a passagem do vapor.

- **Calor seco / estufa**

A temperatura de esterilização é 170º C por 1 hora ou 160º C por 2 horas. A estufa não pode ser aberta durante a esterilização. Quando isso acontece, o processo é interrompido, sendo necessário reiniciá-lo. Os alicates, espátulas e outros utensílios de metal esterilizados devem ser mantidos em local limpo e seco e a data da esterilização deve constar na embalagem.

A profissional deve:

- Lavar as mãos antes de atender cada cliente;
- Desinfetar pinças, espátulas e outros utensílios de metal;
- Desembalar utensílios de metal na frente dos clientes;
- Retirar as toalhas das embalagens de plástico na frente dos clientes;
- Manter os materiais de trabalho como algodão, esmalte, removedor de esmalte e lixa limpos, organizados em uma mala ou gaveta;
- Armazenar o algodão em frasco com tampa;
- Perguntar aos clientes se eles são alérgicos ao esmalte ou a outros produtos de uso;
- Descartar materiais descartáveis, como algodão, lixa de unha, protetores de banheiras e pias, lâminas, etc., no lixo.

**Também:**

- Use luvas descartáveis e não as tire antes de terminar o serviço;
- Borrife álcool a 70% nas unhas da cliente antes do procedimento para prevenir infecção.

Ao final do atendimento, você deve:

- Lavar as mãos após o atendimento de cada cliente;
- Lavar e esterilizar todas as ferramentas usadas ou não utilizadas, pois mesmo quando não estão em uso ficam contaminadas e devem ser limpas e esterilizadas para o próximo cliente;
- Lave bacias e cubas com água e sabão líquido ou detergente após cada uso;
- Coloque os instrumentos usados em um recipiente de plástico lavável marcado: *“Instrumentos contaminados”* e prepare para esterilização.

Postura profissional, corporal e vestimenta

O cuidado com a postura e a vestimenta profissional tem impacto direto na percepção de confiabilidade e credibilidade que as clientes terão sobre a profissional.

Isso pode parecer óbvio, mas é importante que suas unhas estejam sempre bem-feitas. Elas são a primeira impressão que a cliente tem do seu trabalho. Se você tem cabelo comprido, mantenha-o preso durante o atendimento.

O ideal é que as manicures usem um uniforme branco ou jaleco/guarda-pó com calça para transmitir uma sensação de limpeza. Os sapatos devem ser fechados e ter salto baixo para maior conforto. Evite saias ou vestidos curtos, decotes, cores chamativas e transparências.



A postura corporal também é importante para evitar problemas de saúde. Lembre-se de sempre manter os pés apoiados no chão, a coluna reta e a região lombar bem apoiada. Fazer atividades físicas também é importante, visto que é um trabalho que exige muito tempo sentada.



CAPÍTULO 6

GERENCIANDO UM SALÃO



também

Gestão administrativa do salão de manicure

Saber exatamente o que está acontecendo em seu negócio é essencial para que ele tenha sucesso. Na prática, administrar um salão de beleza significa prestar atenção no seguinte:

- Atendimento ao cliente
- Gestão de funcionários
- Prestação de serviços e qualidade
- Controle financeiro
- Marketing e divulgação

Quando você estiver à frente de um salão de beleza, deverá lidar com as demandas de seus clientes e funcionários, gerenciar o estoque de materiais, reclamações, faturamento, questões trabalhistas, controles financeiros e muito mais.

Pontos que precisa estar sempre atenta:

1. Atendimento ao cliente

Eles são a força vital do seu negócio, por isso é importante estar atento à experiência deles, desde o momento em que entram em contato com você para fazer a reserva até a conclusão do serviço. É fundamental ter todos os recursos disponíveis para atender às suas necessidades, disponibilizando agendamentos online e manter a agenda atualizada com informações das clientes, como telefones e aniversário.

Além disso, é importante treinar os funcionários e acompanhá-los para garantir a excelência do serviço.



