

# Comunicare per... capire



**L'arte di comunicare è uno degli argomenti più in voga, qualche articolo comincia ad apparire anche sulle riviste di settore ed è un campo in cui ormai tutte le imprese si cimentano per migliorare le loro performance commerciali. Anche nel mondo dell'estetica comincia a far capolino la necessità di affinare le proprie tecniche comunicative per migliorare il servizio. È importante quindi fornire alcune informazioni di base, il più possibile inerenti le situazioni che l'unicotecnica affronta quotidianamente, al fine di orientarla verso una corretta ed efficace comunicazione con la clientela.**

La scienza della comunicazione non è una moda passeggera. L'impatto del nostro messaggio è l'essenza stessa del nostro lavoro. L'abilità pratica e la maestria saranno la base del nostro lavoro ma è la comunicazione che le renderà ben accette alla cliente. Ecco quindi una brevissima carrellata di concetti base, uniti a suggerimenti pratici che spero vi siano utili.

## È impossibile non comunicare!

Nulla è più vero di questa affermazione. Anche solo osservando una persona le comunichiamo un messaggio (a volte frainteso). Spesso si pensa che comunicare equivalga a "parlare". Ma non è così. Vi sono numerosi modi di comunicare. La comunicazione verbale è fatta da un linguaggio, da toni e da parole, la comunicazione non verbale è fatta da espressioni e serve ad esprimere emozioni. Rappresenta se stessi. Manifesta atteggiamenti e pareri nei confronti degli altri. L'aspetto esteriore (cura della persona, vestiario, etc.), le espressioni del volto, della bocca, degli occhi, le po-

sture del corpo dicono più di fiumi di parole. Al nostro cane non parliamo (o perlomeno lui non capisce le nostre parole) eppure con lui comunichiamo. Eccome! Attenzione quindi a non contraddire col corpo ciò che diciamo a parole: potremmo dare messaggi di senso opposto a quello che vorremmo. Oppure suonare false o irrispettose nostro malgrado.

La comunicazione è importante in ogni fase della nostra vita, ma spesso i nostri messaggi non arrivano, o arrivano distorti. Ma è soprattutto sul lavoro che l'importanza che il nostro messaggio arrivi, e arrivi correttamente, fa la differenza fra il successo e la mediocrità. È incredibile come la maggioranza di noi non sia consapevole della possibilità, molto concreta, che ciò che diciamo possa venire interpretato in maniera non corretta da chi è destinato a ricevere il messaggio. Tutti noi ci ostiniamo a considerarci chiari, logici e inequivocabili mentre, ahimé, non è per niente così. Anche il più abile dei comunicatori sa di fornire solo parzialmente il proprio

messaggio, dunque, cominciamo anche noi a prendere coscienza della fallacità della comunicazione. Questo ci porterà di certo a raddoppiare i nostri sforzi e, anche senza corsi specifici (comunque da prendere in considerazione), le nostre relazioni con la clientela miglioreranno sensibilmente.

## Conoscere la clientela

Una delle necessità dell'unicotecnica è quella di conoscere la propria cliente in modo approfondito. Questa conoscenza avviene, di norma, in forma diretta e procura una soddisfazione sia per chi offre il servizio sia per chi lo riceve. Ognuno di noi ha più o meno la capacità di affascinare, ispirare fiducia o proporsi immediatamente come professionista all'altezza. Con alcuni piccoli accorgimenti, però, anche la persona più goffa può migliorare questo primo impatto. Innanzi tutto ponete la vostra cliente al centro dell'attenzione. Fate sì che il vostro scopo primario sia la sua soddisfazione. Vedrete che questo atteggiamento positivo trasparirà, arriverà a

destinazione e nascerà, almeno parzialmente, timori e paure.

Solitamente il primo contatto con la cliente avviene durante una telefonata. In questa occasione è bene porre alcune domande per capire che tipo di trattamento ha la cliente attualmente e che tipo di servizio desidera, eviteremo equivoci e malintesi da primo contatto, i peggiori da estirpare. Non c'è niente di più frustrante per una cliente che si presenta al centro nails convinta di ricevere un certo servizio e sentirsi dire che l'appuntamento era fissato per un altro lavoro. Parlate sempre in modo chiaro, scandendo bene le parole, assicuratevi di essere capiti, siate concisi e diretti al punto della questione. Le domande devo-

di un'ora. Il contatto personale con la cliente è un aspetto molto delicato. Le espressioni che dobbiamo assumere saranno il più possibile sorridenti e amichevoli, non deve mancare il contatto visivo.

