



ЭТИКА И ПРОФЕССИОНАЛИЗМ В МАНИКЮРНОЙ ИНДУСТРИИ: СТАНДАРТЫ ОБЩЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ

*Манджиева Валерия,
мастер маникюра, г. Москва*

E-mail: man.valer1@yahoo.com

*Календжян Джульетта Арутовна,
Международная школа "KOVA", г. Сочи*

E-mail: julia88390@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена вопросам этики и профессионализма в маникюрной индустрии, а также стандартам общения с клиентами. В работе рассматриваются теоретические основы этического поведения мастеров маникюра, их влияние на качество обслуживания и удовлетворенность клиентов. В частности, внимание уделено эмоциональному интеллекту, профессиональной коммуникации и психологическим аспектам взаимодействия с клиентами. Основное внимание уделяется практическим рекомендациям по улучшению этики и профессионализма в маникюрной индустрии, а также психологическим методам разрешения конфликтов. В результате исследования предлагаются рекомендации, направленные на повышение уровня клиентского сервиса и улучшение взаимоотношений между мастером и клиентом.

Ключевые слова: этика, профессионализм, маникюрная индустрия, стандарты общения, эмоциональный интеллект, психологические аспекты, взаимодействие с клиентами, разрешение конфликтов, профессиональные навыки, клиентский сервис.

Актуальность исследования

Маникюрная индустрия является неотъемлемой частью современной косметической сферы, и ее развитие напрямую связано с качеством обслуживания клиентов. В условиях высокой конкуренции, стремления к улучшению сервиса и формированию лояльности среди клиентов, этика и профессионализм мастеров маникюра играют ключевую роль в успешности бизнеса. Важно не только владеть техническими навыками, но и уметь правильно взаимодействовать с клиентами, выстраивать доверительные отношения и обеспечивать комфорт в процессе оказания услуг.

Этика и профессионализм в маникюрной индустрии включают в себя стандарты поведения и общения, которые способствуют созданию положительного имиджа салонов и повышению клиентской удовлетворенности.

Однако в современных реалиях вопросы этики часто остаются на втором плане, что может приводить к недовольству клиентов, снижению их лояльности и, как следствие, потере клиентов. Отсутствие четких стандартов и навыков общения с клиентами может негативно повлиять на успех мастера или салона в целом.

Таким образом, актуальность исследования заключается в необходимости разработки и внедрения стандартов общения с клиентами, которые способствуют улучшению качества обслуживания и поддержанию высокого уровня профессионализма в маникюрной индустрии.

Цель исследования

Целью данного исследования является анализ этических норм и профессиональных стандартов общения с клиентами в маникюрной индустрии, а также выявление их влияния на качество обслуживания и удовлетворенность клиентов.

Материалы и методы исследования

Материалы исследования: литература по вопросам этики и профессионализма в сфере обслуживания, а также исследования в области психологии взаимодействия с клиентами.

Методы исследования: теоретический анализ, метод экспертных оценок, статистический анализ.

Результаты исследования

Этика, как научная дисциплина, исследует принципы морального поведения, определяя стандарты добросовестности, честности и справедливости. В маникюрной индустрии этика не ограничивается только личной моралью мастера, но также охватывает комплекс правил, регулирующих взаимодействие с клиентами и коллегами. Профессионализм, в свою очередь, является качеством мастера, выражающимся в совокупности знаний, умений, навыков и личных качеств, необходимых для выполнения своей работы на высоком уровне.

Применительно к маникюрной индустрии, профессионализм включает в себя не только технические аспекты работы с ногтями, но и умение поддерживать положительный имидж, работать с клиентами и соблюдать принципы этичного общения. Важно отметить, что профессионализм в маникюре не сводится лишь к мастерству в выполнении услуг – это также способность мастера вежливо и корректно вести диалог, учитывать психологическое состояние клиента и строить с ним долгосрочные доверительные отношения.

Принципы этики и профессионализма в маникюрной индустрии строятся на ряде моральных норм, среди которых особенно важными являются уважение к личности клиента, соблюдение конфиденциальности, честность, ответственность и вежливость (таблица 1).

