

BOLETIM DE TENDÊNCIA

SETEMBRO/2018



BELEZA E BEM-ESTAR

SEBRAE

SEBRAE
INTELIGÊNCIA
SETORIAL

OPORTUNIDADES NAS MÍDIAS SOCIAIS

Ferramentas digitais e tecnológicas para estabelecimentos de beleza

O segmento de beleza e bem-estar contém um universo gigantesco de clientes em potencial que buscam endereços, telefones, horário de funcionamento, informações sobre técnicas e que, fundamentalmente, querem saber mais sobre o seu salão de beleza. No entanto, uma pergunta precisa ser respondida antes de se lançar nesse mar sem fim: *Como se posicionar nas redes sociais para conquistar novos clientes?*

Esse conteúdo apresenta as inúmeras oportunidades nas mídias sociais e o que os salões de beleza devem fazer com o advento da transformação digital em relação ao segmento em questão.

A internet está absolutamente consolidada no Brasil

Dos 210 milhões de brasileiros:



143 milhões utilizam celular (68%)



139 milhões são usuários de internet (66%)



130 milhões marcam presença ativa em redes sociais (62%)



FIQUE ATENTO!

Os números relacionados ao uso da internet e da presença dos brasileiros nas mídias sociais são ligeiramente maiores do que a média mundial, respectivamente 52% e 42%, o que demonstra a força que a grande rede tem em nosso país.

Segundo dados do [Google Trends](#), são feitas 37 milhões de buscas no [Google](#) por segundo em todo o mundo. São pessoas que querem fazer compras, encontrar uma resposta para uma pergunta, informar-se, descobrir como fazer algo ou como chegar a algum lugar.



NO BRASIL, 15 MILHÕES DE PESQUISAS POR MÊS SE RELACIONAM ESPECIFICAMENTE AO TEMA “CABELOS”, ENQUANTO TRÊS MILHÕES BUSCAM INFORMAÇÕES SOBRE HAIR CARE PROFISSIONAL.

Aproveitar as vantagens das redes sociais é essencial para:



Utilizar essas ferramentas como fonte de aquisição permanente de novos clientes.



Criar um novo ponto de venda de negócios.



Estabelecer um canal de comunicação direto com os atuais clientes.



Gerar fidelização.

