

Manicure e Pedicure

# Vaidosa

para Iniciantes



UM GUIA PRÁTICO PRA INICIAR NA PROFISSÃO DE MANICURE E PEDICURE

## © Copyright – Todos os direitos reservados

De nenhuma forma é legal reproduzir, duplicar ou transmitir qualquer parte deste documento, tanto em meios eletrônicos como impressos. A gravação desta publicação é estritamente proibida e não é permitido qualquer armazenamento deste documento, a menos que haja permissão por escrito por parte do editor. Todos os direitos reservados.

As informações contidas neste documento são declaradas como verdadeiras e consistentes, sendo que qualquer responsabilidade em termos de desatenção ou de outro motivo, por qualquer uso ou abuso de quaisquer políticas, processos ou instruções aqui contidos é de responsabilidade única e exclusiva do leitor. Sob nenhuma circunstância, qualquer responsabilidade legal ou culpa será imposta ao editor, referente a qualquer tipo de reparação, dano ou perda monetária causados por informações aqui contidas, direta ou indiretamente.

Os respectivos autores são os proprietários de todos os direitos não detidos pelo editor.



## Aviso Legal

Este livro é protegido por direitos autorais, sendo exclusivamente destinado para uso pessoal. Você não pode alterar, distribuir, vender, usar, citar ou parafrasear qualquer parte ou o conteúdo deste livro sem o consentimento do autor ou do proprietário dos direitos autorais. Ações legais serão tomadas em caso de violação.

Este eBook foi escrito exclusivamente para fins informativos. Todos os esforços foram realizados para torná-lo o mais completo e preciso possível. No entanto, pode haver pequenos erros de tipografia ou conteúdo, não intencionais. Além disso, este eBook fornece informações apenas até a referida data de publicação, devendo ser usado como um guia e não como a fonte final.

O objetivo deste eBook é educar. O autor e o editor não garantem que as informações contidas neste eBook estejam totalmente completas e não serão responsáveis por quaisquer erros ou omissões. O autor e o editor não terão responsabilidades nem obrigações perante qualquer pessoa ou entidade com relação a qualquer prejuízo ou dano causado ou supostamente causado direta ou indiretamente por este eBook.



## Sobre os Autores

Jairo Tamandaré e Jonatas Oliveira são empreendedores e donos da Agência POINT DO NEGÓCIO, residentes no Brasil, que adora compartilhar conhecimento e ajudar outras pessoas no tópico referente a uma nova profissão cheia de oportunidades como o ramo de Manicure e Pedicure.

A agência Point do Negócio é uma empresa dedicada, que sempre se esforça ao máximo para ir além.

Uma Mensagem de Point do Negócio

"Nós acreditamos que não há segredos para se tornar bem-sucedido na vida. E realmente cremos que o resultado do verdadeiro sucesso na vida é proveniente do trabalho duro, da preparação e, o mais importante de tudo, do aprendizado através das falhas."

Se você quiser saber mais sobre a Agencia Point do Negócio, por favor visite: [www.pointdonegocio.com](http://www.pointdonegocio.com)



# Sumário

Introdução .....	7
Capítulo 1 – O mercado da beleza .....	9
Capítulo 2 – A profissão de Manicure/Pedicure .....	14
Capítulo 3 – Serviços prestados e valor agregado .....	20
Capítulo 4 – Seja dona do seu próprio negócio .....	37
Capítulo 5 – Exigências sanitárias .....	49
Capítulo 6 – Gerenciando um salão .....	55
Capítulo 7 – Como calcular o preço .....	60
Capítulo 8 – Marketing .....	66
Capítulo 9 - Dicas para aumentar o movimento do salão ..	83
Conclusão .....	86



# Introdução



# Introdução

Mesmo com todos os desafios enfrentados por crises econômicas e também de saúde mundial, um dos mercados que sofreu menor impacto foi o da beleza e estética.

As mulheres, que sempre estiveram à frente como grandes consumidoras da beleza, continuam buscando manter-se em dia com seus procedimentos de rotina estética. Entretanto, nos últimos anos, os homens também começaram a se interessar.

Hoje muitos profissionais e empreendimentos trabalham exclusivamente para o público masculino, o que vem aumentando ainda mais o sucesso e a lucratividade desse mercado.

Porém, para ter um negócio de sucesso é preciso mais do que apenas vontade. É fundamental encarar como uma empresa e seguir todos os protocolos exigidos pelos órgãos fiscais e sanitários.

E nesse ponto que muitos profissionais acabam se confundindo e perdendo a chance de ter sucesso.

Nesse e-book vamos falar sobre todos os aspectos importantes da carreira de manicure e tudo o que você precisa saber para se preparar e construir um negócio de sucesso no ramo da beleza, um dos mais lucrativos do Brasil.



# CAPÍTULO

# 1

## O mercado da beleza





# Capítulo 1 – O mercado da beleza

## O mercado da beleza em números

A saúde física e mental nunca esteve tão em pauta. Cada vez mais as pessoas estão preocupadas não só em não adoecer, mas também em melhorar sua qualidade de vida e bem-estar.

O Brasil é hoje o terceiro maior mercado de beleza, estética e cuidados pessoais do mundo, perdendo apenas para os Estados Unidos e a China.

Na economia, esse mercado se traduz em uma cadeia produtiva extensa, que se inicia na fabricação de cosméticos e chega aos serviços do salão de beleza e ao consumidor final.

Entre 2010 e 2019, o mercado da beleza teve um crescimento de 10% ao ano, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria da Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec).

Uma pesquisa realizada pela associação demonstrou que 1,5% do orçamento familiar dos brasileiros, em média, é destinado a gastos com serviços e produtos desse segmento.

Em 2019 uma pesquisa realizada pela empresa Euromonitor indicou que no Brasil existiam cerca de 500 mil salões de beleza registrados. Muitos deles fazem parte de um movimento expansivo de franquias de esmalterias e design de sobrancelhas,



por exemplo. Só em 2019 o setor de franquias de beleza e saúde faturou R\$ 34,2 bilhões.

Mas a verdade é que o número é bem maior já que existem estimativas que indicam que 50% dos salões ainda são informais.

Nem mesmo a pandemia comprometeu o setor. Certamente houve impactos, mas os empresários rapidamente se adaptaram às exigências sanitárias e retomaram as atividades, atendendo uma demanda ainda presente de se sentir bem.

A mesma pesquisa constatou que para 66% dos consumidores cuidar da beleza é uma necessidade, e não um luxo.

E a tecnologia também se tornou mais presente. Muitos salões implantaram um sistema de marcação online, facilitando a captação e a fidelização de novos clientes.

Com tamanho crescimento e mudanças no mercado, o profissional hoje necessita de uma maior preparação e constante atualização em relação às técnicas e procedimentos.





## **Manicure e pedicure, um mercado de trabalho a todo vapor**

Dentro do nicho de beleza um deles se destaca: o de manicure e pedicure. A unha bem feita é um complemento necessário para uma boa aparência, principalmente para o público feminino.

Uma das vantagens do setor é que a clientela tem plena consciência do valor desses serviços e a recorrência e fidelização são frequentes.

A prestação do serviço pode ser feita trabalhando para um salão de beleza e nesse caso, a profissional recebe uma comissão do valor pago pela cliente, que pode ficar em torno de 60%, ou de maneira independente, abrindo um negócio próprio.

E quem se aventura no empreendedorismo tem a chance de lucrar alto.

Mas para isso é preciso se capacitar e aprender todas as nuances de administrar uma empresa desse ramo, que exige atenção a detalhes importantes de higiene e saúde para que o serviço prestado seja de qualidade.

Além disso, é fundamental identificar os tipos de serviços desejados pelas clientes e oferecer técnicas diferentes para atender um maior número de consumidores.

Apesar de existirem muitos profissionais no segmento, ainda há muito espaço para as novatas, desde que elas percebam que precisam agir com responsabilidade e ter um diferencial.





# CAPÍTULO 2

## A profissão de Manicure /Pedicure



## Capítulo 2 – A profissão de Manicure/Pedicure

### Motivos para se tornar manicure

Para se tornar uma profissional de sucesso a sua motivação de trabalho precisa ir muito além dos aspectos financeiros apenas. Por isso, reunimos algumas das principais vantagens da profissão para você conhecer e perceber se esses valores são importantes para você.