2. Gestão de funcionários

Para construir um salão lucrativo, é essencial ter funcionários prestativos e engajados. Além disso, estar aberta a ouvir suas reclamações e sugestões e garantir um bom relacionamento entre a equipe.

3. Controle financeiro

O conhecimento mais básico a aprender é este: você deve ganhar mais do que gasta. E para saber se isso vai acontecer, é fundamental monitorar tudo que entra e sai do seu caixa, desde o dinheiro para o café até a compra de mais mobiliários.

Fazer isso pode ser difícil caso você já esteja exercendo a atividade, e a utilização de uma ferramenta de gestão financeira, seja planilha manual ou um software que automatize os recebimentos e pagamentos será fundamental. O controle financeiro é essencial para que você possa identificar problemas de fluxo de caixa em potencial antes que eles surjam e tenha tempo para agir. Você precisa verificar o caixa diariamente e acompanhar os valores.

4. Qualidade do serviço prestado

Você deve fornecer serviço de qualidade para fazer com que seus clientes voltem sempre. A recorrência é a chave para a lucratividade.

Por isso, a qualidade dos serviços prestados no seu salão deve ser uma prioridade e em estar constante melhoria. Uma sugestão é sempre ouvir seus clientes. Eles sabem o que querem e é isso que permitirá ao seu salão cobrar um valor mais alto pelos serviços ao oferecer exatamente o que estão buscando, e se diferenciar da concorrência.



5. Marketing e Publicidade

Assim que tudo estiver definido, começa o trabalho de marketing e divulgação do seu salão de manicure e pedicure.

Teremos um capítulo exclusivo sobre o tema que irá ajudar a gerenciar o marketing do seu negócio, mas o que você precisa entender é que sem ele o crescimento tende a ser bem lento.

É importante ter a ajuda de um profissional de marketing para estruturar sua estratégia e colocar as ações em prática, mas se quiser, pode aprender algumas técnicas básicas para começar a promover seu negócio. Sempre reserve um orçamento para a divulgação online e próxima a região onde irá trabalhar.



CAPÍTULO 7

COMO CALCULAR O PREÇO



Como precificar seus serviços

Essa é uma das perguntas mais comuns e também uma das razões pelas quais muitos salões não cobram pelos serviços de maneira adequada. Encontrar um método de precificação sólido e justo é essencial para evitar perdas e garantir um fluxo de caixa adequado. Para chegar aos valores ideais e poder ajustá-los com as melhorias dos serviços é necessário fazer alguns cálculos importante. Acompanhe logo abaixo:



Se você tem um espaço próprio para atender:

1. Calcule as despesas operacionais

Já falamos que para ter lucro é preciso conhecer cada entrada ou saída da sua empresa. Os custos podem ser divididos em fixos ou variáveis.

O custo fixo é tudo o que você paga, mesmo se a sala estiver vazia. Pode levar em consideração aluguel, salário, impostos, etc. Lembre-se de incluir seu salário neste cálculo.



E todo custo variável está relacionado ao fluxo de clientes no mês, como comissões de funcionários, taxas de cartão, compra de materiais, dentre outros.

Lembrando que é importante separar os custos para calcular o valor de cada serviço.

2. Determine o custo individual de cada serviço

Quanto material você gasta com manicure e pedicure de cada cliente? Quanto tempo leva para finalizar cada etapa do serviço?

Você deve calcular esses custos com precisão. Esta é a primeira parte do cálculo.

Na segunda parte, você deve dividir seus custos fixos pelo número de serviços realizados durante o mês. Você pode planejar, levando em consideração o tempo de cada serviço e o seu descanso entre eles.

Somando os resultados dos dois cálculos, você encontrará o custo de cada serviço, ou seja, quanto você tem que pagar para fornecê-lo.