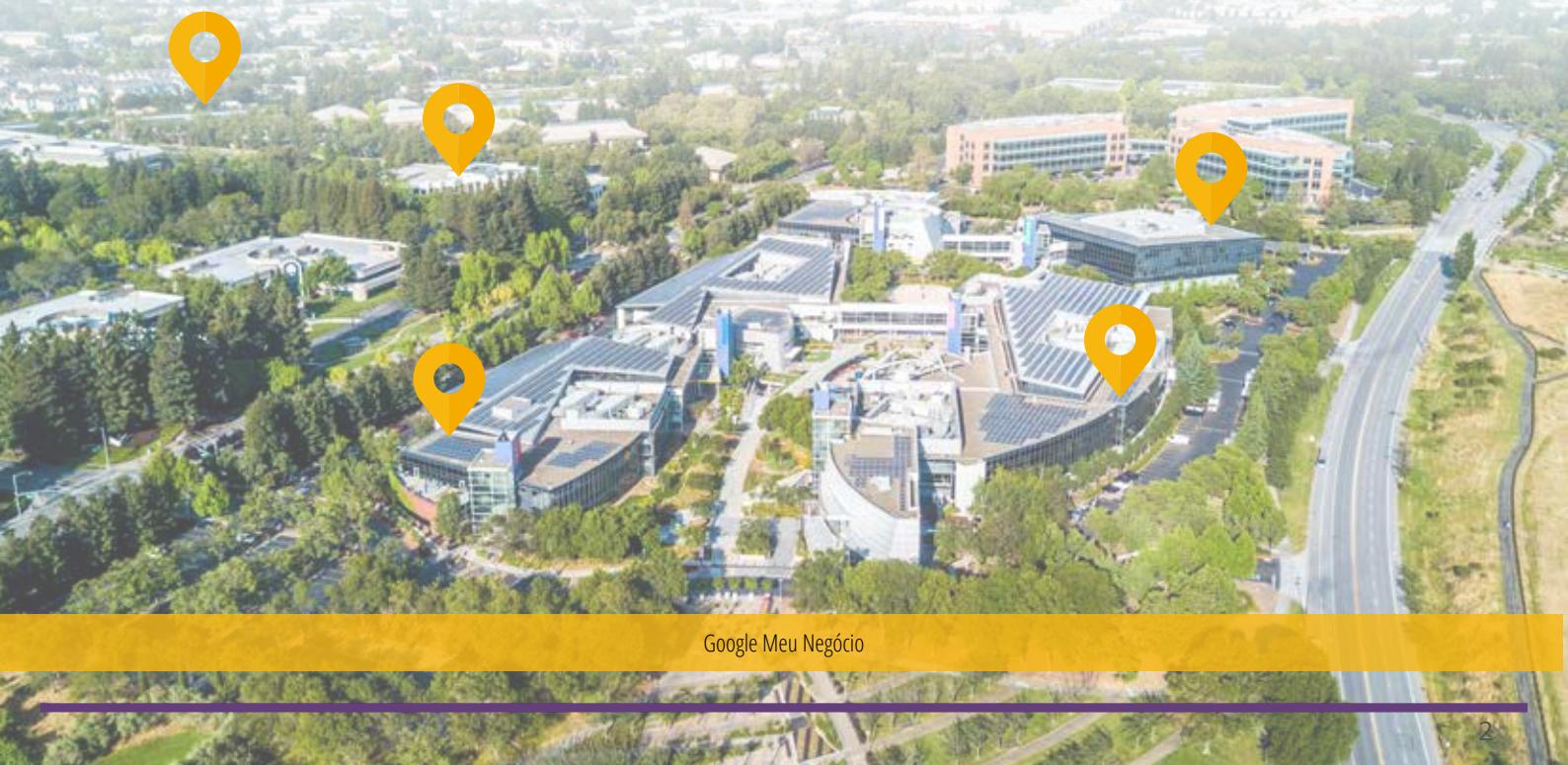


PONTOS DE ATENÇÃO!

Um milhão de pesquisas mensais no Google são feitas por pessoas interessadas especificamente em informações sobre salões de beleza.

A cada minuto, 23 pessoas podem estar procurando pelo seu estabelecimento!

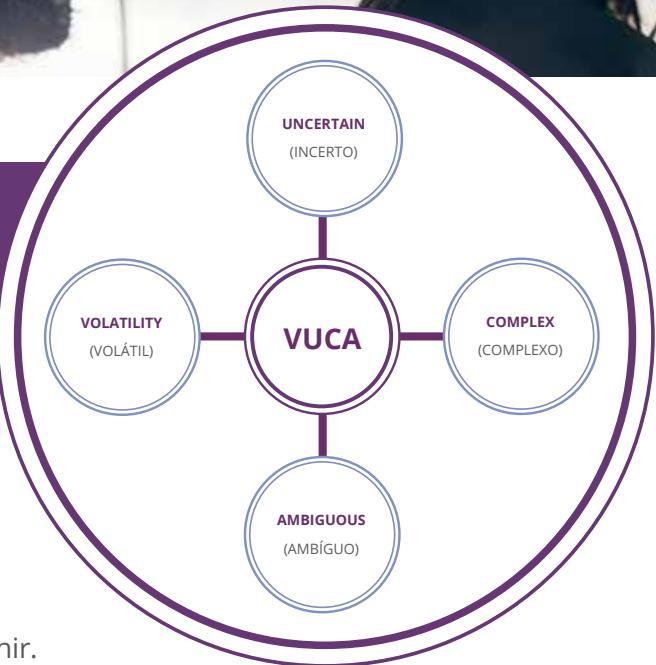
Fontes: Hootsuite, Global Web Index, Google trends. Apresentação do Guto Leon, durante o evento 1º Fórum Digital de Beleza, realizado na Bolsa de Valores, no Centro do Rio de Janeiro, no dia 11/06/2018.



VIVEMOS EM UM MUNDO VUCA

A internet e suas mídias sociais mudaram o mundo, transformando profundamente as relações pessoais e comerciais. Hoje, vivemos em um mundo VUCA:

Para se adaptar a este mundo VUCA, é preciso desenvolver algumas novas competências:



TER ADAPTABILIDADE PROATIVA

Para transformar-nos naquilo que o “amanhã” definir.



TER CULTURA DIGITAL

Saber utilizar de forma inteligente a mídia eletrônica e os recursos digitais.



