

лекция по Модулю 5: «Управление салоном/кабинетом мастера: клиентский сервис, документооборот, маркетинг, безопасность и профилактика конфликтов»

Целевая аудитория: мастера маникюра, прошедшие Модули 1–4, планирующие работать самостоятельно или участвовать в организации работы салона/кабинета.

Цель модуля: сформировать управленческие и сервисные компетенции для стабильной и безопасной работы: выстроить клиентский путь, организовать документооборот и учёт, освоить базовые инструменты маркетинга, научиться предотвращать и корректно разрешать конфликты, минимизировать юридические и санитарные риски.

Блок 1. Клиентский путь и сервис: от записи до повторной записи (4 ак. часа)

Этапы клиентского пути

1. **Запись.** Онлайн-форма/мессенджер/телефон. Фиксируйте не только дату/время, но и запрос: «покрытие гель-лак», «гигиенический маникюр», «коррекция», «дизайн».
2. **Напоминание.** Авто-сообщение за 24–48 часов с подтверждением, временем, адресом/ссылкой, рекомендациями (не мочить руки 2–3 часа после покрытия, не делать уборку без перчаток).
3. **Встреча и анкетирование.** Анкета клиента (тип кожи/ногтей, аллергии, хронические состояния, предыдущие проблемы с покрытием).
4. **Диагностика и согласование.** Покажите фото-примеры, обсудите архитектуру, плотность покрытия, дизайн. Получите устное согласие на план работ.
5. **Процедура.** Соблюдение стандартов безопасности и технологии.
6. **Финальный осмотр и рекомендации.** Покажите результат под разными углами, выдайте памятку по уходу, согласуйте дату следующей коррекции.
7. **Постсервис.** Сообщение через 2–3 дня: «Как держится покрытие? Всё ли комфортно?» — это повышает лояльность и даёт обратную связь для улучшения техники.

Карта клиента: обязательные поля

- ФИО, телефон, дата рождения.
- Тип кожи и ногтей (тонкие/гибкие, гиперкератоз, склонность к отслойкам).
- Аллергии и чувствительность (материалы, запахи, ремуверы).
- История процедур (даты, материалы, результаты, осложнения).
- Рекомендации и план ухода (масла, кремы, перчатки).

Важно: карта клиента — это не только сервис, но и юридическая защита. При жалобе вы сможете подтвердить, что предупреждали о рисках и учитывали особенности.

Контрольные вопросы

1. Перечислите 5 пунктов, которые обязательно должны быть в анкете клиента, и объясните, как каждый из них снижает риски.
 2. Составьте текст автонапоминания за 24 часа до визита (3–4 предложения).
 3. Напишите 3 фразы, которыми вы будете запрашивать обратную связь через 2–3 дня после процедуры.
-

Блок 2. Документооборот и юридическая безопасность (4 ак. часа)

Обязательные документы и журналы

- **Согласие на обработку персональных данных** — по 152-ФЗ.
- **Информированное согласие на процедуру** — фиксирует, что клиент ознакомлен с рисками (аллергии, отслойки, особенности снятия), техникой и материалами.
- **Карта клиента** — хранится в защищённом месте (бумажно/в CRM), срок хранения — не менее 3 лет.
- **Журналы учёта:** журнал дезинфекции и стерилизации инструментов, журнал контроля работы стерилизатора, журнал учёта дезсредств.
- **Документы на материалы и оборудование:** сертификаты/декларации соответствия, инструкции, сроки годности.

Хранение и сроки

- Журналы — минимум 3 года (требования Роспотребнадзора).
- Сертификаты на материалы — в отдельной папке, обновляются при закупке.
- Электронные копии — в облаке с доступом только у вас/администратора.

Риски и профилактика

- **Отсутствие согласий/карт** — при жалобе клиент может заявить, что не был проинформирован, а вы не сможете доказать обратное.
- **Несоответствие сроков годности** — риск отравления/аллергии и штрафов.
- **Некорректные журналы** — при проверке это расценивается как нарушение санитарных норм.

Практические правила

- Перед каждой процедурой проверяйте сроки годности материалов и наличие сертификатов.
- В конце дня заполняйте журналы: дата, время, ФИО мастера, тип обработки, марка дезсредства, концентрация, экспозиция.
- При закупке сохраняйте накладные и сертификаты.

Контрольные вопросы

1. Назовите 3 документа, которые защищают мастера при жалобе клиента, и кратко раскройте назначение каждого.
2. Опишите алгоритм действий при закупке новой партии базы/топа (от заказа до допуска к работе).
3. Приведите пример ситуации, когда отсутствие журнала стерилизации может привести к приостановке деятельности.

Блок 3. Учёт, финансы и ценообразование (4 ак. часа)

Себестоимость услуги

Рассчитывайте по формуле:

Себестоимость=Материалы+Расходники+Аренда места+Налоги+Прочие расходы
Себестоимость = Материалы + Расходники + Аренда\ места + Налоги + Прочие\
расходы
Себестоимость=Материалы+Расходники+Аренда места+Налоги+Прочие расходы
Пример:

- Материалы (база, цвет, топ, праймер, масло) — 120 ₺.
 - Расходники (салфетки, перчатки, пилки, баф) — 80 ₺.
 - Аренда места в час — 150 ₺.
 - Налоги (НПД 4–6% или доля от выручки при ИП) — условно 100 ₺.
 - Прочие (реклама, CRM, эквайринг) — 50 ₺.
- Итого себестоимость: 500 ₺. Рекомендуемая наценка — от 100% и выше, в зависимости от локации и сегмента.