- **Você pode escolher se quer ser sua própria chefe ou se quer trabalhar para outras pessoas**

Se você tem o dom da liderança e não gosta de receber ordens, essa é uma excelente oportunidade de trabalho. Para isso opte por ter seu próprio negócio.

A profissão de manicure permite começar a trabalhar ainda sem ter grandes custos, oferecendo atendimentos em domicílio, por exemplo, e com o tempo investir em um espaço próprio.

Mas se você é da turma que gosta de ter segurança e salário certo, pode também escolher trabalhar em salões de beleza da sua cidade, de maneira que as responsabilidades em relação à atração de clientes e reposição de material são do salão.

- **Cada dia é diferente**



Não existe rotina na vida de uma manicure. A cada dia, novas pessoas chegam, diferentes serviços são oferecidos e a mesmice fica bem longe.

Essa é uma profissão dinâmica e viva, que proporciona dia e histórias interessantes a cada dia. Além disso, é uma profissão que permite explorar a criatividade.

- **Contato com pessoas**

Se você é uma pessoa comunicativa, gosta de conversar e de se relacionar com diferentes pessoas, se tem facilidade para lidar com público, essa é a profissão certa para você.

O momento em que a cliente está fazendo as unhas funciona quase como uma terapia, envolvendo assuntos profundos, e gera uma conexão e amizade sinceras com a profissional. A empatia também é uma habilidade muito importante para a manicure.

- **Possibilidade de ter uma remuneração acima da média**

A remuneração dos profissionais de manicure e pedicure são bastante variáveis. É impossível traçar uma média mensal para informar aqui.

Isso acontece porque são muitos os fatores que impactam esse cálculo, por exemplo, uma manicure que trabalha em um salão de



beleza recebe apenas um percentual do serviço pago, mas normalmente não tem os custos de reposição de material.

Além desse, outros fatores são importantes como:

- Localização da prestação de serviço (cidade e bairro fazem diferença)
- Tipos de serviços oferecidos
- Se for prestar atendimento fixo ou em domicílio
- Tempo de experiência
- Nome no mercado
- Qualificações e cursos realizados

Mais a frente vamos falar sobre a precificação de serviços, mas é muito importante pesquisar bastante sobre os valores praticados no mercado que você deseja atingir para chegar a um valor justo para o cliente e para você.







## **Formação profissional para manicures e pedicures**

A profissão de manicure e pedicure não possui formação específica e nem regulamentação específica, por isso muitos profissionais iniciam sua carreira com a prática mesmo.

Entretanto, somente esse conhecimento não é suficiente. Para crescer e se destacar no mercado é fundamental investir em cursos de capacitação e aperfeiçoamento que a mantenham atualizada sobre as tendências de mercado no que diz respeito a técnicas de esmaltação, cutilagem, cosméticos e muito mais.

Esse é o segredo para aumentar o leque de serviços prestados e a sua qualidade. Dessa forma você poderá oferecer diversos serviços

como extensões em acrílico, gel ou fibra de vidro, decoração de unhas, nail art, sobreposições, tratamentos específicos para mãos e pés, e outros.

## **Características necessárias para a profissão de manicure e pedicure**

- Interesse por estética
- Habilidade com trabalhos manuais
- Higiene pessoal
- Organização
- Bom senso estético
- Coordenação motora para manipular objetos pontiagudos e pequenos
- Foco e concentração
- Boa visão
- Ser detalhista
- Boa comunicação



# CAPÍTULO 3

## Serviços prestados e valor agregado



## **Capítulo 3 – Serviços prestados e valor agregado**

### **Tipos de serviços que podem agregar valor ao trabalho da manicure e pedicure**

As tendências do nicho de beleza estão sempre evoluindo e é fundamental manter-se atualizado. Alguns serviços agregados podem ajudar a elevar o valor dos seus trabalhos e aumentar a lucratividade do seu negócio.

#### **Tipos de serviços que geram valor agregado**

- **Francesinha**

Um modelo de unha clássica que agrada muitas pessoas e é garantia de trabalho. É uma técnica simples que não exige muito trabalho.

- **Unhas decoradas**

São tendência dos últimos anos e as técnicas e materiais se renovam a cada estação. E você pode cobrar um valor diferenciado pelo serviço.

É importante ter opções variadas de adesivos e joias e aprender técnicas diferenciadas para surpreender os clientes. Esse tipo de





serviço pode ser customizado de acordo com datas festivas, o que garante renda o ano todo.

- **Esmaltação em gel**

As unhas em gel estão dominando o mercado então é muito importante que você ofereça esse serviço aos clientes.

As principais vantagens desse serviço, que são os motivos da grande procura, é a variação de desenhos e cores, e a alta durabilidade, que pode chegar a três semanas. Além disso, a esmaltação em gel ajuda a evitar que a unha quebre.

- **Alongamento de unhas**

Pode ser em gel, acrílico, acrígel ou em fibra de vidro, a verdade é que o alongamento de unhas caiu no gosto popular e hoje é um dos serviços mais procurados também.

A vantagem é que você não precisa oferecer todas as técnicas. Pode escolher uma apenas e se especializar.





## Formatos de unha

Aquelas definições simples de unha arredondada ou quadrada estão mais do que ultrapassadas. Hoje os diferentes formatos de unha estão na moda.

Os alongamentos permitem criar opções mais ousadas, como as unhas *Stiletto* e a *Batom*, mas existem modelos para todos os gostos.

O segredo está na hora de lixar. Vamos ver como fazer cada modelo.

- **Unha bailarina**

Ela lembra uma sapatilha de balé, com as laterais mais afuniladas e as pontas retas, por isso recebeu esse nome. Para conseguir criar esse formato é preciso ter unhas longas ou então fazer um alongamento.

- **Unha Stiletto**

Tem formato triangular e pontiagudo e quem escolhe esse formato de unha precisa ter cuidado para manusear elementos delicados, como lentes de contato, sob o risco de se machucar ou de rasgar.

É possível fazer o formato Stiletto em unhas alongadas ou naturais.

- **Unha quadrada**

A unha quadrada pode ser usada curta ou longa e combina com qualquer tipo de estilo de esmaltação. É um formato de unha bastante prático e muito pedido.

Ela é lixada totalmente reta, lembrando mesmo um quadrado, mas é preciso atenção aos cantinhos para não arranhar ou quebrar.

- **Unha batom**

Esse formato ainda não é muito usado no Brasil, mas promete chegar com tudo em breve. O formato batom lembra aquele batom novinho, que tem a diagonal perfeita.



A unha é lixada totalmente na diagonal e as pontas são levemente arredondadas. Pode ser usado tanto em unhas curtas como longas, sem problemas.

- **Unha redonda**

Quem quer evitar que as unhas quebrem ou causem arranhões, normalmente escolhe o formato redondo.

A unha é lixada sem cantos, na forma redonda, o que impede de lascar ou enroscar em tecidos e arranhar crianças, por exemplo.

Esse formato também é muito prático e pedido nos salões e a vantagem é que ele também combina com qualquer tipo de esmaltação.

- **Unha amendoada**

A unha amendoada leva esse nome por seu formato lembrar o de uma amêndoa. É ideal para deixar as unhas crescerem e pode ser usado em unhas curtas ou longas.

- **Unha oval**

Esse formato pode ser usado em unhas de todos os tamanhos. A diferença entre a unha oval e a redonda está na ponta, que nesse modelo ela é um pouco mais fina.





É um formato de unha sofisticado e perfeito para as pessoas desastradas, pois evita arranhões e a quebra.

- **Unha squoval**

Esse formato de unha é uma junção entre a unha quadrada e a unha oval. A forma de lixar é a mesma da unha quadrada, mas ela tem o arredondamento nas laterais como na unha oval.

É uma excelente opção para quem adota um estilo básico.

- **Unha coffin**

Um formato moderno e lindo que pode ser usado por quem gosta de exibir unhas bem longas. Ele é bem comprido e estreito e pode ser confundido com o estilo bailarina, mas existe diferença já que ele não afunila até a ponta.

Mas esse formato só consegue ser utilizado em alongamentos, já que as unhas naturais não suportam o tamanho com perfeição.

- **Unha pico de montanha**

Outro modelo ousado, usado por quem tem estilo.

Nesse formato a unha deve ser lixada para ficar pontuda, mas ainda larga. Ela não é tão longa e nem tão afunilada como a Stiletto.

