

MDP

IL MAGAZINE DEL PARRUCCHIERE

MANUALE OPERATIVO ANTI-SPRECO: Regolamento Interno Vincolante

Questo documento non è un consiglio, è una direttiva aziendale. Va stampato, consegnato a ogni membro dello staff e firmato per presa visione. La premessa da fare in riunione è: "La situazione internazionale impone regole ferree. Chi spreca risorse sta mettendo a rischio i conti del salone e, di conseguenza, il proprio posto di lavoro".

A. Protocollo Color Bar (Tolleranza Zero sullo Spreco Chimico)

- **La Matematica del Tubo:** Un tubo di colore costa mediamente dai 6€ agli 11€. Lasciare il 10% nel tubo perché non si usa la chiavetta spremitubo significa buttare 1€ a colore. Su 1.500 colori l'anno, sono 1.500€ bruciati. **Regola:** Uso obbligatorio della chiavetta metallica per ogni singolo tubo. I tubi vanno buttati solo se completamente piatti e trasparenti.
- **Bilancia Elettronica Tassativa:** Divieto assoluto di miscelazione "a occhio", anche per i ritocchi. Il rapporto colore/ossigeno deve spaccare il grammo.
- **Preparazione Frazionata per Schiariture:** Per lavori di decolorazione complessi (balayage, meches) che richiedono oltre 40 minuti di applicazione, il prodotto va preparato in due o tre tranche (es. 30g + 30g + 30g). Preparare 90g subito significa far ossidare l'ultima parte nel ciotolino, perdendo forza schiarente e costringendo a prepararne altro.

- **Recupero Fondo Ciotola:** È severamente vietato buttare nel lavandino ciotole con più di 10 grammi di prodotto avanzato. Se avanza, significa che l'operatore ha sbagliato la diagnosi delle quantità. Ogni eccedenza va segnalata in cassa per ritardare la scheda tecnica della cliente.

B. Gestione Area Lavaggio (Impatto Gas/Acqua/Prodotto)

- **Calcolo Erogazioni (Pump):** Un erogatore standard rilascia 3ml di prodotto. Una dose corretta per uno shampoo è 6ml (2 pump). Usare 5 pump (15ml) significa consumare una bottiglia da litro in 66 lavaggi anziché 166. **Regola:** 2 pressioni per il primo lavaggio, 1 pressione per il secondo. Divieto assoluto di svitare il tappo per versare il prodotto a caduta.
- **Termoregolazione Acqua:** L'acqua va mantenuta a una temperatura di comfort ma non bollente. Ogni grado in più incide del 5% sulla bolletta del gas.
- **Stop Flusso Passivo:** Il miscelatore va chiuso durante: 1) l'insaponatura e il massaggio, 2) l'applicazione del conditioner/maschera, 3) il tempo di posa dei trattamenti al lavatesta, 4) la pettinatura dei capelli bagnati.

C. Apparecchiature Elettriche e Climatizzazione (Impatto Luce)

- **Protocollo "Spina Staccata":** Lo stand-by dei macchinari incide per l'8% sui consumi annui. Piastre, ferri e phon vanno fisicamente scollegati dalla presa a muro appena terminato l'uso.
- **Gestione Termostimulatori/Climazone:** L'accensione deve avvenire con la cliente già seduta e posizionata. Spegnimento immediato al termine del timer. Nessun macchinario deve girare a vuoto in attesa che la cliente si sposti dal lavatesta.
- **Ottimizzazione Illuminazione:** Luci spente nel retrobottega, in magazzino e in bagno (installare sensori di movimento da 15€). Nelle ore di forte luce naturale, dimezzare l'illuminazione artificiale nelle aree esposte alle vetrine.

2. ARSENALE DI NEGOZIAZIONE FORNITORI: Matrici e Script

I fornitori sono partner, ma in tempo di guerra ognuno difende i propri margini. Se non chiedi condizioni migliori, finanzierai i loro utili con i tuoi soldi. Usa questi script multicanale.

A. Tecnica del "Competitor Fantasma" (Script per l'Agente/Rappresentante via WhatsApp) *Da usare con il rappresentante che passa tutte le settimane.*

"Ciao [Nome]. Ho appena finito la riunione con il mio commercialista. Le ultime bollette e l'aumento dei costi fissi ci stanno costringendo a una revisione brutale dei bilanci. Il vostro ultimo aumento di listino per noi è attualmente insostenibile se rapportato ai volumi che vi garantiamo. In totale trasparenza, ho sul tavolo due contratti di inserimento di due vostre aziende competitor dirette, che per acquisirmi mi offrono prezzi bloccati per 12 mesi e il 20% di merce free. Io voglio continuare a lavorare con voi perché mi trovo bene, ma i numeri devono tornare. Ho bisogno che tu parli con la direzione oggi stesso: chiedo il blocco del mio listino ai prezzi [Anno Precedente] per i prossimi 6 mesi, oppure l'inserimento fisso del 15% in merce da rivendita omaggio su ogni ordine. Fammi sapere cosa riesci a fare, è vitale per la nostra partnership."

