

# 10 dicas de SUCESSO

Bernardo Mascarenhas, da Beauty Fair, ensina como se tornar um grande hairstylist.

*Cáren Nakashima*



O administrador de empresas Bernardo Mascarenhas é gerente de educação e comunicação da Beauty Fair, além de responsável pela área educacional do grupo Ikesaki, e está há 10 anos empenhado em levar informação de qualidade para os cabeleireiros de todo o Brasil. Idealizador da revista e do portal cabeleireiros.com, foi também o homem à frente de eventos como o Creative Color International e iniciativas como a BSG – Beauty Solutions Group, cujo objetivo primordial é profissionalizar a área e investir em educação para os especialistas da beleza. Confira suas dicas para ser um hairstylist diferenciado e como empreendedores podem colocar seus salões na rota estrelada.

#### **Aprenda visagismo**

“O curso do visagista Philip Hallawell é maravilhoso, eu mesmo fiz por considerar o mais completo, mas existem outros disponíveis no exterior, como o de Claude Gillard, de Paris”, diz Bernardo. Para ele, ser visagista não é apenas um diferencial, mas uma obrigação, afinal, a clientela procura e valoriza o profissional que analisa a beleza de forma completa.

#### **Marketing de serviços é fundamental**

O atendimento oferecido no salão não deve ser bom e, sim, excelente. Segundo Bernardo, não basta ter cordialidade e bom senso. É necessário conhecer ferramentas para criar ações corretas e encantadoras e profissionalizar o negócio, além de impressionar a clientela. “Para quem é dono de estabelecimento de beleza, essa obrigação duplica”, diz.

#### **Cursos no exterior**

Toni&Guy, Vidal Sassoon, Llongueras... Escolha a escola que atende suas expectativas, navegue em seus sites e converse com ex-alunos. “A minha aposta atual se recai sobre a academia Saco Hair, com filiais em Londres, Montreal e San Diego”, sugere o expert.

### **Trace planos em feiras**

Eventos são imprescindíveis para quem deseja estar antenado com novidades de beleza. “Não participe sem objetivos. Trace um roteiro, respondendo às perguntas: o que fazer? Por quê? Para quê?”, analisa Bernardo, em relação à escolha de cursos, workshops, shows, palestras e até visitas a stands de marcas de cosméticos. “Você precisa saber as pessoas que quer conhecer, os produtos que deseja ver de perto e checar de antemão se são lançamentos ou não. Os sites das feiras são bem completos”, emenda.

### **Desenvolva um estilo próprio**

Proprietários devem cuidar da identidade visual do salão nos mínimos detalhes – da decoração ao uniforme dos funcionários, passando pelo estilo de beleza que se propõe (mais moderna, clássica, eclética etc). “Já os cabeleireiros têm de saber se são melhores em corte, penteado ou cor e então se aprofundar naquilo em que têm mais talento”, diz. Claro que você não deve praticar apenas uma vertente do hairdressing, mas é preciso se aperfeiçoar constantemente para se tornar o melhor naquilo que faz. “Descubra sua aptidão e explore da melhor e mais abrangente maneira possível”, completa Bernardo.

### **Mantenha-se informado**

Trabalhar com beleza é lidar com um caldeirão de referências e encontrá-las nas mais diversas áreas. “Tenha consciência que você é um formador de opinião. As mulheres querem saber o que você acha, o que é mais atual, o que cai melhor”, conta o especialista. “O beauty artist chega a passar até três horas com uma cliente, conseguindo mudar atitudes, motivar”, explica. Por isso é fundamental dominar os mais diferentes assuntos, com sensibilidade e uma dose básica de psicologia.

**“Respeite a concorrência. Cada um deve olhar para si próprio e se reinventar, sem atropelar a ética”**

---

### **Pratique marketing pessoal**

“Contratar uma assessoria de imprensa é o primeiro passo para lapidar a própria imagem – seja do salão ou do cabeleireiro”, cita Bernardo. Paralelamente, aproveitar oportunidades para aumentar a rede de contatos é fundamental. “Conheça pessoas da mídia do setor, faça divulgação, aceite participar de editoriais de revistas em troca de crédito”, diz.

### **Invista em bons produtos**

De acordo com Bernardo, você deve colocar no seu lavatório e no display do salão apenas marcas e produtos de qualidade. “Não caia em roubadas apenas porque estão em voga, como ingredientes de benefícios duvidosos, como o formol”, aconselha.

### **Tenha ética**

Respeite a concorrência e não corra atrás do dinheiro a qualquer custo, “o dinheiro corre atrás da gente”, profetiza Bernardo. Para ele, o princípio da ética na beleza prega que cada um deve olhar para si próprio para se reinventar e ser o melhor que pode, sem jamais prejudicar quem está em volta ou passar por cima de princípios. Ficar de olho em legislação e condutas éticas também fazem parte do pacote.

### **Seja criativo**

Sempre. Em novas ações, abordagens, em um novo penteado ou até na música que vai tocar no salão. “Crie novas possibilidades para atingir o sucesso”, finaliza o gerente de educação.