Таблица 1

Пример стандартов общения с клиентами в маникюрной индустрии

Стандарт общения	Описание	Пример поведения мастера
Уважение и эмпатия	Учет предпочтений клиента, проявление сочувствия и внимательности	«Как вам кажется, какой цвет подойдет для этого сезона?»
Конфиденциальность	Соблюдение личных границ и защиту информации	Не обсуждать личные данные клиента с коллегами
Ответственность и честность	Объяснение всех рисков и возможностей, честное представление результатов	«Эта процедура не приведет к мгновенному результату, но даст долгосрочные эффекты»
Вежливость и такт	Проявление доброжелательности, корректности и такта	«Понимаю, что вам не нравится, давайте попробуем другой вариант»

Профессионализм в маникюрной индустрии является залогом успешной карьеры мастера и процветания салона. Согласно исследованиям, проведенным в рамках изучения этики в индустрии красоты, высокий уровень профессионализма мастера способствует формированию лояльности среди клиентов, что в свою очередь влияет на стабильность и рост бизнеса.

Кроме того, соблюдение этических норм и стандартов общения с клиентами является не только важным аспектом взаимоотношений, но и конкурентным преимуществом. Салоны, активно внедряющие эти стандарты в свою практику, получают позитивные отзывы, что привлекает новых клиентов и удерживает существующих. Это подтверждается результатами опросов, в которых большинство клиентов отмечают, что обращаются в салон не только за качественными услугами, но и за профессиональным обслуживанием, вниманием к своим потребностям и комфорту.

Невозможность соблюдения этических стандартов в маникюрной индустрии может привести к ряду проблем, включая утрату доверия клиентов, возникновение конфликтных ситуаций и даже юридические последствия. Одной из наиболее распространенных проблем является отсутствие четких норм профессионального поведения в некоторых салонах, что ведет к снижению качества обслуживания и возможным правовым спорам.

Кроме того, психологические и культурные различия между мастером и клиентом могут порождать трудности в общении, что требует от мастера умения адаптировать свое поведение и подход к каждому клиенту в зависимости от его потребностей и особенностей.

Первичный контакт клиента с мастером или салоном определяет тон всех последующих взаимоотношений. Консультация перед процедурой является важным этапом, на котором мастер должен не только предоставить информацию о возможных услугах, но и выслушать пожелания клиента, уточнив его предпочтения и возможные ограничения. Согласно исследованиям в области индустрии красоты, успешная консультация основывается на установлении

доверия и уважении к мнению клиента. Это помогает избежать недоразумений и способствует формированию лояльности к мастеру и салону [4].

Важными аспектами на данном этапе являются:

1. Открытость и доступность информации. Мастер должен предоставить полную информацию о выбранной услуге, возможных результатах, рисках и противопоказаниях. Это способствует повышению доверия и уверенности клиента в правильности его выбора.

2. Активное слушание. Мастер должен продемонстрировать внимание и понимание, уточнив предпочтения клиента относительно желаемого результата, стиля или дизайна. Важно не только задавать вопросы, но и внимательно слушать ответы.

3. Советы и рекомендации. На основе индивидуальных особенностей клиента (форма пальцев, состояние ногтей и кожи рук) мастер может предложить наиболее подходящий вариант услуги.

Эффективность консультации значительно повышается, когда мастер активно использует вербальные и невербальные способы общения. Это может включать в себя не только точные рекомендации, но и эмоциональную поддержку, если клиент неопределен в своем выборе.

Невербальное общение в маникюрной индустрии включает в себя все те формы взаимодействия, которые происходят без слов, но которые имеют огромное значение в создании доверительной атмосферы и успешного контакта с клиентом. Это:

I. Мимика. Выражение лица мастера должно быть открытым и доброжелательным, что помогает клиенту чувствовать себя комфортно и расслабленно.

II. Жесты. Открытые жесты (например, протянутая рука или кивок головы) показывают заинтересованность и уважение к клиенту. Напротив, закрытые жесты (скрещенные руки или отсутствие зрительного контакта) могут восприниматься как отчужденность.

III. Интонация голоса. Мастера должны говорить с клиентами спокойно, уверенно и вежливо, избегая агрессии или слишком громкой интонации. Это способствует созданию атмосферы доверия и профессионализма [2].

Взаимодействие с клиентом на невербальном уровне является не менее важным, чем вербальное, поскольку оно напрямую влияет на то, как клиент воспринимает мастера и салон в целом.

Не всегда взаимодействие с клиентом проходит гладко: возникают ситуации недовольства, претензий или даже конфликтов. В этих случаях мастер должен обладать определенными навыками для того, чтобы разрешить конфликт без ущерба для репутации салона. Основные принципы решения конфликтных ситуаций включают:

A. Слушание и признание проблемы. Первый шаг в урегулировании конфликта – это выслушать клиента, дать ему возможность выразить свою точку зрения, а затем признать проблему. Это создает ощущение, что мнение клиента важно и что его претензии воспринимаются всерьез [1, с. 66].