ATUAR COM AGILIDADE NÃO APRESSADA

O momento é de planejamento, entendimento, diagnóstico e interpretação dos cenários, riscos e impactos de nossas ações antes de adotá-las.



TER A CAPACIDADE DA RECAPACITAÇÃO

Estar disposto a aprender, deixando para trás velhos pressupostos e convicções.

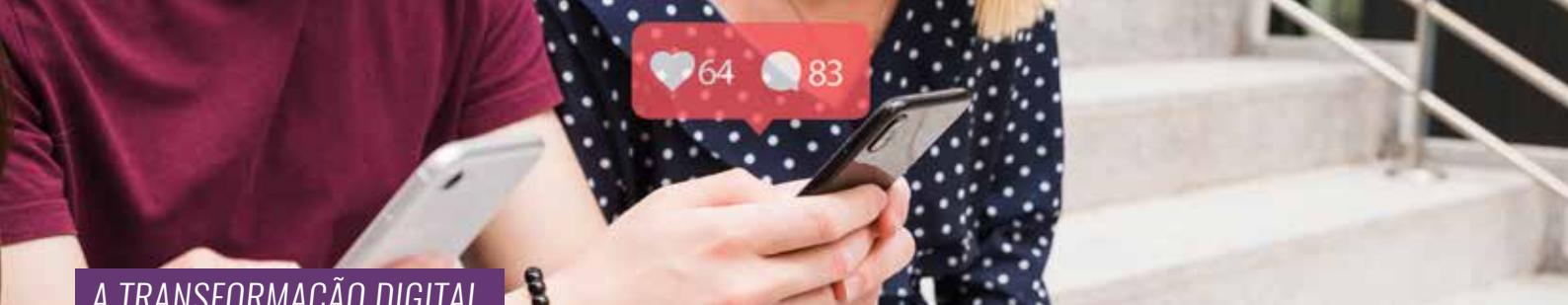
Os fatores que estão envolvidos em qualquer transformação são:

- Alta velocidade;
- Intensidade das forças que impulsionam as mudanças;
- Alta imprevisibilidade.



FIQUE ATENTO!

É importante ressaltar que existem várias maneiras e diferentes pontos de vista para se entender e analisar os fatos, e é essencial que o empresário esteja atento às novas modalidades de comunicação com seus clientes e aptos a se adaptar a esses novos formatos.



A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Para atuar nas mídias sociais com competência, efetividade e alcançar resultados promissores, é preciso, primeiramente, entender que a transformação digital é uma realidade que promove mudanças profundas.

A transformação digital é o processo de aceleração global de indivíduos, negócios, sociedades e países como resultado da digitalização de tudo. Afetou profundamente a questão do consumo, a competição comercial, a importância da informação e a inovação.

Shayan Khan, cientista sueco

Segundo a Coordenadora de Higiene e Cosméticos do Sebrae Nacional, WilzaSette:

A transformação digital é:

- A capacidade de se reinventar constantemente;
- Estar em aprendizado constante;
- Entregar efetivamente o que os clientes querem;
- Testar antes de se lançar no mercado;

Os benefícios da tecnologia trazem:

- Facilidades na rotina;
- Agilidade;
- Conhecimento do cliente;
- Atração de novos clientes;
- Divulgação do negócio;
- Ajuda na tomada de decisões;
- Aumento no lucro.



Dicas de utilização do marketing digital



Otimize os canais de comunicação.



Utilize as redes sociais para fazer ofertas exclusivas.



Interaja com seu cliente nas redes sociais.



Analise os fatos antes de responder às críticas.



Seja uma autoridade no que faz.



Crie conteúdos especializados para o seu cliente.



Gere confiança no cliente - mostre o que você sabe fazer.



Crie uma lista de clientes VIP e use-a para atrair mais clientes e fidelizar os atuais.

Fontes: https://www.researchgate.net/profile/Shayan_Khan4. Citações da Coordenadora de Higiene e Cosméticos do Sebrae Nacional, WilzaSette: o que é transformação digital, os benefícios que a tecnologia traz para os negócios e dicas de como usar bem o marketing digital. Apresentação do Guto Leon, durante o evento 1º Fórum Digital de Beleza, realizado na Bolsa de Valores, no Centro do Rio de Janeiro, no dia 11/06/2018.

