

¿Quo Vadis Barber Shop?

Las tortillas de patatas y los degradados

POR ENRIQUE MARCO

Los Barber Shops están en todo su apogeo ¿Qué va a ocurrir ahora? ¿Han llegado a la cima? ¿Van a seguir creciendo? ¿Hacia dónde van?



Si consigues que tu Barber Shop, empiece a diferenciarse, a que los clientes vengan a disfrutar, tu negocio seguramente crecerá

2018 está terminando, llevamos unos 7-8 años de relevancia dentro de la peluquería. Los ciclos en la vida, la economía y los trabajos suelen ser de 8-10 años, y después acostumbran a producirse cambios ¿Estamos llegando al fin de un ciclo? ¿Quién puede saber el futuro? ¿Quo Vadis Barber Shop?

Ahora, después de esta explosión, redescubrimiento y masificación de la peluquería masculina, toca poner las cosas en su sitio, conservar el espacio adquirido, afianzar nuestra profesionalidad sin estar desvirtuada por una moda y seguir demostrando día a día nuestros dones. Es hora de enseñar que un barbero es algo más que hacer degradados y barbas.

Debemos trabajar el presente con el aprendizaje del pasado para proyectar un futuro. Ha habido un “boom” de unificación y declaraciones de identidad, pero ahora llega el momento de encontrar la Unicidad, de diferenciarse, saber tener tu firma, tu nombre y tu personalidad, dentro de esta ola de “barber pols, tirantes y pajaritas”.

¿Qué ocurriría si en tu ciudad el 90% de los bares se dedicasen a hacer tortillas de patatas? Seguramente algunos bares la harán mejor, pero si llevan 7-8 años haciendo lo mismo, ¿no crees, que los que antes les salía la tortilla regular, después de 8 años, ahora les saldrá bastante decente? Y se siguen haciendo tortillas, porque la gente lo pide, pero ahora, ¿qué diferencia hay entre unos y otros?

La gente, en general, ya no se sorprende de ver un Barber Shop

En las peluquerías de caballeros, ya hemos aprendido lo que es el marketing, el cómo hacer que clientes se acerquen a nuestro salón, ahora tendremos que aprender a saber vender experiencias, profesionalidad y asesoría. ¿Cuál es el bar donde repetirías para comer una tortilla de patatas? En el que está buena, el local es lindo, y el precio está bien, o en el que está buena, el local es lindo, el camarero te atiende con una sonrisa, te pregunta si te gusta la tortilla, te recomienda otra especialidad de la casa, te comenta los

tipos de cena que realizan en para otro día y se despide con otra sonrisa y un “qué pasen un muy buen día”. Ahí encontramos la selección de clientela, los que buscan una tortilla buena y buen precio, o los que les gusta algo más.

Si consigues que tu Barber Shop, ahora que hemos cogido impulso, empiece a diferenciarse, a ofrecer más, a que los clientes vengan a disfrutar, tu negocio seguramente crecerá. Ya no eres un bar cualquiera de tortillas, a partir de ahí, hasta donde uno quiera.

Las tortillas de patatas están muy buenas y vamos a seguir comiéndolas y cuanto mejores y más variadas sean, mejor, pero la gente necesita más asesoría, más variedad y sobre todo más experiencias positivas.

¿Qué creo que debería ocurrir? Que se empiecen a diferenciar. El hecho de ponerle a tu salón Barber Shop, ya lo has incluido en un grupo, ahora toca salir de ese grupo.

La gente, en general, ya no se sorprende de ver un Barber Shop, con muebles vintage, una bicicleta en la pared y un peluquero con tirantes, porque ya ha visto varios. ¿Habéis preguntado a la clientela más reciente que llega a vuestro salón, qué espera encontrar? Os pueden dar muchas pistas para saber hacia donde hay que ir.

Los Barber Shops, con los degradados y las barbas, han encontrado algo muy rico, como las tortillas de patatas, los bares que las hacen muy ricas las seguirán haciendo, porque será la especialidad, otros querrán cambiarle componentes, otros querrán hacer una deconstrucción. Las tortillas de patatas son un clásico... ¿Qué te apetece cocinar? ¿En qué quieres sorprender a tu clientela? TÚ, ¿qué deseas?

Estamos disfrutando de un bonito paseo, pero no podemos pensar que siempre será así, “tu paseo será como tú decidas hacerlo”.