A partir desse valor, você deve definir a margem de lucro. Vejamos um exemplo:

Custos fixos do salão = R\$ 1.500,00

Média de serviços prestados em um mês = 300

$1.500 / 300 = \text{R\$ } 5,00$

Custo variável de manicure = R\$4,00

Custo total do serviço = R\$ 5,00 + R\$ 4,00 = R\$ 9,00

Margem de lucro = 50%



Então para obter 50% de lucro neste serviço o valor cobrado do cliente deve ser de R\$ 18,00.

Mas a margem de lucro não será a mesma para todos os serviços. É preciso considerar os preços de mercado e identificar onde pode cobrar mais alto e gerar maiores lucros e aqueles que precisam reduzir as margens.

3. Anote o percentual de lucro e o valor gerado por cada serviço

Essas informações são essenciais para criar promoções e ofertas sem prejudicar o negócio.

Se você perceber que a concorrência cobra menos que você, tente entender o porquê antes de se desesperar. Os produtos podem ser inferiores, a mão-de-obra inexperiente ou o público-alvo ser diferente. O mais importante é entender o que há de diferencial no seu negócio e ver se vale a diferença em valor. Se você descobrir que seu valor é muito mais alto, você deve considerar cortar custos ou investir em buscar atingir outro público-alvo.

Se atende à domicílio:

Se o atendimento for à domicílio, não terá custos de aluguel, despesas de energia ou água, porém terá gastos com transporte. A estrutura do cálculo é semelhante à anterior, porém os tipos de custos envolvidos são diferentes. Por exemplo, suas despesas fixas seriam apenas o seu salário.

Para o cálculo, é necessário determinar o valor que se deseja receber por mês, e a sua capacidade de produção, se atenderá também em fins de semana ou feriados, ou horários diferenciados.

Neste caso, o tempo de deslocamento entre um cliente e outro deve ser considerado.



Vejamos um exemplo: digamos que você queira receber R\$ 200 mil por mês e só vai atender clientes de um determinado condomínio. Nesse caso ganhará tempo de deslocamento.

Você consegue fazer uma mão em 50 minutos. Trabalhando 8 horas por dia, digamos que você pode atender 7 clientes. Multiplicando por 20 dias por mês, chegamos a 140 ligações atendimentos por mês. Agora temos que dividir o salário desejado pelo número de visitas do mês. O resultado é R\$ 14,28 de mão de obra a ser paga por cada serviço.

O custo variável de cada procedimento deve ser adicionado a este valor. Se você gastar R\$ 4,00 em materiais, deverá cobrar pelo menos R\$ 18,28 pelo serviço. Calcular os custos é trabalhoso, mas não complicado.

Concluimos que independentemente da sua área de atuação, qualificação profissional é importante. Embora saber fornecer serviços de manicure de qualidade já seja essencial, é preciso também saber gerir uma empresa. Por isso, invista sempre em cursos, de beleza e gestão de empresas, para administrar bem e tornar lucrativo o seu negócio.



CAPÍTULO 8

MARKETING



Marketing para manicures e pedicures

Com o crescimento exponencial do mercado de beleza, o número de salões de beleza aumentou no Brasil. Hoje, encontramos mais empresas nesta área mais perto de casa ou do trabalho do que podemos contar. A maioria oferece os mesmos serviços, competindo em preço e para clientes da área.

Para estar à frente em todas essas competições, devemos entregar diferenciação aos nossos clientes. Se você ainda não entendeu quais são essas diferenças, não se preocupe. Vamos explicar tudo agora, começando do zero.

Importância do Branding

Branding é como a gestão da marca, ou seja, é como a marca de uma empresa é desenvolvida para alcançar o resultado desejado de sucesso e crescimento.

Uma marca bem projetada cria uma percepção positiva de valor nas mentes dos clientes sobre uma empresa, seus produtos ou serviços. O branding ajuda a criar uma marca desejável.

O primeiro ponto importante é que, para ter sucesso, a marca deve se conectar com o cliente desejado, com o público-alvo.