AS REDES SOCIAIS NO BRASIL

As redes sociais estão aí, à sua disposição, para conectá-lo com seus atuais e futuros clientes. Por meio delas, seu negócio ganha visibilidade e uma oportunidade sem igual de se relacionar com o seu público-alvo. Confira:

- Estar frente a frente com seu cliente.
- Responder a todas as suas perguntas.
- Oferecer serviços, produtos e promoções.
- Trocar ideias.
- Apresentar seu time de profissionais.
- Estabelecer um canal de comunicação permanente e ativo, fundamental nos dias de hoje.

Confira outros pontos importantes:

INTERNET

- O internauta brasileiro passa, por dia, 9 horas e 14 minutos navegando na Internet;
- O Brasil está em terceiro lugar neste ranking, perdendo apenas para os tailandeses (9h38m diários) e os filipinos (9h29m diários).

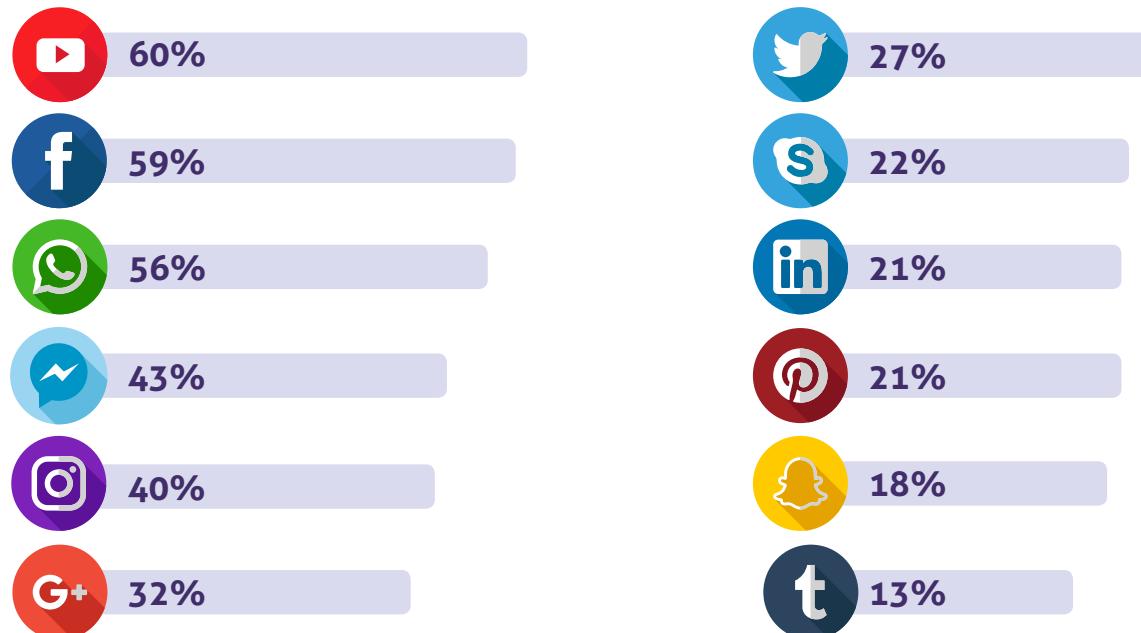


REDES SOCIAIS

- O Brasil está na segunda colocação, com 3h39m de navegação diária;
- Perde apenas para os filipinos, com 3h57m diários nestas plataformas.



As plataformas mais ativas no Brasil são :



EM QUE REDES SOCIAIS O SALÃO DE BELEZA DEVE MARCAR PRESENÇA ATIVA?

Os públicos que são diretamente impactados nas redes sociais são:



- Clientes assíduos;
- Clientes esporádicos;
- Potenciais clientes;
- Públicos de oportunidade (parcerias, novos fornecedores, profissionais terceirizados, entre outros).

Mas em quais redes sociais seu salão de beleza deve marcar uma presença ativa?

“Em um cenário cada vez mais multicanal, o consumidor é impactado por diversas mensagens ao longo de um único dia. Esse excesso de informações gera desgaste mental. Precisamos pensar na experiência.”

Afirma o head de mídia da Agência SA365, Guto Leon

Segundo Guto, diariamente recebemos nada menos do que 10 mil impactos de marcas diferentes, desde o anúncio da Televisão até o pequeno letreiro de refrigerante estampado no caixa do botequim, passando, claro, pelos anúncios em mídias sociais.