**Confira o passo a passo para fazer uma cutilagem perfeita**



Cutilagem é o cuidado com as cutículas e é muito importante que a manicure e pedicure saibam trabalhar com atenção e cuidado para fazer um bom serviço. Hoje já existem algumas técnicas de cutilagem para aplicar nas clientes.

Aqui, nessa etapa, vamos falar apenas sobre a maneira correta de remover as cutículas, mas mais para frente mostraremos também o passo a passo completo para fazer a unha perfeita.

Vamos conhecer:

- **Esfolie com uma escovinha**

Infelizmente a maioria das manicures pula essa etapa, mas ela faz muita diferença no resultado final para uma cutilagem perfeita.

Você encontra escovinhas próprias para remoção e pele morta em lojas próprias de produtos de beleza. Passe em todas as unhas e cutículas fazendo movimentos sem muita força, até que fique sem nenhuma pele morta.

- **Amoleça a cutícula**

O passo seguinte é amolecer as cutículas para que seja possível retirar o seu excesso. Para isso, escolha um bom amolecedor e siga as instruções de uso, principalmente no que diz respeito à quantidade a ser aplicada e ao tempo de permanência.



As luvas de amolecimento de cutícula potencializam o resultado, sendo necessário seguir as instruções de uso à risca. Mas também funciona colocar chumaços de algodão com o produto por cima de cada unha.

O antigo hábito de deixar as unhas de molho não é mais recomendado, já que permite a dilatação da unha e pode causar rachaduras no esmalte.

### **Dica: Não use removedores de cutícula**

Você já deve ter visto os removedores de cutícula e deve estar pensando se não seria mais prático usar esse produto. À primeira vista pode parecer que sim, afinal o resultado é rápido e eficiente.

Entretanto é preciso cuidado com o uso, pois o produto deve ser aplicado apenas nas cutículas. O problema é que é muito difícil aplicar apenas na pele. Com a falta de cuidado e o constante contato do produto com as unhas, essas ficam fracas e amareladas.

Além disso, o removedor de cutículas também pode causar irritação na pele, deixando-a avermelhada e sensível. Por isso, é melhor fazer um trabalho mais lento, mas que garanta a segurança do seu cliente.

- **Utilize uma espátula para empurrar a cutícula**



Use uma espátula própria para unhas para desgrudar a cutícula da unha. Então, após escová-las, é preciso empurrar as cutículas para o contorno da unha.

É importante não forçar para evitar machucar a pele.

- **Remova o excesso da pele**

O correto é cortar com o alicate apenas o excesso de pele que saltou com a espátula. Tente fazer um corte inteiro, iniciando pela lateral e contornando toda a unha, para que a cutícula não fique picotada. É fundamental ter um alicate bem afiado.

Algumas manicures conseguem fazer todo o contorno de uma só vez, outras preferem dividir em duas partes, sempre iniciando na lateral e seguindo para o meio. Mas mesmo assim, só retirando totalmente a cutícula no final.

Acha que acabou? Ainda não.

Muitas vezes nessa primeira retirada alcançamos apenas a parte superior da cutícula, mas dentro da pele ainda ficam resíduos. Então, depois de retirar a primeira camada, pegue novamente a espátula e empurre a pele para encontrar e retirar esses excessos.

Mas cuidado nesse processo, pois essa parte da pele é mais sensível e pode machucar, tirando os famosos “bifes”. Lembre-se de deixar o alicate inclinado, na mesma direção da cliente para



evitar cortar mais do que deve. Se acontecer, use o pó hemostático para ajudar a estancar o sangue e a cicatrizar o corte.

Dar uma maior atenção nessa tarefa de remoção de cutícula com o alicate ajuda na hora da limpeza do esmalte, pois o palito vai deslizar mais facilmente.

Ao final, não se esqueça de hidratar a pele da cliente, espalhando bem e massageando os dedos e para ajudar na absorção do produto. Assim, você garante um acabamento impecável, sem aquelas peles no contorno que insistem em aparecer.

Depois dessas etapas, você pode começar a esmaltação tranquilamente.

### **Treinamento de cutilagem na laranja!**

Como você viu, a cutilagem é um processo que exige treino e paciência, e nem sempre é uma boa ideia começar esse treino já nas mãos das clientes. Por isso trouxemos essa dica incrível, que é treinar com uma laranja pera.

Pode parecer estranho, mas imagine que a parte da casca da laranja representa a nossa cutícula, a margem branca seria a nossa pele e a parte do líquido seriam os nossos vasos sanguíneos.

Assim, se a laranja furar, significa que a cliente se machucou! Essa dica permite que você treine bastante, para ter a delicadeza necessária e aprender até onde é possível cutilar com segurança.





Esta técnica também pode ser muito útil para quem quer aperfeiçoar o corte contínuo das cutículas.



## **Cutilagem brasileira x russa**

Depois que você já estiver craque na técnica de cutilagem tradicional, você pode aprender também outras opções, como é o caso da cutilagem russa.

Para essa técnica, as manicures utilizam uma tesoura específica, que tem uma curvatura ideal para pegar todos os cantinhos e uma broca e uma broca, usada em peles mais secas.

A principal diferença para a técnica brasileira é que a cutilagem russa retira apenas a camada superficial da pele.

Ter domínio das técnicas de cutilagem é um grande diferencial no serviço de manicure, afinal, ninguém quer sair com os dedos todos machucados e correr o risco de ter uma inflamação.

## **Como fazer a unha passo a passo**

Existe uma sequência correta para fazer deixar a unha bonita e saudável. Veja o passo a passo:

### **Passo 1. Cortar e lixar**

- Corte as unhas o mais próximo possível do formato desejado e depois acerte com a lixa.
- Faça movimentos de um lado para o outro com a lixa, evitando o movimento de cima para baixo.
- Lixe as pontas de forma a deixá-las levemente arredondadas tomando cuidado para não retirar o formato desejado.
- Não se esqueça de passar a lixa por baixo da unha para remover rebarbas.



- Para dar acabamento perfeito, use uma lixa polidora para ajudar a nivelar e a remover as deformidades da superfície da unha.

## **Passo 2. Tirar a cutícula**

- Utilize alguma técnica ou produto para amolecimento das cutículas, como um creme emoliente e água.
- Empurre as cutículas com uma espátula própria para unhas.
- Remova o excesso de pele com um alicate próprio para cutículas. Uma dica é retirar toda a cutícula externa de uma vez só para evitar o aparecimento de peles cortadas. Lembre-se de ter um alicate bem afiado para não precisar puxar a pele.

## **Passo 3. Esmaltação**

- Para ter um acabamento perfeito é importante passar a base em toda a unha, extrapolando a linha da cutícula. Esse processo facilita muito a limpeza do esmalte no final.
- Na hora de esmaltar, lembre-se de puxar a pele lateral do dedo, para garantir que o esmalte cobrirá toda a unha.



- Se você estiver utilizando um esmalte cremoso, saiba que são necessárias três camadas para atingir a cor da embalagem.
- O grande segredo para aumentar a duração da esmaltação é o top coat, ou cobertura extra brilho. Passe uma camada logo após a pintura.

## **Passo 4. Limpar os cantos**

### **Limpar com o palito:**

- Em geral você pode passar todas as camadas de esmalte e só na última fazer a limpeza com o palito. Entretanto, se o esmalte for do tipo que fica ralo no meio da unha e escorre para as laterais, o ideal é que você passe o palito a cada camada de esmalte.
- Quanto mais fina a ponta do palito, melhor. Isso evita que ele encoste na unha e borre o esmalte.
- O palito deve ser passado por cima da cutícula e quando a unha é mais funda, ele deve ser passado por dentro da pele. Uma dica é puxar as laterais dos dedos para limpar bem.
- Na última camada de esmalte, passe o palito após passar em casa unha, ou seja, não deixe para passar o palito



somente depois que passar em todas. Só depois de fazer isso em todas as unhas é que você pode começar a limpeza com o algodão e a acetona.

### **Limpar com algodão e acetona:**

- Uma dica para não formar uma bola muito gorda no palito, o que prejudica a limpeza, é puxar uma porção de algodão no sentido da fibra. Se você ainda não tem prática, pode fazer isso a cada unha, pegando uma quantidade pequena de algodão.
- Você pode fazer movimentos de vai e vem ou rodar o palito no sentido da unha. Isso ajuda a separar a pele lateral da unha a facilita a limpeza dos cantos.
- Se ainda permanecer um pouco de esmalte bem próximo à cutícula, você pode posicionar o palito na vertical e, com a ponta, fazer a limpeza.