Alguns fundamentos para construir uma marca impactante:

- Um nome forte
- Conhecimento do público-alvo
- Um logotipo distinto
- Uma identidade visual que se alinha com seus ideais (cores, fontes, detalhes, formas)



Tudo tem que ser pensado com antecedência para transmitir exatamente o que sua empresa deseja. A identidade criada deve ser usada em todas as comunicações corporativas, desde uma simples publicação nas redes sociais até os folhetos de divulgação, cartões de visita, etc.

Escolha de nome

Se começar um negócio de manicure e pedicure é um sonho antigo, você pode ter já escolhido um nome para o seu salão. Mas antes de fazer cartões de visita e placas, pergunte-se se isso transmite o que você deseja aos clientes.

Saber o tipo de cliente com quem deseja trabalhar é essencial para isso. Perfil, comportamento, interesses são algumas das informações que o ajudarão a identificar um nome e imagens que façam a conexão necessária.

Se você já tem um nome no mercado e tem clientes fixos então deve usar seu próprio nome, caso contrário, escolha nomes criativos que se relacionem com o que você está oferecendo.

Escolha do logotipo

Uma vez definido o nome, é hora de pensar no logotipo, ou seja, como o nome escolhido será apresentado.

Para isso, vários fatores são importantes, como o tipo de fonte que será utilizada e os desenhos que estarão ou não acompanhando de escrita.

Existem inúmeras fontes disponíveis, cada uma com um formato e estilo diferente. No caso das empresas de beleza, as fontes de caligrafia são as mais utilizadas e transmitem elegância.



No entanto, eles não costumam ficar muito legíveis em artes digitais, que são menores em tamanho, sendo o ideal nesse caso, ter duas fontes, uma mais neutra e mais fácil de ler, para usar quando necessário.

O melhor a fazer é contratar um designer para criar a sua marca. Esse especialista tem o conhecimento para criar a melhor combinação de cores, fontes e elementos e, assim, construir uma marca forte do jeito que você quiser e precisa.

O que é marketing?

Primeira coisa importante a se saber: marketing não é gritar para as pessoas que sua empresa existe.

Philip Kotler, um especialista no assunto, define marketing como:

“Um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que precisam e desejam por meio da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros.”

Em outras palavras, a essência do marketing é *a troca de algo de valor que uma pessoa possui por algo de valor que outra já tem.*

Assim, você entende a importância de encontrar as pessoas certas que se interessam e precisam do que você está oferecendo e que têm o que você deseja.

Essas pessoas são o seu público-alvo.



Para ter sucesso, sua comunicação deve chegar às pessoas certas e por isso é fundamental conhecer o mercado, o comportamento do consumidor e descobrir as melhores estratégias para atrair as pessoas certas.

Marketing digital

O marketing digital pode ser entendido como uma adaptação do marketing tradicional para a Internet, mas os recursos e formas de pensar disponíveis são tão diferentes que muitos especialistas separaram completamente este modelo do modelo tradicional.

Ao contrário do marketing tradicional, que busca promover uma oferta ou negócio o máximo possível, como publicidade em televisão, rádio ou revista, o marketing digital funciona por segmentação, para atingir um número menor, mas potencial de pessoas interessadas em seu produto.

Portanto, no marketing digital é imprescindível conhecer o seu público-alvo, suas características, necessidades, dores e anseios, pois essas informações permitirão que a empresa crie, se comunique e interaja com boas pessoas.

Como definir o público-alvo e descobrir suas características?

Se você já tem clientes, pode encontrar as pessoas ideais que mais utilizam os seus serviços, avaliá-los mais, regressar regularmente e recomendar os seus serviços, atraindo assim mais clientes.

Depois de entender o que eles são, você precisa encontrar um padrão comum entre eles. Verifique se pertencem à mesma faixa etária, têm a mesma ocupação, renda semelhante ou



pertencem à mesma classe social. Você provavelmente encontrará muitas semelhanças e será capaz de agrupá-las em categorias.