Ценообразование и пакетные предложения

- **Базовая услуга** (гигиенический маникюр + покрытие гель-лаком) — «ядро» прайс-листа.
- **Пакет «Коррекция»** — включает снятие + выравнивание + покрытие + дизайн по выбору.
- **Экспресс-услуга** (без сложного дизайна) — для клиентов, которым важна скорость.
- **Премиум-услуга** — с укреплением, сложным дизайном, дополнительными этапами ухода.

Правило: цены должны быть прозрачны. Клиент должен понимать, за что платит: материалы, время, квалификация, сервис.

Учёт и автоматизация

- **CRM/онлайн-запись** — контроль загрузки, история посещений, напоминания, сегментация клиентов.
- **Табличный учёт** (Excel/Google Sheets) — себестоимость, выручка, списания материалов, график закупок.
- **Онлайн-касса/эквайринг** — обязательны для приёма безналичных платежей.

Контрольные вопросы

1. Рассчитайте себестоимость услуги «маникюр + гель-лак» для своего города (подставьте актуальные значения аренды и материалов).
 2. Предложите 3 пакетных предложения и кратко опишите целевую аудиторию для каждого.
 3. Объясните, зачем вести учёт списания материалов и как это помогает контролировать прибыль.
-

Блок 4. Маркетинг, продвижение и работа с отзывами (4 ак. часа)

Каналы продвижения для мастера

- **Соцсети и мессенджеры** — портфолио «до/после» (только с согласия клиентов), сторис с процессом, полезные советы, ответы на частые вопросы.
- **Карты и справочники** (Яндекс Карты, 2ГИС) — карточка с фото, ценами, графиком, отзывами.
- **Сарафанное радио** — система лояльности (скидка за рекомендацию, бонус за отзыв).
- **Партнёрства** — обмен визитками/промо с соседними бьюти-специалистами.

Работа с отзывами

- **Позитивные** — благодарите, подчёркивайте детали («Спасибо за отзыв про стойкость покрытия — мы используем базу с повышенной адгезией...»).
- **Негативные** — отвечайте спокойно, без эмоций, предлагайте решение (переделку, возврат части стоимости, консультацию).
- **Фейковые/оскорбительные** — фиксируйте, при необходимости обращайтесь к площадке для удаления.

Профилактика конфликтов

- **До процедуры:** чёткое согласование ожиданий, фото-примеры, предупреждение о рисках.
- **Во время:** контроль комфорта, паузы, уточнение ощущений.
- **После:** напоминание о правилах ухода, готовность ответить на вопросы.

Алгоритм разрешения конфликта

1. Выслушайте без перебивания.
2. Признайте факт дискомфорта: «Понимаю, что результат вас не устраивает».
3. Уточните суть проблемы и предложите 2–3 варианта решения (переделка, коррекция, возврат).
4. Зафиксируйте решение письменно (в мессенджере) и выполните в согласованные сроки.
5. Проанализируйте причину и внесите правки в стандарты работы.

Контрольные вопросы

1. Составьте текст ответа на негативный отзыв: «Покрытие отслоилось через 3 дня».
 2. Назовите 3 канала продвижения, которые подходят мастеру-одиночке с минимальным бюджетом, и кратко опишите, как ими пользоваться.
 3. Опишите пошаговый алгоритм, как вы будете действовать, если клиент во время процедуры заявляет, что «ему больно».
-

Итоговый контроль по модулю (письменное задание)

Кейс 1. Вы работаете на себя в небольшом городе, планируете принимать 3–4 клиента в день. Разработайте:

- прайс-лист из 5 услуг (с описанием, что входит, и ценами);
- чек-лист «Подготовка к рабочему дню» из 10 пунктов (документы, материалы, журналы, CRM);
- текст автосообщения для напоминания о визите и текст сообщения для сбора обратной связи через 2 дня;
- алгоритм действий, если клиент на следующий день пишет: «У меня зуд и покраснение вокруг ногтей».

Критерии оценки:

- Прозрачность и обоснованность цен — 25%.
- Полнота чек-листа и соответствие санитарным/юридическим нормам — 30%.
- Профессионализм и вежливость текстов сообщений — 20%.
- Логика и безопасность действий при жалобе — 25%.

Кейс 2. В вашем кабинете запланирована проверка Роспотребнадзора. Опишите, какие 7 документов и журналов вы подготовите заранее, где они будут храниться, как подтвердите сроки годности и сертификацию материалов.

Критерии оценки:

- Перечень документов и их назначение — 30%.
 - Организация хранения и доступа — 25%.
 - Подтверждение сроков и сертификации — 30%.
 - Чёткость и реалистичность плана — 15%.
-

Рекомендации по визуальным материалам (что собрать для обучения)

1. **Образец карты клиента** — распечатайте и заполните тестово.
2. **Шаблоны согласий** (на обработку ПД и на процедуру) — адаптируйте под себя.
3. **Фото/скриншоты журналов** — примеры заполнения.
4. **Прайс-лист в виде таблицы** — с колонками «Услуга», «Что входит», «Цена», «Время».
5. **Скрипты сообщений** — для напоминаний, сбора отзывов, ответов на жалобы.

