

COMO MELHORAR A **GESTÃO** EM ESTÉTICA

Por Tiago Mário



Seja muito bem-vindo(a)!

Afinal, como gerenciar uma clínica de Estética de modo a crescer e atingir mais resultados? E como manter-se no mercado apesar das adversidades?

Hoje, eu vou responder a essas e outras questões que vão lhe auxiliar a alcançar o sucesso. Peço que você exercite o seu foco nesse momento: desconecte-se de todas as mídias que podem causar distração, e busque adquirir o máximo de conhecimento. Tenho certeza de que será fundamental para definir o futuro da sua clínica!

Não aprendemos isto na faculdade

Os cursos da área da Saúde, de forma geral, têm um ensino técnico excelente – tudo que é preciso saber para aplicarmos os recursos e sermos bons funcionários faz parte da nossa graduação. Porém, não recebemos orientações sobre como abrir o próprio negócio e o gerenciar de forma eficaz, e esse é um dos maiores obstáculos da área da Estética quando nos remetemos ao ensino acadêmico.

Para muitos de nós, liderar equipes, fazer o empreendimento crescer, ter a própria clínica e gerir ela são práticas que parecem inalcançáveis. *Afinal, como é possível abrir uma filial se não conseguimos, em muitos casos, nem gerenciar o próprio negócio?* Isso ocorre porque o ensino superior não nos instrui a sermos empresários, e sim, a buscarmos a excelência técnica nas áreas de corporal, facial e de tricologia.

A maior dificuldade que encontramos em decorrência disso é que, quando buscamos, de fato, abrir o próprio empreendimento, não temos nenhum conhecimento sobre gestão – e é justamente isso o que mais leva ao fracasso das clínicas.

Os 3 perfis de sucesso

O maior **mito do empreendedorismo** é a noção de que ter uma educação meramente técnica é o suficiente para abrir um negócio. Afinal de contas, uma empresa não sobrevive apenas aplicando os recursos corretamente – deve-se entender como fazer fluxo de caixa, liderar os funcionários, ter padrão de qualidade, ter um bom Marketing e um senso de relações públicas, participar da comunidade em que está inserida para atrair mais pacientes, e muito mais. Para atingir o sucesso, existem três perfis que devem estar presentes em todas as clínicas:

Técnico

Fazedor, é aquele que coloca a mão na massa para desenvolver

Vive no Presente

Gosta de ficar imerso no trabalho

Ideal para Execução

Empreendedor

Visionário, sonhador

Vive no futuro

Gosta de controlar e mudar o status-quo

Ideal para dirigir o negócio

Gestor

Pragmático, planejador, organizado

Vive no passado

Gosta de ordem, estruturas e sistemas

Vê sempre o lado ideal para manter o negócio funcionando.

1. Técnico

É aquele que gosta de “colocar a mão na massa”; ou seja, se realiza ao executar as técnicas. Essa personalidade é ideal para a execução de tarefas, mas não é indicada para se envolver nas questões que dizem respeito ao financeiro e à gestão. O técnico vive no presente, e gosta de ficar imerso no trabalho;

2. Empreendedor

Esse é o perfil visionário e sonhador. Planejar novos métodos e “fazer diferente” é o seu norte profissional – por isso, estão sempre pensando no futuro. Por gostarem de controlar e mudar o status quo, são ideais para gerir o negócio;

3. Gestor

Trata-se do profissional pragmático, planejador e organizado, já que gosta de ordem, estruturas e sistemas. Por estar constantemente analisando o que já foi feito e o que pode ser diferente (e melhor), a personalidade gestora vive no passado, e sempre busca o que é ideal para manter o negócio funcionando.

As três personalidades de sucesso podem se tratar de pessoas diferentes, sim; mas, no início de um negócio, quem deve ter domínio desses perfis é quem está o abrindo, já que não é comum termos os recursos financeiros necessários para contratarmos muitos funcionários. No entanto, pessoas com perfis técnicos costumam abrir um empreendimento juntas, o que compromete a gestão.

É indispensável que os três perfis sejam bem desenvolvidos, e que estejam presentes em todos os negócios – afinal de contas, é necessário aplicar os recursos corretamente, assim como, também, fazer o Marketing e gerir a empresa. Quando conseguimos balancear essas personalidades da melhor forma possível, o sucesso na Estética pode ser alcançado.

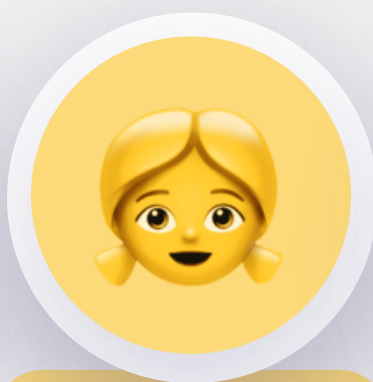
As 3 fases de uma clínica de Estética

Os empreendimentos estéticos podem passar por três fases:



Infância

"Faz tudo!"