Em seguida, você precisa avaliar seus gostos, preferências, desejos e hábitos. É muito normal que pessoas do mesmo grupo tenham interesses semelhantes e é importante saber disso.

Uma descoberta importante diz respeito às redes sociais que essas pessoas mais usam. Essa resposta afetará o canal em que você publica suas informações. Imagine, se você concentrasse toda a sua comunicação no Facebook e depois descobrisse que seu cliente ideal estava usando mais o Instagram...

Também é importante descobrir como fazer com que esses clientes gostem de seus serviços e voltem. Este é provavelmente o seu ponto de diferença e deve ser usado para atrair mais clientes como este.

Se você ainda não tem cliente e está começando, pense no perfil da pessoa que deseja atender e considere todos os itens acima. O truque é encontrar celebridades nesse público e avaliar todos esses aspectos.

Planejamento de marketing

O planejamento de marketing é a chave para bons resultados. Sem ele, você poderia se perder e criar ações sem objetivo, e nem mesmo saber se funcionou ou não.

Portanto, antes de falar em estratégia de marketing, é preciso entender como planejar, o que precisa ser pensado e desenhado.



É claro que cada negócio é único e deve ser executado com muito cuidado, mas existem algumas etapas importantes que você pode seguir para começar.

- **Avalie seu negócio**

Se você já fez divulgações antes, precisa começar avaliando o que funcionou e o que não funcionou no passado. Analise também suas finanças, pois para obter resultados rápidos você precisará investir em anúncios e vai precisar de um orçamento ainda mais claro.

Um dos benefícios do marketing digital é a capacidade de anunciar com pouco dinheiro. O resultado será proporcional ao valor investido, mas você logo terá os primeiros resultados e poderá reinvestir o valor obtido.

- **Estabeleça metas**

Como você deseja que o seu negócio funcione daqui a seis meses, um ano, cinco anos Empresas sem objetivos claros não farão progressos em muito tempo.

Pense nos seguintes questionamentos:

- Quantos clientes serão atendidos por dia?
- Qual será o meu pagamento mensal?
- Qual será a porcentagem do lucro?

Depois de determinar isso, você precisa saber o que precisa ser feito para alcançar esses resultados. Faça um plano para levá-lo de onde sua empresa está hoje para onde deseja estar em seis meses a partir de agora.



Agora é a hora de dividir essa estratégia em pequenos objetivos. Por exemplo, se você deseja atender 30 clientes por dia em seu salão por 6 meses e agora atende apenas 5 clientes, isso significa que nos primeiros dois meses você deve ter 5 clientes a mais por dia e 5 clientes por mês. Assim, após 3 meses, você pode avaliar se cumpriu sua meta para aquele período e fazer alterações se os resultados não forem os ideais. Agora, se você atingiu sua meta semestral dentro desse período, pode rever as metas e analisar o que fez para chegar lá, dimensionar e expandir o tecido do processo.

Seu plano de marketing deve incluir metas, objetivos, prazos, divisão de responsabilidades (se você tiver sócios ou funcionários) e um orçamento bem claro.

E lembre-se que este plano deve ser analisado continuamente. Se algo não sair como esperado, verifique o que pode ser feito para melhorar os resultados ou analise se os objetivos propostos são irrealistas e não podem ser alcançados como pretendido.

Estratégias de Marketing

Marketing oferece uma série de estratégias para promover e atrair clientes e você pode usar recursos presenciais e diretos, conhecidos como outbound marketing, para aumentar a visibilidade do seu negócio.

Agora falaremos sobre as principais estratégias, aquelas que trazem os melhores resultados, para o mercado de manicure e pedicure.

Redes Sociais

Começamos com a que é atualmente uma das principais estratégias de marketing e distribuição e uma das ferramentas mais valiosas para a profissão de manicure e pedicure.



São de grande ajuda para atingir diferentes pessoas, além de facilitar o relacionamento com o público.