Durante il primo consulto vanno esaminate le mani e le unghie per cercare di capire, integrando le informazioni verbali, il suo stile di vita, le sue preferenze, il suo carattere. Osservando la forma e le condizioni delle unghie e della pelle potremo avere un'idea ancor più precisa di quanto espresso verbalmente sul tipo di trattamento desiderato. A seguito di questo esame si potrà esprimere il proprio parere professionale con basi più solide. Avremo più certezze riguardo i consigli da dare, sul

talvolta coinvolge anche clienti alla prima esperienza.

Bisogna in questi casi essere comunque sinceri e diretti. Potremo subire il rovescio del messaggio spiacevole, ma ricordate che in questi casi non è importante la nostra figura ma di gran lunga la salute della nostra cliente.

### La comunicazione efficace

Come facciamo a sapere se la nostra comunicazione è efficace? Di solito le grandi aziende usano sistemi di ricerche di mercato, di feedback (ritorni di informazione sulle strategie adottate). Noi onicotecniche, artigiane della bellezza, potremmo avvicinarci con un'analisi onesta sulla qua-



## COMUNICARE ≠ PARLARE

no essere fatte apertamente in modo che diano maggiori informazioni e richiedano una risposta che non sia solo sì o no. Questo porterà ad instaurare un dialogo.

Una parte ancor più importante del fare domande è ascoltare la risposta. Si deve saper ascoltare. Non abbiate pregiudizi e non saltate a conclusioni affrettate. Ascoltate per intero e chiedete delucidazioni se necessario. È attraverso questo processo che si può capire esattamente cosa vuole la cliente e come si può soddisfare al meglio le sue richieste.

### Il contatto personale

Quando la cliente arriva al centro nails, deve essere accolta con un sorriso, l'ambiente deve essere pulito e l'abbigliamento ordinato. Presentatevi con il vostro nome e accompagnatela senza lasciarla sola ad aspettarvi. Sono due piccoli consigli che sembrerebbero ovvi, se non fossero continuamente disattesi nella realtà. Cosa comunicate ad una cliente che per la prima volta nel vostro salone deve attendere qualcuno che non si fa vedere per diversi minuti?

Nel nostro lavoro il rapporto con la cliente è continuo, ravvicinato e spesso dura più

metodo di lavoro, sul prodotto da utilizzare e la forma da realizzare. Saremo più consapevoli della nostra professionalità e la trasmetteremo alla cliente con calma e serenità.

### Le situazioni difficili

In termini di comunicazione, i problemi maggiori che ho dovuto affrontare nella mia carriera sono stati legati alle comunicazioni delicate. Soprattutto quelle che sorgono nel momento in cui si notano alterazioni dell'unghia tali per cui non è possibile effettuare il trattamento. Sappiamo bene che il nostro corpo è una macchina complessa e che talvolta sulle unghie si presentano situazioni tali per cui l'eventuale trattamento potrebbe peggiorare la patologia. Alcune patologie, quali infezioni batteriche, virali e micotiche impediscono che il trattamento sia effettuato, mentre l'assunzione di farmaci, le intossicazioni e altro interagiscono con lo stato naturale/normale dell'unghia, facendo sì che il prodotto non aderisca correttamente. È logico che un rapporto corretto e professionale aiuta a superare anche impasse di questo tipo. Purtroppo la comunicazione sgradevole

lità del servizio dato. Tutto ciò che realizziamo, in più o in meno, in gran parte è merito o colpa di come comunichiamo. Ma il vero consiglio che voglio dare è quello di non guardare tanto ai risultati, in termini di guadagno o di prestigio (questi ultimi molto opinabili), bensì non accontentarsi mai di come si comunica. Cercare sempre di migliorare. Carpire segreti qua e là. Chiedere a persone di estrema fiducia pareri e giudizi sul vostro modo di proporvi. Non siate permalosi ed accettate critiche. Fate tesoro di errori. Insomma non accontentatevi. Sicuramente comunicherete sempre meglio.



**Ornella Armati** tecnica formatrice e coordinatrice delle attività di formazione, rivenditore Bosj-NSI per le province di Bergamo, Brescia, Verona, Mantova e Cremona.

"Contattami su Facebook!"