### **Passo 5. Finalização**

A finalização deve ser feita com aplicação de óleo secante ou spray. Se preferir utilizar o óleo, aplique também na cutícula, para ajudar a hidratar. E não importa passar uma ou várias camadas de óleo, o resultado vai ser o mesmo.





Uma dúvida muito comum é acreditar que o spray secante retira o brilho do esmalte. Não é verdade. Esse efeito é apenas momentâneo porque o conteúdo é gelado, mas em seguida as unhas recuperam o brilho.



# CAPÍTULO 4

Seja dona do  
seu próprio  
negócio



# Capítulo 4 – Seja dona do seu próprio negócio

## Abrindo seu próprio negócio

Já está convencida a abrir um negócio e se tornar manicure e pedicure?

Então vamos falar sobre as etapas necessárias para quem deseja formalizar o negócio e se especializar nesse nicho.

Até alguns anos atrás pensar em um negócio de beleza era condicionado a ter um salão completo, com cabeleireiros, depiladoras e outros serviços. Mas de alguns tempos para cá esse conceito foi expandido e hoje existem salões especializados em unhas.

Mais sofisticados, esses ambientes oferecem serviços diferenciados para as clientes podendo, inclusive, se inspirar em um conceito europeu de combinar cuidados de beleza com entretenimento e lazer.

Os salões no estilo Nail Bar têm crescido no Brasil, sendo uma opção de cuidados com opções de descontração e relaxamento.

Mas a grande vantagem do nicho de manicure é ser possível começar pequeno, atendendo na sua própria casa ou na casa das clientes. Essa é uma opção para quem não pode fazer grandes



investimentos iniciais, mas quer começar a faturar com esses serviços.

## **Passo 1 – Defina qual valor você pode investir e que tipo de salão você deseja ter**

Como você pode perceber, as opções são inúmeras, e o investimento necessário também.

Mas não se engane, mesmo começando em casa ou atendendo em domicílio será necessário fazer um investimento mínimo para comprar os materiais, que devem ser de qualidade para fidelizar seus primeiros clientes.

O tipo de modelo de negócio escolhido também impacta os valores cobrados nos serviços. E os preços praticados definirão o público-alvo.

Como especialista você deve perceber quais tipos de serviços você deverá ter para atrair as clientes que deseja para o seu salão. Alguns consumidores procuram preço e pronto-atendimento, outros valorizam a experiência.

É fundamental perceber qual tipo de cliente você deseja atrair para pensar no estilo de negócio que precisa montar.

## **Passo 2 - Faça um plano de negócio**



Você pode achar que fazer um plano de negócio é um bicho de sete cabeças, mas não precisa ser assim. O plano de negócios é um planejamento do seu negócio. É criar metas e estabelecer caminhos e formas de alcançá-los.

Se você quer ter sucesso, precisa de um plano, caso contrário nunca saberá para onde está indo, nem qual é o próximo passo necessário.

Imagine isso como um mapa.

Não precisa ser nada rebuscado. Você pode fazer seu plano de negócios em um caderno, traçando onde você está hoje, ou seja, no início da empresa, e onde deseja estar daqui a um ano, por exemplo.

Defina, por exemplo, quais serviços você deseja oferecer nesse tempo, e o que você precisa fazer para isso... Cursos novos, especializações, contratar outros profissionais?

Mas algumas etapas são importantes para criar o seu plano de negócios:

- **Definir o modelo do negócio** – você vai atender em casa, na casa dos clientes, vai alugar um espaço, etc.





- **Fazer uma análise do mercado** – pesquise a sua concorrência e veja quais serviços são oferecidos, quais preços são praticados, como é o funcionamento do negócio. Observe com olhos de empreendedora, e não apenas cliente.
- **Analisar o perfil dos clientes** – dependendo do tipo de cliente, você precisará adaptar seus serviços para atender demandas diferentes.
- **Serviços e produtos** – você precisa definir quais serviços oferecerá e os custos envolvidos.
- **Organização e gestão** – não pense que você irá apenas fazer unhas. Abrindo um negócio você ganha de presente a administração de uma empresa, que precisa ser feita com cuidado e atenção para garantir seu crescimento sustentável e a sua lucratividade.
- **Estratégia de marketing** – os clientes não aparecerão na sua porta sem que haja divulgação. Por isso você também vai precisar investir em marketing. A boa notícia é que hoje isso não precisa custar muito, como você vai ver mais a frente.



- **Controle financeiro** – nenhuma empresa sobrevive sem um rigoroso controle financeiro sobre as receitas e despesas do negócio.

### **Passo 3 – Escolha uma boa localização**

Se a ideia for atender os clientes em um local próprio, é fundamental que o espaço seja bem localizado, de fácil acesso e aconchegante.

Diversos fatores podem influenciar nessa decisão, como as empresas da região, se tem local próximo para estacionar, se é passagem para muitas pessoas, etc.

Verifique também sobre a lei de zoneamento municipal, na prefeitura da sua cidade, para se certificar de que pode abrir seu salão no local escolhido.

### **Passo 4 - Conheça as regras do setor**

Como o serviço de manicure e pedicure pode expor as clientes a riscos de saúde, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) regulamenta e define regras sobre as melhores práticas e exigências do setor.

Vamos falar um pouco sobre essas recomendações e regras de higiene para manicures, mas é essencial que você se informe corretamente.



## **Passo 5 – Registre a sua empresa**

A formalização do negócio é uma das etapas mais importantes, já que é o que permite à empresa ter um CNPJ e acesso a diversos benefícios e incentivos como conta bancária, acesso a empréstimos e a emissão de notas fiscais.

O primeiro passo é escolher a estrutura jurídica. Se você decidir abrir a empresa com outra pessoa, pode aderir à estrutura de sociedade limitada, mas se for empreender sozinha, pode escolher entre ser Microempreendedor Individual (MEI), EIRELI – Empresa Individual de Responsabilidade Limitada ou ser EI – Empresário Individual.

Compreender todos os fatores envolvidos nessa escolha é importante, pois ela impacta o recolhimento de impostos. Será necessário escolher o melhor regime tributário para a sua empresa junto com o contador, exceto se você se tornar Microempreendedor Individual.

Já falamos um pouco sobre a necessidade de conhecer as regras do setor, mas para abrir o salão você precisará atender uma série de exigências legais. Licenças e alvarás de funcionamento precisam ser concedidos para que tudo funcione direitinho.

## **Passo 6 - Verifique a necessidade de contratar funcionários**



Dependendo da estrutura do salão que você deseja abrir, pode ser necessário contar com a ajuda de outros profissionais, como manicures e até mesmo uma recepcionista.

Procure pessoas comunicativas e engajadas para te ajudar e incentive o crescimento delas na empresa.

## **Quanto custa montar um salão?**

Depende da estrutura que você deseja montar e do quanto está disposta a investir.

Quando comparamos com outros tipos de negócio, o investimento inicial é baixo. Para um salão pequeno, com os equipamentos e materiais básicos, é possível começar com aproximadamente R\$ 3 mil.

A estrutura é relativamente simples. O maior volume de compra será em esmaltes, que custam barato e com os outros materiais necessários para todo o passo a passo para fazer as unhas, como já falamos.

Algumas lojas profissionais especializadas oferecem kits de manicure já montados.

Em relação ao mobiliário, é necessário investir em cadeiras para as clientes, prateleiras ou estantes para armazenar os materiais, além de equipamentos de esterilização.





- Base fortalecedora
- Óleo secante
- Esmalte de cobertura extra brilho
- Esmalte de cobertura fosca
- Esmaltes de cores variadas
- Algodão
- Toalhas limpas
- Acetona ou removedor sem acetona
- Nécessaire ou caixa para os itens

## **Formalização e licenças**

Para quem está iniciando a carreira sozinha o melhor tipo de estrutura empresarial é o registro como MEI.

Como Microempreendedor Individual o seu negócio será enquadrado no Simples Nacional e ficará isento de tributos federais como Imposto de Renda, PIS, Cofins, IPI e CSLL.

O MEI paga uma taxa mensal (que dá direito a benefícios previdenciários) e também ICMS ou ISS.

Para ser MEI existem algumas condições como não poder ser sócio de nenhuma empresa, não ter sócios, além de restringir o faturamento máximo de R\$ 81 mil por ano. E é permitido ter apenas um funcionário.