No entanto, é importante que você concentre seus esforços nas mídias sociais que seu público mais usa. Gerenciar redes sociais requer atenção e trabalho, por isso é melhor focar em otimizar os o atendimento somente naquelas que serão mais visitadas.

Instagram - É uma plataforma visual com um público jovem bastante regular, por isso tem tudo relacionado ao mercado de beleza. Nos últimos anos, atingiu a lista de favoritos e é por isso que faz parte da estratégia de marketing de quase todas as empresas.

Hoje, ele está repleto de recursos focados em negócios, como análise de perfil, insights do Instagram e compras. Ele também permite que você crie vídeos, transmita a vida e colabore com influenciadores digitais.

A plataforma também oferece funções promocionais, que aceleram a aquisição de recordes e a geração de resultados. É uma boa ideia criar conteúdo educacional sobre o seu nicho, como dicas sobre como prolongar a vida do seu esmalte ou fortalecer suas unhas e muito mais.

Facebook - Ainda é a maior rede social do mundo, apesar da perda de muitos usuários nos últimos anos. Essa é a plataforma mais utilizada pelos idosos, então se esse é o seu público-alvo, use. O tipo de conteúdo é semelhante ao Instagram e a plataforma também oferece algumas ferramentas promocionais muito poderosas para alcançar as pessoas certas.



YouTube - Ter um canal no YouTube é como estar na TV. Existem mais de 2 bilhões de usuários ativos diariamente, e você pode direcionar seus anúncios por região, aumentando a visibilidade de seu negócio em sua cidade. Você pode criar vídeos com tutoriais, dicas de como fazer, dicas de produtos e até links de marcas.

Pinterest - como o Instagram, é uma plataforma visual. O Pinterest é frequentemente usado para encontrar imagens de referência para novos cabelos, unhas ou decoração. Portanto, inspire as pessoas com o seu trabalho ou faça dele o seu portfólio de melhores produtos.

Vejamos algumas informações importantes sobre redes sociais para empresas: a primeira é que a consistência é fundamental. Se você criar um perfil e postar apenas um conteúdo por mês, não funcionará. O ideal é postar uma vez por dia no feed e usar stories para mostrar o dia, nos bastidores, para marcar clientes.

Isso gera engajamento e a plataforma entende que suas postagens são relevantes, ajudando a aumentar seu alcance.

O conteúdo também é importante. Não transforme seu perfil em um anúncio classificado, apenas para artigos de venda de serviços. Publique conteúdo interessante, mantendo seus clientes em mente.

E por último, rede social é um ambiente de RELACIONAMENTO, por isso é essencial responder aos seus clientes, interagir com eles, fazer uma marca junto das pessoas. Dessa forma, você estabelecerá uma conexão com o seu público que vai além da publicidade.



Google

Google é o mecanismo de busca mais importante, e tê-lo no bolso da maioria das pessoas ajuda muito.

Várias pesquisas mostraram que os consumidores estão usando cada vez mais as ferramentas do Google para encontrar lojas e prestadores de serviços perto de suas casas ou locais de trabalho.

Portanto, é fundamental estar presente na Internet. Você pode construir um site e anunciar todos os seus serviços, como manter um blog com dicas para clientes.

Se o conteúdo for relevante, o seu negócio aparecerá nas buscas e obterá mais resultados, aumentando assim a visibilidade do seu negócio.

É necessária uma boa estratégia de SEO, que são as técnicas de otimização de texto e páginas da web para que o Google possa localizá-los mais facilmente. Conhecer as palavras-chave mais pesquisadas no seu nicho e utilizá-las estrategicamente no seu conteúdo e no seu site é essencial.

Mais um recurso gratuito muito importante é a assinatura do Google Meu Negócio. É assim que sua empresa aparece após pesquisas sobre serviços locais.

Anúncios

Até poucos anos atrás, era possível ter uma estratégia de marketing eficaz que fosse puramente orgânica, ou seja, sem investir dinheiro em publicidade. Mas hoje, isso não é mais verdade.