“Em média, o brasileiro interage com o celular 86 vezes por dia, seja para consultar o relógio, seja para fazer ou atender uma ligação ou para navegar na internet”, informa Guto.

COMO UTILIZAR AS REDES SOCIAIS PARA O SALÃO DE BELEZA

**Antes de tudo
é preciso:**

- Conhecer seu público-alvo;
- Definir seus objetivos;
- Estabelecer metas.

Você quer estimular clientes antigos a visitar seu salão?

Como atrair novos clientes?

Quer envolvê-los, estimulá-los a publicar, curtir e compartilhar seus posts?

Quer valorizar o seu diferencial profissional e o de seu salão de beleza?

Para isso é preciso marcar presença, interagir e produzir conteúdo relevante. Confira algumas dicas:



Trabalhe suas mídias sociais para fidelizar clientes atuais e conquistar novos clientes.



Comunique eventos e ofertas exclusivas.



Atualize o conteúdo constantemente.



Dê dicas e truques de beleza.



Fale dos serviços que você presta e dos profissionais que atuam em seu salão.



Troque ideias com seus clientes.



Interaja sempre.

Isso significa que você tem que estar presente em todas as redes sociais?

Obviamente, não. Ter foco é fundamental para não se afogar nesse mar sem fim.

Para [Guto Leon](#), as micro e pequenas empresas de salão de beleza devem se concentrar principalmente no Facebook, Instagram, WhatsApp e YouTube.

YOUTUBE

É a maior rede social do Brasil, ultrapassando, inclusive, a então campeã Facebook. O objetivo, segundo Guto, é criar conteúdo sobre seus serviços, com dicas e tutoriais. Um celular é o suficiente para fazer os filmes, mas isso requer um mínimo de produção, afinal estamos falando de beleza! No YouTube, você mostrará que sabe fazer, que entende do assunto, que é um especialista.

FACEBOOK

Não tem como ficar de fora dele, pois todo mundo está lá. O Facebook conta com nada menos do que 122 milhões de brasileiros, que o acessam, em média, de dez a 15 vezes ao dia, sendo que 92% das vezes via mobile. É a mídia social onde você irá personalizar a imagem de seu salão, anunciar promoções e eventos e falar com seu público. Posts com forte conteúdo informativo são replicados, gerando mais e mais visualizações.

INSTAGRAM

É a mídia social da “inspiração”, segundo Guto Leon. Nada menos do que 57 milhões de brasileiros estão lá. São 400 milhões de likes diários. É onde você divulgará trabalhos realizados em seu salão, compartilhará novidades, imagens e looks inspiradores e mostrará resultados. Lembre-se: utilize hashtags (#) para que as pessoas o encontrem, marque seus clientes e profissionais (com a permissão deles, claro) e insira seu local nas publicações para aparecer nas buscas sobre esse lugar.

WHATSAPP

O objetivo é estabelecer um contato direto e dinâmico com os clientes, além de servir como fonte de informações sobre seu negócio. Um total de 124 milhões de brasileiros utilizam essa ferramenta de comunicação on-line, dos quais 97% a utilizam todos os dias. Aproveite datas especiais, como aniversário, para oferecer descontos e brindes exclusivos. Pergunte ao seu cliente como foi sua experiência. Convide aquele cliente que anda sumido a voltar para o seu salão. Lembre-o de que já está na hora, por exemplo, de cortar o cabelo ou pintá-lo. Enfim, seja ativo, mas sem ser invasivo.



PONTO DE ATENÇÃO!

É importante conhecer o perfil do seu cliente para saber em quais mídias ele está presente e, assim, elaborar uma comunicação assertiva e eficaz.

A EXPERIÊNCIA DA L'ORÉAL COM OS SALÕES DE BELEZA

A L'Oréal realiza um trabalho gigantesco de comunicação nas redes sociais, e uma das principais estratégias da multinacional é envolver os profissionais de beleza nesse esforço de divulgação da marca.

Para isso, criou a primeira plataforma de conteúdo sobre beleza feita por profissionais para consumidores: o portal [Segredos do Salão](#) que oferece aos internautas dicas, tendências, endereços, profissionais, técnicas, notícias e um mundo de informações, tudo cocriado pela empresa e por mais de 200 profissionais.