Para se cadastrar como Microempreendedor Individual é preciso acessar o Portal do Empreendedor, ou site do governo, e preencher um formulário com informações pessoais e sobre a função que deseja desempenhar. É gratuito.

Depois de finalizar a inscrição, o CNPJ e o número da inscrição na Junta Comercial são emitidos e você não precisa encaminhar nenhum documento.

No caso de optar pelos outros tipos de empresa, é preciso buscar a ajuda de um contador de confiança que poderá orientar sobre todo o processo de legalização

### **Alvarás de funcionamento**

Desde setembro de 2020 os Microempreendedores Individuais com funções classificadas de baixo risco, como salões de manicure e pedicure, não precisam mais de alvarás de funcionamento.

Ao se cadastrar como MEI você precisa aceitar o Termo de Ciência e Responsabilidade com Efeitos de Dispensa de Alvará de Licença de Funcionamento e isso já é o suficiente.

Entretanto, o fato de não precisar de alvarás, não significa que não haverá fiscalização. O que muda é que hoje o empreendedor não



precisa mais aguardar a visita dos órgãos públicos para começar a trabalhar.



# CAPÍTULO 5

## Exigências sanitárias



# Capítulo 5 – Exigências sanitárias

## Exigências sanitárias Anvisa para manicures

Todo cuidado é pouco quando o serviço prestado pode prejudicar a saúde do cliente e do profissional. Prevenir doenças e promover a saúde é o dever de todos os órgãos de saúde pública, fabricantes, empresários e prestadores de serviços de embelezamento.

Justamente por isso a Anvisa disponibiliza as normas de vigilância sanitária e de boas práticas no que se refere a instalações físicas, controle de produtos, medidas de higiene e limpeza e esterilização de materiais.

Todos os estabelecimentos devem respeitar e se adequar a legislação sanitária vigente, seguindo as normas de boas práticas, para garantir ao profissional e a seus clientes segurança e qualidade nos serviços que prestam, evitando riscos à saúde.

Existem muitas regras em relação ao ambiente, que deve ser arejado e limpo, sobre a estrutura física como o banheiro para os clientes, a necessidade de ter uma pia exclusiva para limpeza de material de uso pessoal, como alicates, espátulas e outros.

Vale a leitura detalhada de todos os itens exigidos que estão disponíveis no site da Anvisa.

Entre as principais exigências para manicures são:



- A proibição de reutilizar lixas de unhas e para pés, espátulas de madeira e lâminas.
- A necessidade de uso de equipamentos de proteção (óculos, máscaras, luvas, etc) por parte dos funcionários e de acordo com as funções exercidas.
- A disponibilização de equipamentos em quantidade suficiente e de acordo com a demanda, de maneira que respeite os prazos de limpeza, desinfecção e esterilização. (O recomendado é que cada profissional tenha, pelo menos, 6 jogos de alicate e espátula para garantir a saúde de todos)

## **Processos de esterilização**

- **Vapor saturado / autoclave**

Os materiais de metal, depois de lavados, devem estar embalados e acomodados em embalagem que permita a passagem de vapor.

- **Calor seco / estufa**

A temperatura para garantir a esterilização é de 170° C por 1 hora ou 160° C por 2 horas.

A estufa não pode ser aberta durante a esterilização. Quando isto ocorre, o processo de esterilização é interrompido.



Os alicates, espátulas e outros instrumentos de metal esterilizados devem ser guardados, em local limpo e seco e constar na embalagem a data da esterilização

O profissional deve:

- Lavar as mãos antes de atender cada cliente;
- Esterilizar os alicates, espátulas e outros instrumentos de metal;
- Abrir a embalagem dos alicates, espátulas e outros instrumentos de metal na frente do cliente;
- Retirar as toalhas da embalagem plástica na frente do cliente;
- Manter o material de trabalho tipo algodão, esmaltes, removedor de esmalte e lixas novas, organizados em maletas ou gavetas;
- Manter o algodão em pote com tampa;
- Perguntar ao cliente se possui alguma alergia a esmalte ou outro produto a ser utilizado;
- Jogar no lixo os materiais descartáveis ou de uso único, como algodão, lixas de unha, protetor de cuba e de bacia, lâminas etc.

Recomenda-se ainda:





- Colocar luvas descartáveis e só retirá-las quando concluir o serviço;
- Borrifar álcool 70% nas unhas do cliente antes do procedimento para evitar infecções.

Concluído o serviço, deve:

- Lavar as mãos após o atendimento de cada cliente;
- Lavar e esterilizar todos os instrumentos utilizados ou não, pois mesmo sem uso, estarão contaminados e devem estar limpos e esterilizados para o próximo cliente;
- Lavar as bacias e cubas com água e sabão líquido ou detergente após cada uso;
- Colocar os instrumentos utilizados em caixa plástica lavável, sinalizada: “Instrumentos Contaminados” e prepará-los para o processo de esterilização.

## **Postura profissional, corporal e vestimenta**

Os cuidados com a postura profissional, corporal e a vestimenta utilizada impactam diretamente na percepção que os clientes têm em relação à confiança e credibilidade.

Parece óbvio dizer isso, mas é fundamental que as suas unhas estejam sempre muito bem feitas. Elas são a primeira impressão



do cliente sobre o seu trabalho. Se você usa cabelos longos, mantenha-os presos durante os atendimentos.

O ideal é que a manicure use uniforme ou um jaleco branco com calça para transmitir a sensação de limpeza. Os sapatos devem ser fechados e com salto baixo para ficar mais confortável. Evite saias ou vestidos curtos, decotes extravagantes, cores chamativas e transparências.

A postura corporal também é importante para evitar problemas de saúde. Lembre-se sempre de manter os dois pés completamente apoiados no chão, a coluna ereta e a região lombar bem apoiada no encosto.



# CAPÍTULO 6

## Gerenciando um salão



# Capítulo 6 – Gerenciando um salão

## Gestão administrativa do salão de manicure

Conhecer exatamente o que acontece no seu negócio é fundamental para ter uma empresa de sucesso. Na prática administrar um salão é dar atenção, de maneira resumida, para as seguintes áreas:

- Atendimento e gestão de clientes
- Gestão funcionários
- Prestação do Serviço e qualidade
- Controle financeiro
- Marketing e Divulgação

É preciso estar aberto para lidar com todas as coisas boas e ruins relacionadas à administração do negócio.

Quando estiver à frente de um salão, você precisará lidar com as demandas de clientes e funcionários, gestão de estoque de produtos, reclamações, pagamentos, questões trabalhistas, controle financeiro e muito mais.

Principais pontos que precisam ser constantemente acompanhados:

### 1. Atendimento aos clientes



Eles são a alma do seu negócio, portanto é fundamental ter atenção à experiência deles, desde o momento em que entram em contato para agendar um horário até o momento em que saem do seu salão, após a realização do atendimento. Isso implica em ter recursos disponíveis para atender às demandas deles, oferecendo sistema de agendamento online com a agenda atualizada, mantendo um cadastro atualizado com as informações do cliente como telefone e data de aniversário e, acima de tudo, garantir que a experiência dela no serviço será excepcional.

Para isso é fundamental treinar as funcionárias e acompanhar as dificuldades encontradas para encontrar outras soluções.

## **2. Gestão de funcionários**

Para construir um salão lucrativo é fundamental contar com a ajuda de funcionários prestativos e participativos. E a gestão de pessoal deve ter a sua cara, encontrando sempre um meio tempo satisfatório e eficiente, que garanta o bom relacionamento da equipe e a satisfação dos clientes.

## **3. Tenha controle financeiro**

O conhecimento mais básico que precisa ser aprendido é: você precisa ganhar mais do que gastar. E para saber se isso está acontecendo é fundamental controlar todas as entradas e saídas de



recursos do seu caixa, desde o dinheiro para o café até a compra de mais um conjunto de mesa e cadeira para suas manicures.

Fazer isso pode ser desafiador caso o seu salão já tenha um grande movimento, por isso é importante que você utilize uma ferramenta de gestão financeira, que pode ser uma planilha manual ou então um software que automatiza os recebimentos e pagamentos.

O controle financeiro é essencial para que você perceba possíveis problemas de caixa antes que aconteçam, e tenha tempo para agir. Você precisa verificar o caixa todos os dias, e acompanhar os valores.