Com o aumento do número de empresas investindo em marketing digital, a competição pela atenção do consumidor também desaparece, ou seja, há necessidade de publicidade.

Você pode anunciar nas redes sociais para aumentar o número de seguidores e seguidores de suas postagens, ou para anunciar uma promoção, por exemplo.

A ferramenta do Facebook/ Instagram é muito poderosa e permite que você selecione recursos específicos para encontrar as pessoas certas.



Google Ads trabalha em pesquisa. Ao manter um anúncio da Rede de Pesquisa Permanente, toda vez que alguém no local escolhido pesquisar algo relacionado ao seu negócio, ele será mostrado.

Para empresas locais, isso é importante porque coloca sua empresa à frente das outras nos resultados de pesquisa, o que significa que os clientes irão ligar para você primeiro.



Outra ótima dica para marketing na internet é a confiança do cliente, que vem da percepção de que outras pessoas experimentaram e aprovaram o serviço.

Portanto, peça depoimentos, mostre os bastidores, e comprove que seus clientes aprovam seus serviços. Esta é a chave para acertar mais rápido.

Estratégias de Outbound Marketing

As primeiras apresentadas são as estratégias digitais para atrair clientes através da Internet, mas a velha publicidade presencial pode se mostrar bastante eficiente para negócios locais também.

A criação de panfletos, cartões de visita, ações promocionais em feriados, outdoors e estratégias de fidelização, como cartões de fidelidade ou pacotes de serviços, em geral também apresentam bons resultados.

É muito importante que você encontre e utilize os recursos certos para o seu negócio.

E nunca se esqueça de estar sempre monitorando os resultados. Esse é um dos maiores benefícios do marketing digital, que torna mais fácil acompanhar e medir os resultados, tempo real, permitindo que você faça alterações, e descubra os impactos deles rapidamente. Só então você pode prever problemas e aproveitar as melhores oportunidades.



CAPÍTULO 9

**DICAS PARA AUMENTAR
O MOVIMENTO DO SALÃO**



Às vezes, o movimento do salão pode ser reduzir e você deve agir rapidamente para reverter isso. A primeira coisa a fazer é descobrir o que causou a perda de clientes.

Um dos motivos mais comuns é o atendimento e, se for o caso, é necessário capacitar melhor os funcionários e conscientizá-los sobre a importância de prestar um bom atendimento.

Dica 1 - Invista em Publicidade

Você precisa investir fortemente em ações que coloquem sua marca em destaque, afinal “quem não é visto, não é lembrado.”

Dicas 2 - Cuide da relação com suas clientes

O relacionamento é a alma do seu negócio e é o que faz com que as clientes voltem em busca de novos serviços. Lembre-se de que vivemos em uma época de experiências e seus clientes esperam se divertir no ambiente. Isso é obtido com serviços e tratamentos excepcionais que estão mais próximos do que apenas o comercial. Atender cada cliente de forma única e especial é um importante diferencial.

Dica 3 - Preste atenção às finanças

Os momentos de crise são os mais importantes para prestar atenção às finanças. Mas tome cuidado, não corte tudo e reduza a qualidade do serviço, isso vai prejudicar ainda mais o seu negócio. Mas é hora de analisar suas despesas, cortar as desnecessárias e talvez reduzir um pouco temporariamente sua margem de lucro.

Dica 4 - Renegociar com fornecedores

Tente renegociar valores e prazos de pagamento com seus fornecedores, funcionários e até mesmo o aluguel, se possível. Fique atento, antes que os problemas saiam do controle.



Elite das
MANICURES
CONCLUSÃO



Agora que você já conhece todos os detalhes para começar seu próprio negócio e trabalhar como manicure e pedicure!

Com essas informações, você pode começar seu negócio sabendo que possui informações completas para construir o seu negócio de sucesso.

Espero que este conteúdo seja o passo inicial na realização de seus sonhos!

