

Barbearias premium: segmento de beleza aposta na fidelização do cliente

Barbearia Tal Pai Tal Filho dispõe de área de convivência para os clientes com fliperama, vídeo game, jogo de botão, xadrez, entre outros atrativos.

19/10/2016 13:30:24

Hoje no Brasil, o setor de salões de beleza/barbearias só cresce. Segundo dados do Sebrae, em 2012 eram 155 mil estabelecimentos no país e hoje já são 600 mil.

Para seguir crescendo o segmento procura inovações que "prendam" a cliente, seja com novas tecnologias ou com serviços "a mais" ofertados a ela. É o caso da barbearia cearense Tal Pai Tal Filho, que iniciou suas atividades a fim de atrair famílias que, segundo os diretores da empresa, não tinham um espaço que reunisse, por exemplo, cadeira de massagem enquanto corta o cabelo, jogos para os pais e filhos se divertirem enquanto aguardam sua vez (fliperama, vídeo game, jogo de botão, xadrez, dama), minibiblioteca para apreciar uma boa leitura, entre outros atrativos.

Montar uma estrutura como essa custa caro. Segundo o diretor da Tal Pai Tal Filho, Alexandre Freitas, o investimento para essa estrutura passa dos R\$ 400 mil.

Levar pra casa

Ainda falando de fidelização, a empresa resolveu também apostar em produtos próprios para que as famílias possam levar para casa. É o caso do Café Tal Pai, Tal Filho, com grão oriundos de cafezais do Paraná. O objetivo da barbearia é que os clientes fiquem sempre lembrando da empresa. "O café é uma paixão nacional e consumo diariamente pelas famílias. Não queríamos que nosso contato se restringisse aos serviços da barbearia e, sim, que estivéssemos presentes na vida deles cotidianamente. Por isso, apostamos em um café premium", comenta Alexandre.