#### **4. Qualidade dos serviços prestados**

Você precisa oferecer serviços de qualidade para que seus clientes queiram retornar, e a recorrência é o segredo para a lucratividade.

Sendo assim, a qualidade dos serviços prestados no seu salão deve ser uma prioridade e uma busca constante por melhoria. Uma dica para encontrar essa qualidade e ainda oferecer um diferencial é sempre ouvir seus clientes. Eles sabem o que querem e é isso que fará seu salão poder cobrar um valor mais alto e se diferenciar da concorrência.

#### **5. Marketing e divulgação**





Depois que tudo estiver bem definido, começa o trabalho de divulgação e marketing do seu salão de manicure e pedicure.

Nós teremos um capítulo exclusivo sobre marketing que vai ajudar você a lidar com a divulgação do seu negócio, mas o que você precisa entender é que sem divulgação, o seu crescimento tende a ser bastante lento. É interessante contar com a ajuda de um especialista de marketing para estruturar a sua estratégia e para colocar em prática as ações, mas se você quiser pode aprender algumas técnicas básicas para já começar a divulgar o seu negócio. Sempre estabeleça um orçamento para divulgação na Internet e também nas proximidades do salão.



# CAPÍTULO 7

## Como calcular o preço



# Capítulo 7 – Como calcular o preço

## Como precificar seus serviços

Essa é uma das dúvidas mais comuns e também um dos motivos de muitos salões fracassarem, quando não precificam corretamente seus serviços.

Encontrar um método de precificação justo é fundamental para evitar prejuízos e para garantir um fluxo de caixa adequado.

Para chegar aos valores ideais dos serviços é preciso fazer alguns cálculos. Vamos lá!

### **Se você tem um espaço próprio para atender seus clientes:**

#### **1. Calcule o custo de funcionamento**

Já falamos que para ter lucro é preciso conhecer cada lançamento de entrada ou saída de recursos financeiros da empresa. Os custos podem ser divididos em fixos ou variáveis.

Os custos fixos são todos aqueles que você precisa pagar mesmo que o salão não tenha movimento. Pode considerar aluguel, salários, impostos, etc. Não se esqueça de incluir o seu salário também nesse cálculo.



Já os custos variáveis estão relacionados ao fluxo de clientes no mês, como comissão dos funcionários, taxa de cartão, compra de esmaltes e outros materiais, etc.

É muito importante fazer essa separação de custos para calcular o valor de cada serviço individualmente.

## **2. Identifique os custos individuais de cada serviço**

Quanto você gasta de material para fazer as unhas das mãos de uma cliente, e a dos pés? Qual é o custo do material para fazer um alongamento?

Você precisa ter esses custos muito bem calculados. Essa é a primeira parte do seu cálculo.

Para a segunda parte você precisa dividir seus gastos fixos pelo número de procedimentos realizados no mês. Você pode fazer uma projeção, considerando o tempo de cada serviço e o descanso.

Somando o resultado dos dois cálculos você encontrará o custo de cada serviço, ou seja, quanto você paga para prestá-lo.

A partir desse valor, você precisa definir uma margem de lucro. Vamos ver um exemplo:

Custo fixo do salão = R\$ 1500,00

Média de serviços no mês = 300



$$1500 / 300 = \text{R\$ } 5,00$$

Custo variável unhas da mão = R\$ 4,00

$$\text{Custo total do serviço} = 5,00 + 4,00 = 9,00$$

Margem de lucro = 50%

Então, para obter um lucro de 50% nesse serviço o valor cobrado do cliente deve ser de R\$ 18,00.

Mas é preciso saber que a sua margem de lucro não será a mesma em todos os serviços. É preciso considerar os preços praticados no mercado e identificar os serviços em que é possível cobrar mais, e ter um lucro maior, e aqueles em que é preciso reduzir a margem de lucro.

### **3. Anote os percentuais de lucro e o valor gerado por cada serviço**

Essas informações são essenciais para montar promoções e ofertas, sem causar prejuízos para a empresa.

Se você chegar à conclusão de que sua concorrência cobra um valor mais baixo do que o seu, procure entender os motivos, antes de entrar em desespero.

Os produtos podem ser de pior qualidade, a mão-de-obra pode não ter experiência, o público-alvo pode ser diferente.



O mais importante é perceber o que o seu negócio tem de diferencial e perceber se ele vale a diferença de valor.

Mas, se você descobrir que o seu valor é muito maior, talvez seja importante considerar cortar custos.

Nunca gaste por antecipação e sempre acompanhe os valores da sua empresa.

### **Se você atende em domicílio:**

Se você atende em domicílio os custos com luz e água são do cliente, portanto eles não entram na sua conta.

A estrutura de cálculo é semelhante à anterior, entretanto os tipos de custos envolvidos são outros. Por exemplo, o seu custo fixo será apenas o seu salário.

Para calcular é preciso definir quanto você quer receber por mês e também a sua capacidade de produção em um dia.

Nesse caso é preciso considerar o tempo de deslocamento entre um cliente e outro.

Vamos a um exemplo: Digamos que você quer receber por mês R\$ 2000,00 e vai atender exclusivamente clientes de um determinado condomínio, não tendo, portanto, uma grande perda de tempo com deslocamento.





Você consegue fazer uma mão em 50 minutos. Trabalhando 8 horas por dia, vamos considerar que você consiga atender 7 clientes. Multiplicado por 20 dias no mês, chegamos a 140 atendimentos no mês.

Agora é preciso dividir o salário desejado pelo número de atendimentos no mês. O resultado é R\$ 14,28 de mão de obra que deve ser cobrada por serviço.

A esse valor ainda deve ser somado o custo variável de cada procedimento. Se você gastar R\$ 4,00 de material, deve cobrar, no mínimo, R\$ 18,28 pelo serviço.

Viu só? Calcular os custos é trabalhoso, mas não é complicado.

Como você pode perceber, a qualificação profissional é importante, independente da sua área de atuação. Se já é imprescindível saber oferecer um serviço de manicure de qualidade, torna-se primordial quando falamos de administrar uma empresa.

Por isso, invista sempre que cursos, tanto relacionados à beleza como nas áreas de gestão de empresas, para conseguir gerenciar bem o seu negócio e torná-lo lucrativo.



# CAPITULO 8

## Marketing



# Capítulo 8 – Marketing

## Marketing para manicures e pedicures

Com o crescimento exponencial do mercado de beleza, o número de salões de beleza aumentou no Brasil. Hoje encontramos mais empreendimentos desse nicho próximo à nossa casa ou local de trabalho do que podemos contar. A maioria deles oferecendo os mesmos serviços, brigando pelo preço e pelos clientes da região.

Então, como se destacar da concorrência?

Para passar na frente de toda essa concorrência é preciso oferecer diferenciais aos clientes.

Se você ainda não entendeu que diferenciais são esses, não se preocupe. Vamos explicar tudo direitinho agora, começando pelo começo.

### A importância do Branding

Branding é o mesmo que gestão de marca, ou seja, é a forma como uma marca de empresa é trabalhada para que alcance o resultado de sucesso e crescimento desejado.

Uma marca bem trabalhada ajuda a construir uma percepção de valor positiva na mente dos clientes em relação à empresa, seus



produtos ou serviços. O branding ajuda a tornar uma marca desejada.

O primeiro ponto importante é que, para ser sucesso a marca precisa se conectar com os clientes desejados, com o público-alvo.

Alguns elementos são essenciais para a construção de uma marca de impacto:

- Nome forte
- Conhecimento sobre o público-alvo
- Logotipo diferenciado
- Identidade visual conectada com os ideais da empresa (cores, fontes, detalhes, formas)

Como você pode ver, tudo precisa ser previamente pensado para transmitir exatamente o que a sua empresa deseja. A identidade criada deve ser usada em toda a comunicação da empresa, desde uma simples publicação na rede social até nos panfletos promocionais para distribuição.

### **A escolha do nome**

Se abrir um negócio de manicure e pedicure é um sonho antigo, pode ser que você já tenha um nome escolhido para o seu salão. Mas antes de sair fazendo cartões de visita e o letreiro, pense um pouco se ele transmite o que você deseja para os clientes.



Para saber isso é fundamental conhecer bem o tipo de cliente com os quais você quer trabalhar. Perfil, comportamento, preferências são algumas das informações que ajudarão você a identificar um nome que gere a conexão necessária.

Se você já tem um nome no mercado, já tem clientes fixos, uma boa ideia pode ser usar o seu próprio nome, caso contrário escolha nomes criativos relacionados ao que você oferece.