Б. Сдержанность и контроль эмоций. В конфликтных ситуациях мастер должен сохранять спокойствие и избегать эмоциональных реакций. Важно, чтобы клиент видел в мастере профессионала, который способен находить решение даже в сложных ситуациях.

В. Предложение решения проблемы. Важно предложить конструктивное решение, которое будет удовлетворять обе стороны. Это может быть компенсация за неудовлетворенный результат, предоставление скидки или повторная услуга [5].

Исследования показывают, что правильное разрешение конфликтных ситуаций не только способствует сохранению клиента, но и может привести к положительным отзывам о салоне. Важно помнить, что стрессовая ситуация, если она решена правильно, может увеличить доверие клиента и укрепить его лояльность.

Когда процедура начинается, важно поддерживать коммуникацию с клиентом, чтобы обеспечить его комфорт и удовлетворенность. На протяжении всего процесса мастер должен:

1. Регулярно информировать клиента о ходе работы, чтобы тот чувствовал себя уверенно. Это включает в себя объяснение каждого этапа процедуры, рекомендации по уходу за ногтями и кожей после маникюра.

2. Использовать доброжелательные комментарии. Даже если клиент не задает вопросов, мастер может периодически комментировать процесс, например, по поводу выбранного дизайна или цвета лака. Это помогает укрепить доверие и поддерживать положительный настрой.

3. Внимание к комфорту клиента. Важным аспектом является внимание к физическому состоянию клиента. Мастера должны следить за тем, чтобы клиент не испытывал дискомфорт, и при необходимости корректировать положение его рук или тела.

Психологическое взаимодействие между мастером маникюра и клиентом является важным элементом не только успешной работы салона, но и построения долгосрочных и доверительных отношений.

Эмоциональный интеллект (ЭИ) играет ключевую роль в успешном взаимодействии с клиентами. Эмоциональный интеллект включает в себя способность распознавать и регулировать свои эмоции, а также понимать и влиять на эмоции других людей. В контексте маникюрной индустрии эмоциональный интеллект мастера влияет на качество обслуживания и на восприятие клиентами взаимодействия с мастером.

Психологические аспекты общения с клиентами в маникюрной индустрии представлены в таблице 2.

Психология восприятия играет важную роль в процессе взаимодействия с клиентом. То, как мастер воспринимает клиента, и то, как клиент воспринимает мастера, может значительно повлиять на эффективность коммуникации и удовлетворенность клиента.

Таблица 2

Психологические аспекты общения с клиентами в маникюрной индустрии

Психологический аспект	Описание	Рекомендации
Эмоциональный интеллект	Способность мастера распознавать и регулировать эмоции свои и клиента	Регулярные тренинги по эмоциональному интеллекту
Психологические барьеры	Недовольство, неуверенность, страх клиента	Развитие навыков активного слушания и эмпатии
Восприятие и невербальная коммуникация	Влияние первого впечатления и невербальных сигналов	Обучение невербальной коммуникации и использованию психологии цвета
Разрешение конфликтов	Активное слушание, эмпатия, предложений решений	Развитие навыков конструктивного разрешения конфликтов

1. Первое впечатление и невербальная коммуникация. Первое впечатление, которое клиент получает при входе в салон или при встрече с мастером, играет ключевую роль в формировании доверия. Невербальная коммуникация, включая жесты, мимику, осанку и контакт глазами, может передавать клиенту чувство уверенности, спокойствия и профессионализма. Мастера, использующие позитивные и открытые жесты, способны создать благоприятную атмосферу, которая способствует успешному общению.

2. Использование психологии цвета и окружения. Цветовая палитра, в которой работает мастер, может оказывать влияние на восприятие клиента. Например, теплые и приглушенные цвета создают уютную и расслабляющую атмосферу, тогда как яркие и насыщенные цвета могут стимулировать бодрость и активность. Мастера могут использовать знание психологии цвета для создания нужного настроения в процессе работы [3].

3. Принципы манипуляции восприятием клиента. Важно отметить, что мастер не должен использовать психологические приемы для манипуляции клиентом. Все манипуляции, направленные на то, чтобы заставить клиента совершить покупку или изменить выбор, должны быть этическими и основываться на честных и прозрачных рекомендациях. Однако правильное использование психологических принципов в общении (например, акцентирование на сильных сторонах услуги или выбора клиента) может улучшить восприятие и удовлетворенность.