Plataforma Segredos de Salão



Segundo Cristina, a plataforma criada pela L'Oréal traz visibilidade profissional e tráfego para o salão. Ela explica que o Segredos de Salão direciona o internauta para os salões de beleza por meio do link "localizador de salões". São, garante ela, 17 milhões de visitas por ano ao portal, o que dá uma média de 47.222 visitas diárias. **"É o maior localizador de salões do Brasil"**, garante Cristina Borges.

A plataforma [Segredos de Salão](#) está presente no Instagram e, da mesma forma, divulga o trabalho dos salões e profissionais de beleza. Atualmente são mais de 32 mil seguidores, com um incremento de 1,5 mil seguidores por semana. Até o final de 2018, a L'Oréal espera contar com 50 mil seguidores.

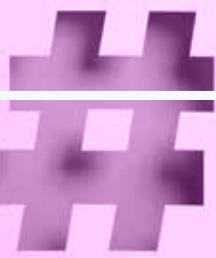
A plataforma também está presente no Facebook, onde contabiliza 500 mil seguidores. Nesta rede social, a L'Oréal também aparece como L'Oréal Pro, com 1,1 milhão de seguidores, Redken, com 250 mil seguidores, e Kérastase, com 580 mil seguidores.



"A mídia social é a nova televisão",
define a Diretora de Comunicação & Digital da L'Oréal, Cristina Borges.

Fontes: Apresentação da Cristina Borges – Diretora de Comunicação & Digital da L'Oréal, durante o evento 1º Fórum Digital de Beleza, realizado na Bolsa de Valores, no Centro do Rio de Janeiro, no dia 11/06/2018. <http://www.segredosdesalao.com.br/>; <http://www.loreal.com.br/>

AÇÕES RECOMENDADAS



Seu salão pode ser cadastrado gratuitamente na plataforma Segredos de Salão, da L'Oréal, por meio do link <http://www.segredosdesalao.com.br/salonlocator/signup>. Você poderá divulgar o seu salão e participar do maior buscador de salões de beleza do Brasil, conforme afirma a L'Oréal. Para usufruir do grande número de seguidores da L'Oréal, basta postar uma foto do seu trabalho e marcá-la com a hashtag **#lorealpro, #kerastasebrasil, #redkenbrasil e #segredosdesalao**. As melhores fotos são selecionadas e aparecem nas redes sociais da multinacional.



A **Associação Brasileira de Salões de Beleza (ABSB)** utiliza as redes sociais para divulgar a pauta do setor bem como para mobilizar a categoria. Outro canal de comunicação importante da **ABSB** é o WhatsApp, disponível para troca de ideias e networking. O número é (19) 99792-5097. Adicione seu celular e participe.



Inclua botões de redes sociais em seu site e em todo o seu material impresso, inclusive cartão de visitas, como forma de sinalizar em quais redes a sua empresa está conectada.



Desbloqueie o *wi-fi* em seu salão. Seus clientes poderão postar as fotos do resultado do serviço sem problemas de navegação. Peça autorização dos clientes para respostar às publicações. É uma excelente forma de manter um relacionamento com os eles, além de segui-los nas redes e descobrir/monitorar seus desejos e necessidades.



O Sebrae atua na melhoria do ambiente de negócio para esses cabeleireiros, manicures/pedicures, depiladores, barbeiros, esteticistas e também na melhoria da gestão de suas atividades. Está à disposição dos pequenos negócios da beleza uma diversificada paleta de soluções que são oferecidas de acordo com o faturamento de cada negócio, fazendo com que as técnicas de gestão cheguem da melhor maneira a cada empresa atendida. Para mais informações, acesse a página "[Como o Sebrae atua no segmento de Beleza](#)".



BELEZA E BEM-ESTAR
BOLETIM DE TENDÊNCIA
SETEMBRO/2018

Gerência de Conhecimento e Competitividade

Gerente: Cezar Kirszenblatt

Gestor do Programa Sebrae Inteligência Setorial: Marcelo Aguiar

Analista de Inteligência Setorial e Temática: Mara Godoy

Articulação e Disseminação Empresarial: Úrsula Magalhães

Conteudistas: Ilan Wetrich

Entre em contato com o Sebrae: **0800 570 0800**

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610). Fotos: Banco de imagens.