### **A escolha do logotipo**

Depois de ter definido o nome, chega a hora de pensar no logotipo, ou seja, a maneira como o nome escolhido será apresentado.

Nesse quesito, alguns elementos são muito importantes como o tipo de letra que será utilizado e os desenhos que acompanharão ou não a escrita.

Existe uma infinidade de fontes disponíveis, cada uma com um formato e estilo diferente. No caso de negócios de beleza, as fontes caligráficas, aquelas que imitam a escrita à mão, são mais utilizadas e transmitem elegância.

Entretanto elas não ficam muito legíveis em peças digitais, que possuem um tamanho menor, por isso o ideal é ter dois tipos de fontes, sendo uma mais neutra e legível para ser usada quando necessário.



O melhor a fazer é contratar um designer para criar a sua marca. Esse profissional tem conhecimentos para fazer as melhores combinações de cores, fontes e elementos, e assim construir uma marca forte, como você deseja.

## **O que é marketing?**

Primeiro eu quero falar sobre o que não é marketing. Marketing não é ficar gritando para todo mundo que o seu negócio existe.

Um dos grandes autores sobre o assunto, Philip Kotler, define marketing como:

*“Um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros.”*

Ou seja, a essência do marketing é a troca de algo de valor que uma pessoa tem, por algo de valor que outra pessoa tem.

Sendo assim, é possível entender como é importante encontrar as pessoas certas, que estão interessadas naquilo que você oferece e que possuem aquilo que você deseja.

Essas pessoas são o seu público-alvo.

Para ter sucesso a sua comunicação precisa atingir as pessoas certas, e para isso é essencial conhecer o mercado, o





comportamento do seu consumidor, e descobrir as melhores estratégias para atrair as pessoas certas.



## **E o Marketing Digital?**

O marketing digital pode ser entendido como uma adaptação do marketing tradicional para a Internet, entretanto, os recursos disponíveis e a forma de pensar é tão diferente que muitos profissionais já separam completamente um modelo do outro.

Diferentemente do marketing tradicional, que tem como objetivo divulgar uma oferta ou negócio para o maior número de pessoas, como acontece nos anúncios na televisão, rádio ou revistas, o marketing digital funciona através da segmentação, para atingir

um número menor de pessoas, mas aquelas que têm potencial interesse na sua oferta.

Sendo assim, no marketing digital torna-se fundamental conhecer bem o seu público-alvo, suas características, necessidades, dores e desejos, pois essas informações é que permitirão à empresa criar uma comunicação que se conecta e engaja as pessoas certas.

## **Como definir um público-alvo e descobrir as características dele?**

Se você já tem clientes, pode fazer uma pesquisa sobre aqueles que são ideais, que consomem mais serviços, com valores mais altos, que retornam com frequência e que indicam os seus serviços, trazendo novos clientes para a empresa.

Depois de descobrir quais são, é preciso encontrar padrões em comum entre eles. Tente perceber se fazem parte de uma mesma faixa etária, se possuem profissões semelhantes ou se possuem renda parecida, se pertencem a uma mesma classe social.

Provavelmente você encontrará muitas semelhanças e conseguirá agrupá-las em categorias.

Em seguida é preciso avaliar gostos, preferências, desejos e hábitos. É muito comum que pessoas de um mesmo grupo tenham interesses semelhantes e descobrir isso é muito importante.



Uma descoberta importante, por exemplo, é sobre a rede social que essas pessoas mais utilizam, pois essa resposta vai influenciar qual canal você fará suas divulgações. Imagine só, se você concentrar toda a sua comunicação no Instagram e depois descobre que seu cliente ideal usa mais o Facebook...

É importante também descobrir o que faz esses clientes gostarem dos seus serviços e retornarem. Esse provavelmente é o seu diferencial e deve ser usado para atrair mais clientes como esses.

Se você ainda não tem clientes, e está começando agora, pense em que perfil de pessoa gostaria de atender, e analise todos os elementos citados. Uma dica é encontrar algumas pessoas conhecidas que fazem parte desse público e avaliar todos esses aspectos.

## **Planejamento de marketing**

O planejamento de marketing é o segredo para ter bons resultados. Sem ele você pode se perder e criar ações sem objetivo, e nem saber se está tendo resultado ou não.

Por isso, antes mesmo de falar sobre as estratégias de marketing, você precisa entender como fazer um planejamento, o que precisa ser considerado e projetado.



Claro que cada empresa terá o seu e precisa fazer com muito cuidado, mas existem alguns passos essenciais que ajudarão você a começar.

- **Avalie o seu negócio.**

Se você já fez alguma ação de marketing e divulgação deve começar avaliando o que deu certo ou não no passado. Analise também os seus recursos financeiros, pois para ter resultados rápidos você terá que investir em anúncios, e isso precisa de um orçamento claro.

Uma das vantagens do marketing digital é a possibilidade de fazer anúncios com pouco dinheiro. Os resultados serão proporcionais ao valor investido, mas você já conseguirá os primeiros resultados logo, e poderá reinvestir, aumentando o orçamento.

- **Defina objetivos para o seu negócio**

Pense em como você quer que o seu negócio esteja daqui a seis meses, um ano, cinco anos. Empresas que não têm objetivo claro, não conseguem progredir por muito tempo.

Pense em questões como:

- Quantos clientes serão atendidos por dia?
- Qual será o meu faturamento mensal?
- Qual será o percentual de lucro?



Depois de definir isso, você precisa descobrir o que precisa ser feito para alcançar esses resultados. Trace um plano para levar você do ponto em que sua empresa está hoje até o ponto que deseja alcançar em seis meses.

Agora é a hora de quebrar essa estratégia em pequenas metas. Por exemplo, se você quer atender 30 clientes por dia no seu salão em 6 meses e hoje atende 5, significa que nos primeiros dois meses você deve ter conseguido mais 5 clientes diários, e mais 5 a cada mês.

Assim, após 3 meses você pode avaliar se conseguiu alcançar a meta projetada para esse período e fazer mudanças caso o resultado não seja o ideal. Agora, se você já tiver alcançado sua meta semestral nesse período, pode rever as metas e analisar o que tem feito para chegar a esse resultado, para replicar e escalar.

O seu planejamento de marketing deve ter objetivos, metas, prazos, distribuição de responsabilidades (caso você tenha sócios ou funcionários) e orçamento.

E lembre-se de que esse planejamento deve ser constantemente analisado. Se algo não estiver saindo como desejado, verifique o que pode ser feito para melhorar o resultado ou analise se as metas propostas foram irreais e inatingíveis da forma como foram projetadas.



## **Estratégias de marketing**

O marketing oferece diversas estratégias de divulgação e atração de clientes, e você pode usar recursos digitais e também presenciais, o chamado outbound marketing, para aumentar a visibilidade do seu negócio.

A partir de agora vamos falar sobre as principais estratégias, as que oferecerem melhores resultados, para o mercado de manicure e pedicure.

### **Redes sociais**

Vamos começar por essa que hoje é uma das principais estratégias de marketing e divulgação e uma das ferramentas mais valiosas para os salões de manicure e pedicure.

Elas ajudam muito a alcançar diferentes pessoas, além de facilitar o relacionamento com o público.

É importante, entretanto, concentrar seus esforços nas redes sociais que o seu público mais utiliza. A gestão de redes sociais exige atenção e trabalho, e por isso é melhor otimizar essa dedicação.

**Instagram** – É uma plataforma muito visual e com um público mais jovem bastante assíduo, por isso tem tudo a ver com o mercado de beleza. Nos últimos anos ela entrou para a lista das





favoritas e por isso normalmente faz parte da estratégia de marketing de todas as empresas.

Hoje ela conta com muitos recursos voltados para negócios como as análises de perfil, insights e o Instagram Shopping. Permite também criar vídeos, transmitir lives e fazer parcerias com influenciadores digitais.

A plataforma também oferece recursos de anúncios, que aumentam a velocidade de alcance do perfil e dos resultados gerados.

Uma ideia legal é criar conteúdos educativos sobre o seu nicho, como dicas para fazer a esmaltação durar mais tempo ou como fortalecer as unhas, etc.

**Facebook** - Ainda é a maior rede social do mundo, apesar de ter perdido muitos usuários nos últimos anos. É a plataforma mais usada pela população com mais idade, então se esse é o seu público-alvo, aposte nela.