Adolescência

"Delega e treina"



Maturidade

"Operação Autônoma"

1. Infância

É aquela que costumo chamar de EUpresa. Nela, o profissional se responsabiliza por fazer o Marketing, o atendimento, as finanças, e por aí vai. É nessa fase que mais aprendemos, já que temos contato com os pacientes, aplicamos as técnicas, geramos valor nas redes sociais, e gerenciamos o negócio;

2. Adolescência

Conforme o sucesso começa a ser atingido, a segunda fase inicia – aqui, busca-se a ajuda de outros profissionais, a quem você delega uma função específica e treina para a realizar com excelência.

Aqui costuma acontecer um enorme problema, porque, muitas vezes, o que fazemos é “delargar” o trabalho; ou seja, transferimos a tarefa sem explicarmos corretamente como a realizar. Durante a fase da infância, você estabelece um padrão de como fazer o seu trabalho, e se esse método não for passado para o outro funcionário, a qualidade que foi garantida acaba sendo perdida; conseqüentemente, o negócio pode ser comprometido. Essa fase é uma divisora de águas, já que pode fazer a sua clínica crescer ou, então, retornar à EUpresa;

3. Maturidade

Aqui construiu-se uma empresa de forma tão eficaz que ela funciona sem a sua presença, já que todos os funcionários sabem o que precisa ser feito, e o fazem corretamente. Um exemplo de empresa que atingiu a maturidade é o McDonald's – afinal, enquanto a sua sede está localizada nos Estados Unidos, há filiais ao redor do mundo que funcionam plenamente, porque os seus trabalhadores têm as suas funções bem estabelecidas.

Para chegar à maturidade da empresa, as demais fases devem ter sido estruturadas efetivamente.

Tríade de um negócio que cresce

O sucesso de um empreendimento de Estética, superando os números a cada mês, depende de três fatores fundamentais.

1. Produto

Aqui, a técnica é fundamental, já que trata-se daquilo que foi aprendido no ensino superior. Deve-se ter um produto de qualidade que conta com experiência, inovação e feedback dos pacientes, e é fundamental que você busque a excelência no seu ramo através de especializações em treinamentos (como os que temos na plataforma **Estética Experts**), participação em lives sobre conteúdo científico (como as que são feitas todas as quintas-feiras, às 22:23 – horário de Brasília – no Instagram do Dr. João Tassinary), e muito mais! Você deve ser perito na entrega de resultados;

2. Gestão

Saber aplicar as técnicas não é a resposta de todos os seus problemas no mercado da Estética: é essencial entender sobre gestão, finanças, pessoas, processos e qualidade. Como já vimos, saber gerir um negócio é essencial para impulsioná-lo ao sucesso;

3. Marketing

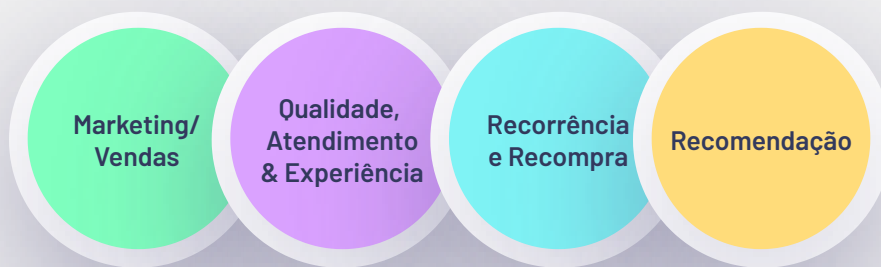
O terceiro passo indispensável é dominar o Marketing, porque é isso que vai atrair pacientes para a sua clínica. Aqui nos referimos a anúncios, vendas, empreendedorismo e parcerias.



O profissional que não domina essas três habilidades não consegue gerar caixa e montar as quatro máquinas do sucesso.

As máquinas de crescimento

Peço que você preste atenção a essas máquinas, já que elas têm o poder de auxiliar na evolução do seu empreendimento.



A primeira não se trata da técnica, tampouco da gestão; aqui, nos referimos ao **Marketing**, uma vez que os outros fatores dependem da presença de pacientes na clínica – sem eles, não há quem atender, nem um caixa para gerir. Então, o primeiro passo que deve ser dominado para abrir uma clínica de Estética é o Marketing, já que é por meio dele que você define quem serão os seus clientes, quais serão os diferenciais da sua clínica, e quais canais vão ser usados para divulgação (Instagram, Facebook, Youtube, etc). O Marketing é o que irá moldar como você quer que o seu negócio seja visto, e já deve ser dominado antes mesmo de abrir uma clínica.

Em seguida, é preciso ter **qualidade, atendimento e experiência**; afinal, se você não entregar um bom serviço, aquele paciente que passou por você não irá lhe indicar a outras pessoas. **Quem domina o Marketing e entrega bons resultados tem tudo o que é preciso para alcançar o sucesso**, porque está impactando cada vez mais o público enquanto gera mais qualidade, experiência (tudo aquilo que é inesquecível e arquitetado para surpreender o público), e atendimento diferenciado.

