

Um brinde aos serviços de beleza com clima de happy hour

Esmalterias e barbearias adotaram conceitos que aliam espaços para unhas, cabelo, bigode e cerveja com os amigos. A diversão é garantida para homens e mulheres, mesmo na hora de cuidar da aparência

14/09/2016 13:53:03

É hora de dar um “tapa no visual” com muito conforto e diversão. As esmalterias e barbearias decidiram incorporar espaços de descontração para os clientes, uma tendência que começou na Europa e Estados Unidos e foi muito bem recebida pelos brasileiros. A ideia é conhecida como nail bars ou beauty bars, locais que aliam os serviços de beleza e ambientes pensados para trazer um clima de happy hour.

Esse novo conceito depende muito de como é feita a configuração das lojas, um trabalho de arquitetura e design bem afinado. Um projeto deste tipo nasce da vontade de proporcionar sensação de prazer ao cliente durante a estadia. “Percebemos que as mulheres queriam um lugar onde poderiam fazer as unhas e colocar o papo em dia. Elas marcam os horários junto com as amigas, ficam mais lindas, tomam um drink e conversam bastante. Os homens voltaram a usar barba, apreciam uma bebida premium, participam do dia do noivo e até mesmo outros tratamentos estéticos”, explica a arquiteta Cláudia Aragão, do escritório Castelier.

Segundo a profissional, a arquitetura influencia a experiência dos clientes porque dá vida ao conceito beauty bars. “Temos a visão do espaço. Procuramos deixar com boa circulação, arejado e com iluminação adequada. Especificamos móveis com boa ergonomia e conforto adequado para que o cliente não tenha pressa de sair”, afirma Cláudia Aragão.

A designer de interiores Cátia Maiello, também do escritório Casatelier, sugere para esmalterias e barbearias a aplicação de paredes de drywall, que separam os espaços de beleza e diversão. Além disso, acha interessante o uso de móveis compactos, cores que fazem referências às cervejeiras e poltronas para lembrar o ambiente de salões ou barbearias mais antigos. De acordo com a designer, é comum esses espaços terem um balcão ou mesas para drinks, cafés e cerveja. Há barbearias e esmalterias que contam também com sala de TV e até mesa de sinuca.

A arquiteta Estela Netto aponta o lado prático dos beauty bars. “É um jeito de deixar mais produtivo o

tempo do cliente. Ele pode lancha ou almoçar no momento do salão de beleza e barbearia. A pessoa sai do trabalho, vai cortar o cabelo e porque a gente não junta esse momento com o happy hour?” A profissional também explica como esse modelo de espaço de beleza, concebido por uma arquitetura bem planejada, pode agregar valor à marca:

“Hoje se sabe, por meio de pesquisas, que o visual do ponto de venda – nesse caso salão de beleza - é fundamental para a compreensão da marca. Para que um espaço seja reconhecido como salão luxo, tenho que traduzir esse conceito. Se desejo uma barbearia alternativa, em que o cliente vai ser bem recebido e pode se divertir, também é possível planejar. Em todos os casos, há uma série de informações arquitetônicas que vão contribuir para a construção do conceito. É muito legal ver como a arquitetura participa do branding”, explica Estela Netto.