B. Tecnica dell'"Estensione Pagamenti" (Email Formale alla Direzione Commerciale) *Da usare se l'agente non ha potere decisionale.*

Oggetto: URGENTE: Revisione condizioni commerciali per caro energia - [Nome Tuo Salone]

Spett.le Direzione Commerciale [Nome Azienda], La presente per comunicarvi che la nostra azienda sta affrontando un piano di emergenza per assorbire lo shock energetico e l'impennata dei costi fissi causati dall'attuale crisi internazionale. Essendo voi uno dei nostri partner principali, il nostro obiettivo è mantenere invariato il volume dei nostri ordini mensili. Tuttavia, per tutelare la nostra liquidità, richiediamo formalmente un adeguamento delle condizioni di fornitura. Richiediamo:

1. Lo slittamento delle condizioni di pagamento da [es. 30 giorni] a [es. 60/90 giorni] senza oneri aggiuntivi, a partire dalle prossime fatture.
2. Un bonus merce trimestrale (targetizzato sui prodotti di rivendita) per compensare l'erosione dei nostri margini. Attendiamo un riscontro dal vostro responsabile vendite entro e non oltre il [Data, tra 3 giorni]. In caso contrario, saremo costretti a dirottare parte del nostro budget su forniture alternative per proteggere la continuità aziendale.

3. PROTOCOLLO COMUNICAZIONE CLIENTI: Aumento Prezzi a Rischio Zero

Un aumento prezzi mal comunicato fa perdere il 15% della clientela. Un aumento ben comunicato aumenta la percezione di lusso del salone. Ecco la procedura esatta per non far scappare nessuno.

Fase 1: Il Preavviso Passivo (Cartello Elegante da banco cassa) *Da esporre 15/20 giorni prima del cambio prezzi. Deve essere letto, ma non per forza commentato.*

L'ECCELLENZA NON SCENDE A COMPROMESSI. Le recenti dinamiche internazionali hanno portato a un aumento indiscriminato dei costi di gestione per tutte le aziende. Molte realtà stanno reagendo nell'unico modo possibile: abbassando la qualità dei prodotti chimici, accorciando i tempi di posa o diluendo i servizi. **Noi ci rifiutiamo di farlo.** La salute dei tuoi capelli e gli standard di altissima gamma che ti garantiamo da anni sono intoccabili. Per questo, a partire dal [Data Inizio], applicheremo un lieve e indispensabile adeguamento al nostro listino tecnico. È una scelta di radicale trasparenza. Preferiamo un piccolo adeguamento oggi, piuttosto che utilizzare prodotti di bassa lega che rovinerebbero i tuoi capelli domani. L'eccellenza e la sicurezza sono il nostro patto con te.

Fase 2: Gestione Obiezioni alla Cassa (Metodo "Sandwich") *Quando la cliente nota lo scontrino maggiorato, il front-desk deve usare il "Metodo Sandwich": Beneficio - Prezzo - Beneficio.*

- **Cliente:** "Ma il colore è aumentato di 4 euro?"
- **Operatore:** "Sì [Nome Cliente], come abbiamo preannunciato abbiamo dovuto fare un piccolo adeguamento (*Prezzo*). Il mercato delle materie prime è impazzito, e piuttosto che cambiare la nostra linea colore con una sottomarca aggressiva che ti avrebbe seccato e rovinato le punte (*Beneficio protetto*), abbiamo preferito mantenere il prodotto di lusso a cui sei abituata per garantirti questa lucidità e durata nel tempo (*Beneficio finale*)."

Fase 3: Comunicazione WhatsApp (Solo per Clienti Top/VIP) *Da inviare una settimana prima, fa sentire la cliente importante.*

"Ciao [Nome]! Ti scrivo in anteprima per assoluta trasparenza, visto il nostro lungo rapporto di fiducia. Dal [Data] ci sarà un leggero ritocco al nostro listino servizi. L'emergenza energia e materie prime è sotto gli occhi di tutti, e noi abbiamo fatto una promessa: non risparmieremo MAI sulla qualità dei prodotti che mettiamo in testa alle nostre clienti. Molti stanno abbassando gli standard, noi abbiamo deciso di difenderli. Volevamo che tu lo sapessi direttamente da noi. A prestissimo e grazie di cuore per sceglierci sempre! Il team di [Nome Salone]."

Il Magazine del Parrucchiere

Ilmagazinedelparrucchiere.com - marketing@ilmagazinedelparrucchiere.com – Mob. +393453312187

MDP

IL MAGAZINE DEL PARRUCCHIERE