O tipo de conteúdo é semelhante ao do Instagram, e a plataforma também oferece ferramentas de anúncios muito poderosas para alcançar as pessoas certas.

**YouTube** – Ter um canal no YouTube é como estar na televisão. São mais de 2 bilhões de usuários ativos por dia e você pode



segmentar anúncios por região, aumentando a visibilidade do seu negócio na sua cidade.

Você pode criar vídeos com tutoriais, dicas de como fazer, dicas de produtos e ainda fazer parcerias com marcas.

**Pinterest** – Da mesma forma que o Instagram, ela é uma plataforma visual. O Pinterest é muito utilizado para procurar imagens de referência para um novo cabelo, unha ou decoração.

Então, inspire pessoas com o seu trabalho, ou então faça dele um portfólio com suas melhores produções.

Algumas informações são importantes sobre as redes sociais para empresas. A primeira delas é que a constância é fundamental. Se você criar um perfil e publicar apenas um conteúdo por mês, não terá resultado.

O ideal é publicar pelo mesmo uma vez ao dia no feed e usar os stories para mostrar o dia a dia, os bastidores, para marcar clientes. Isso gera engajamento e a plataforma entende que suas publicações são relevantes, aumentando o alcance delas.

O conteúdo também é importante. Não faça do seu perfil um classificado, só com postagens de venda de serviços. Publique conteúdos interessantes, sempre pensando nos seus clientes.

E, por último, as redes sociais são redes de RELACIONAMENTO, portanto é fundamental responder seus clientes, interagir com eles,



marcar pessoas. Assim você construirá uma conexão com seu público que vai além do comercial.

## Google

O Google é a ferramenta de busca mais importante e o fato de estar no bolso da maioria das pessoas ajuda muito.

Diversas pesquisas já mostraram que, cada vez mais, os consumidores estão usando a ferramenta do Google para encontrar lojas e prestadores de serviços nas proximidades de sua casa ou trabalho.

Por isso, é fundamental estar presente na Internet. Você pode criar um site e divulgar todos os seus serviços, por exemplo, mantendo um blog com dicas para os clientes.

Se o conteúdo for relevante, seu negócio vai aparecer como resultado de pesquisas e receberá muitos acessos, aumentando a visibilidade do seu negócio.

É preciso usar uma boa estratégia de SEO, que são técnicas de otimização de textos e sites para que sejam encontrados pelo Google mais facilmente. É fundamental conhecer as palavras-chave mais buscadas do seu nicho de mercado e utilizá-las nos conteúdos e no seu site estrategicamente.



Mas um recurso, gratuito, que é muito importante é o cadastro no Google Meu Negócio. Essa é a forma de sua empresa aparecer como resultado de pesquisas, como as que eu falei agora a pouco, de serviços próximos.

## **Anúncios**

Até alguns anos atrás era possível ter uma estratégia eficiente de marketing apenas orgânica, ou seja, sem investir dinheiro em anúncios. Mas hoje isso não é mais verdade.

Com o aumento no número de empresas investindo em marketing digital a concorrência pela atenção dos consumidores também sumiu, ou seja, para ser visto é preciso anunciar.

Você pode fazer anúncios nas redes sociais para aumentar o número de pessoas que segue e acompanha suas publicações ou então para anunciar alguma promoção, por exemplo.

A ferramenta do Facebook / Instagram é muito poderosa e permite que sejam selecionadas características específicas para encontrar as pessoas certas.

Já os anúncios do Google funcionam de acordo com a pesquisa. Mantendo um anúncio para rede de pesquisa permanente, sempre que alguém que esteja dentro da localidade escolhida por você pesquisar sobre algo relacionado ao seu negócio, ele será mostrado.



Para negócios locais isso é muito importante, pois coloca a sua empresa à frente das outras nos resultados de pesquisa, ou seja, o cliente vai ligar primeiro para você.

Outra dica interessante para as ações de marketing na Internet é que, a confiança dos clientes vem da percepção de que outras pessoas já experimentaram e aprovaram o serviço.

Então, peça depoimentos, mostre os bastidores, demonstre que seus clientes aprovam seu serviço. Esse é o segredo para ganhar autoridade mais rapidamente.

## **Estratégias de outbound marketing**

Essas são estratégias digitais para atrair clientes através da Internet, mas a boa e velha divulgação presencial também é muito eficiente para negócios locais.

Criar panfletos, cartão de visita, ações promocionais em datas especiais, outdoor, e contar com estratégias de fidelização, como os cartões de fidelidade ou pacotes de serviços, costumam gerar bons resultados também.

É muito importante que você encontre os recursos que funcionam para o seu negócio.

E nunca se esqueça de monitorar seus resultados. Aliás, essa é uma das grandes vantagens do marketing digital, facilitar o



acompanhamento e a mensuração dos resultados, inclusive em tempo real, o que permite acertar o rumo, fazer mudanças e perceber os novos resultados rapidamente. Somente assim você poderá antever problemas e aproveitar oportunidades.





# CAPÍTULO 9

Dicas para  
aumentar o  
movimento  
do salão



## **Capítulo 9 - Dicas para aumentar o movimento do salão**

Em alguns momentos pode ser que o movimento do salão retraia, e é preciso agir com rapidez para reverter. A primeira atitude que precisa ser tomada é compreender o motivo da perda de clientes.

Um dos motivos mais comuns é o atendimento, e se for o caso é preciso treinar melhor os funcionários e conscientizá-los da importância de oferecer um bom atendimento.

### **Dica 1 – Investimento em divulgação**

“Quem não é visto, não é lembrado”, esse é um ditado popular bastante conhecido e verdadeiro. Então você deve investir em ações que ajudem a colocar sua marca em evidência.

### **Dica 2 - Capriche no relacionamento**

O relacionamento é a alma do negócio e é o que faz seus clientes retornarem para novos atendimentos. Lembre-se de que estamos vivendo a era das experiências, e que seus clientes esperam ter bons momentos no seu salão. Isso é conseguido com um atendimento excepcional e um tratamento mais próximo do que apenas o comercial. Atenda cada cliente de maneira única e especial.

### **Dica 3 – Atenção com as finanças**



Momentos de crise são os mais importantes para dar atenção às finanças. Mas cuidado, não é para cortar tudo e reduzir a qualidade dos serviços, isso prejudicará ainda mais seu negócio. Entretanto é hora de analisar seus custos, reduzir despesas supérfluas e, talvez, reduzir um pouco a sua margem de lucro momentaneamente.

#### **Dica 4 – Renegocie com fornecedores**

Tente renegociar prazos e valores com seus fornecedores, com funcionários e até o contrato de aluguel, se for possível. Procure antes de o problema fugir do controle.



# Conclusão





# Conclusão

Agora você já sabe todos os detalhes para abrir um negócio próprio e trabalhar como manicure e pedicure.

Com essas informações você pode iniciar seu negócio com a certeza de que tem o passo a passo completo para construir uma empresa de sucesso.

Espero que esse material te ajude a realizar seu sonho.



# APRENDA TODOS OS DETALHES E AS **TÉCNICAS** **AVANÇADAS** DE UNHAS ENCAPSULADAS



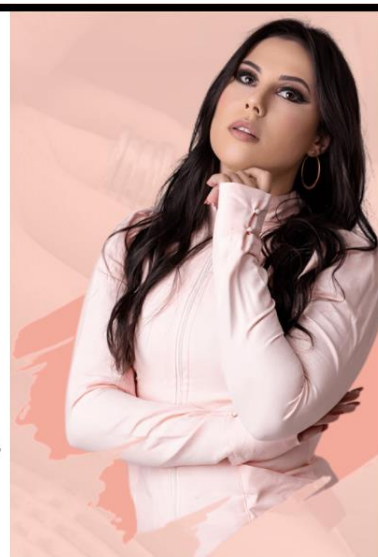
NAIL ADVANCED - JAMILE SANTOS

## Veja como nosso curso vai te ajudar...



Adquirindo hoje o seu curso você vai ter total acesso a + de **60 VÍDEO AULAS COMPLETAS + 3 BÔNUS**

**ESPECIAIS** contendo todos os detalhes passo a passo para dominar técnicas avançadas em Nail Art Encapsuladas e em Esmaltação em Gel. Todo o ensinamento é transmitido de maneira simples e prática, com aulas que vão direto ao ponto.



## [Para saber mais, CLICK AQUI](#)