A partir daí, deve-se dominar a **recorrência e a recompra**. Mas como fazer o paciente voltar à sua clínica e trazer mais pessoas? A estratégia de pós-venda é fundamental aqui, porque é por meio dela que você coletará os feedbacks, entendendo se o tratamento foi adequado, se houve entrega de resultado, se ocorreu alguma intercorrência após o procedimento, e por aí vai. Ressalto que não há motivo para você ter medo de pedir indicação, então, uma boa ideia é oferecer benefícios em troca de recomendações a outras pessoas – até porque a recorrência depende de um relacionamento bem estruturado com o paciente, o que vai além do momento do atendimento.

Então, temos a **recomendação**. Uma qualidade no serviço, no Marketing e no pós-venda levará o seu trabalho a ser recomendado de forma espontânea (no meio de uma conversa casual, ao contar sobre como foi o atendimento com você ou ao mostrar o seu conteúdo nas redes sociais, por exemplo). Pacientes satisfeitos têm o senso de dever de falar bem do seu trabalho, recomendando a sua clínica por vontade própria.

Espero que você tenha entendido o conceito dessas máquinas de crescimento, e o poder que elas têm na sua clínica de Estética.

Diário de bordo

Todos os profissionais que têm uma gestão de qualidade precisam de um diário de bordo; ou seja, dados sobre o seu negócio que são conferidos todos os dias.

Quantos clientes ativos eu tenho? Quanto entrou no meu caixa essa semana? Eu fui recomendado por algum paciente? Quanto estou devendo aos fornecedores?

Essas são algumas das perguntas que devem ser respondidas para montar o seu plano de trabalho, já que elas estabelecem um norte do que precisa ser gerenciado. De acordo com Peter Drucker, considerado o pai da administração moderna, "O que não pode ser medido, não pode ser gerenciado" – afinal, como gerir algo que não tem uma métrica definida?

Se você não definir essas questões, é muito difícil atingir o sucesso. Então, ter um diário de bordo é fundamental, e a melhor maneira de fazer as anotações é através de uma ferramenta digital pensada, especificamente, para profissionais da área da Estética.

Um recurso digital voltado para a Estética

Sugiro a seguinte reflexão: *como o seu negócio vai seguir crescendo quando você estiver com a agenda lotada, mas sem tempo para mais nada?*

Afinal, existe uma diferença primordial entre funcionar e crescer; o primeiro termo se refere a manter constantes os números da clínica (sem novos pacientes e funcionários, por exemplo), enquanto o segundo consiste em evoluir cada vez mais. Mas, para crescer, você precisa criar um “motor” que funcione sem que a sua presença seja necessária; ou seja, se você tiver um diário de bordo bem definido, o seu empreendimento vai progredir sempre.

Porém, anotar os seus números e planejamentos em agendas de papel, post-its, ou até mesmo tentar guardar as informações na memória é algo muito arriscado, porque está sujeito a falhas. Além disso, você não vai crescer em 2021 com uma estratégia voltada para 2020, não é mesmo?

Se você deseja que o seu negócio siga crescendo, o Clínica Experts é o sistema ideal!

Essa é uma ferramenta completa de Gestão e Marketing que foi pensada especialmente para você, profissional da Estética. Controle financeiro, agenda digital, recursos de avaliação, estratégias de Marketing e muito mais em um só lugar, possibilitando um gerenciamento pleno da sua clínica.

Fevereiro 2021

D	2ª	4ª	5ª	6ª	S
31	1	2	3	4	5
7	8	9	10	11	12
14	15	16	17	18	19
21	22	23	24	25	26
28	1	2	3	4	5
7	8	9	10	11	12

14 - 20 de fev. de 2021

Hoje Prog Dia Sem Mês

Filtrar

Status
Todos

Profissional
Todos

Paciente
Todos

Tipo de atendimento
Todos

Mostrar finais de semana

Sobrepor eventos

	14 Dom	15 Seg	16 Ter	17 Qua	18 Qui	19 Sex	20 Sab
08:30							
09:00							
09:30							
10:00							
10:30							
11:00							
11:30							
12:00							
12:30							
13:00							
13:30							
14:00							
14:30							

Tiago Mano
08:15 - 10:15
Massagem Relaxante

Alberto Berto
13:30 - 14:03
Microagulhamento
13:45 - 14:15
Microagulhamento

All Pearson
13:45 - 14:15
Microagulhamento

All Pearson
10:45 - 13:15
Massagem Relaxante,
Microagulhamento, Limpeza de
Pele



Para conhecer essa ferramenta especial e se diferenciar no mercado de trabalho, deixo um cupom de **25% de desconto** para o primeiro ano de assinatura. Se você quer organizar o seu negócio e garantir a entrega de resultado, escaneie o QR Code e digite o cupom abaixo.



GESTAOTIAGO