В процессе взаимодействия между мастером и клиентом могут возникать различные психологические барьеры, которые могут негативно повлиять на восприятие услуги и общую атмосферу в салоне. Эти барьеры могут быть как у мастера, так и у клиента, и важно уметь их распознавать и устранять.

I. Барьер недовольства и недовольства от ожиданий. Один из наиболее распространенных психологических барьеров – это расхождение между ожиданиями клиента и результатами работы мастера. Клиент может ожидать, что

результат будет полностью соответствовать его представлениям, что в реальности не всегда возможно. В таких ситуациях важно, чтобы мастер умел объяснить клиенту возможные ограничения и предлагал альтернативы.

II. Страх или неуверенность клиента. Клиенты могут чувствовать себя неуверенно или бояться негативных последствий после процедуры. Это особенно актуально для новичков, которые не знакомы с процессом маникюра или не уверены в своих предпочтениях. В таких случаях мастер должен проявить терпимость, объяснить процесс и помочь клиенту почувствовать себя комфортно и уверенно.

III. Барьер неосведомленности мастера о психологическом состоянии клиента. Иногда мастер может не осознавать, что клиент переживает стресс или проблемы, влияющие на его настроение. Это может привести к недоразумениям и напряженности в общении. Важно, чтобы мастер развивал навыки наблюдения и внимательности к эмоциональным состояниям клиентов, чтобы предугадывать их потребности.

Рисунок ниже иллюстрирует важность различных психологических аспектов, влияющих на качество общения с клиентом в маникюрной индустрии.



Рис. 1 Важность психологических аспектов общения с клиентами в маникюрной индустрии

Рекомендации по улучшению этики и профессионализма в маникюрной индустрии представлены в таблице 3.

Таблица 3

**Рекомендации по улучшению этики
и профессионализма в маникюрной индустрии**

Рекомендация	Описание	Ожидаемый результат
Разработка профессиональных кодексов	Создание внутреннего кодекса поведения мастеров	Повышение ответственности мастеров и стандартизация поведения
Обучение активному слушанию и эмоциональному интеллекту	Проведение тренингов для развития коммуникативных навыков	Увеличение уровня удовлетворенности клиентов
Постоянная обратная связь и честность с клиентами	Внедрение системы сбора отзывов и открытого обсуждения результатов работы	Повышение доверия клиентов и уменьшение конфликтных ситуаций
Внедрение современных технологий	Использование CRM-систем и виртуальных консультаций	Улучшение удобства для клиентов и повышение качества сервиса
Улучшение рабочего места	Обеспечение комфортных условий труда и соблюдение гигиенических стандартов	Повышение эффективности работы и удовлетворенности клиентов

Внедрение практических рекомендаций по улучшению этики и профессионализма в маникюрной индустрии способствует повышению качества обслуживания клиентов, укреплению репутации салонов и улучшению профессиональных навыков мастеров. Эти изменения требуют как систематической работы с персоналом, так и внедрения современных технологий для обеспечения максимального комфорта и удовлетворенности клиентов.

Выводы

Таким образом, этика и профессионализм мастеров маникюра играют ключевую роль в успешном взаимодействии с клиентами. Эмоциональный интеллект, умение правильно регулировать коммуникацию и разрешать конфликты оказывают значительное влияние на уровень удовлетворенности клиентов и их лояльность. Развитие профессиональных навыков, таких как активное слушание и эмпатия, способствует формированию доверительных отношений между мастером и клиентом. На основе проведенного исследования предложены практические рекомендации по улучшению этических стандартов в маникюрной индустрии, включая обучение мастеров эмоциональному интеллекту, улучшение навыков коммуникации и использование эффективных методов разрешения конфликтов.

Литература:

1. Атанесян А.А. Психология и коммуникация в маникюрном салоне: эффективное общение с клиентами и управления их ожиданиями // Актуальные исследования. – 2023. – № 40(170). Ч.II. – С. 65-70.
2. Как общаться с клиентом мастеру маникюра? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://imkosmetik.com/journal/kak-obshhatsya-s-klientom-masteru-manikyura/>
3. Психология общения в салоне красоты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://academykeune.ru/ob-akademii/articles/psikhologiya-obshcheniya-v-salone-krasoty/>
4. Психология общения с клиентом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://easyweek.ru/psikhologiya-obshcheniya-s-kliiyentami-v-salone.html>
5. Школа этикета: о чем мастеру разговаривать с клиентом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clipstips.ru/blog/brendy/shkola-etiketa-o-chem-masteru-razgovarivat-s-klientom>