

Negócios



Três irmãs encontram a chance de ouro, um salão infantil

3 irmãs encontram a chance de ouro, um salão infantil.

Kety Shapazian - 16/9/2009 - 20h43

Newton Santos/ Hype



Juliana, em primeiro plano e as gêmeas Patricia (à esquerda) e Paula: agenda própria e novos desafios.

A rotina de trabalho de Juliana Butler de Rezende Monteiro na área de planejamento financeiro do Yahoo era, segundo suas palavras, uma loucura. Quando não estava viajando pela empresa, estava presa a horários que não lhe permitiam sequer levar sua filhinha recém-nascida ao pediatra. O cotidiano estressante durou até seu chefe ser transferido para a Austrália e decidir vender um negócio que havia aberto em 2003 em São Paulo – um salão de cabeleireiro voltado exclusivamente ao público infantil. Juliana viu sua chance de virar dona da própria agenda e comprou 50% do salão, instalado no Shopping Villa-Lobos, na zona oeste.



"Como meu chefe não tinha certeza se iria se adaptar na Austrália e não voltar, nós nos tornamos sócios, mas ele só era consultado quando eu tinha de tomar alguma decisão financeira. No dia-a-dia, tinha carta branca para tocar o negócio."

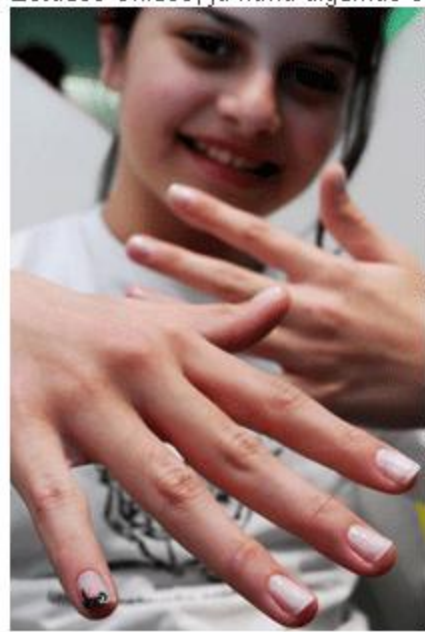
Juliana sentiu o baque da mudança de atividade: "Na verdade, é super diferente. Eu trabalhava com executivos, num outro nicho de mercado. Tive de me adaptar à nova realidade, a novos funcionários. E ser funcionário é bem diferente do que ser empresário. Empresário tem que se automotivar, tem suas próprias regras."

Assim que assumiu o Glitzmania, percebeu que cadastro de clientes era coisa rara no salão. Sem cadastro, era difícil saber o tamanho da freguesia, quem realmente era seu público, buscar novos clientes para reposição daqueles perdidos ou realizar a fidelização dos tradicionais. Juliana não se intimidou com os novos desafios e quando o ex-patrão viu que não voltaria mais para São Paulo, ela chamou as duas irmãs – as gêmeas Patricia e Paula – para se unirem à parceria.

Levando experiências da IBM e dos bancos Itaú e Unibanco, onde trabalhavam anteriormente, Patricia e Paula também tiveram de se adaptar à nova rotina. "É outro mundo! Agora, gerencio meu tempo, tenho minha agenda. Lá na IBM, não. Já tinha uma programação pronta para mim...", diz Patricia, que trabalhou sete anos na multinacional.

Com a inauguração do shopping Bourbon, na Pompéia, as três foram convidadas a abrir uma loja no novo centro de compras da zona oeste. "Eles queriam alguém que oferecesse o serviço de monitoria aos clientes do shopping." Desafio aceito, as três abriram a segunda unidade da empresa, com 210 metros quadrados. Enquanto os pais fazem suas compras, o Glitzmania cuida das crianças, num espaço separado do salão, no piso Turiassu. O preço do serviço é a partir de R\$ 18 (30 minutos).

À frente de 36 funcionários, hoje as gêmeas tocam a loja no Bourbon e Juliana cuida do salão no Villa-Lobos, onde atende entre 3,5 mil e 4 mil crianças por mês (na Pompéia, o número fica entre 1,5 mil e 1,7 mil/mês). "O Glitz foi o primeiro salão infantil da cidade. Antes, a mãe levava a criança para cortar o cabelo no salão dela e o filho chorava, o cabeleireiro ficava nervoso... Não era divertido. Nos Estados Unidos, já havia algumas operações com essa ideia. Depois de nós, surgiram aqui outros concorrentes. Alguns fecharam.



Acho que ajuda muito sermos os únicos dentro de shopping centers. Faça chuva, faça sol, aqui tem estacionamento, não tem que atravessar rua, é tudo mais fácil. Abrimos todos os dias, inclusive domingos e feriados", diz Juliana.



Agora, elas estão prestes a abrir franquias e já estabeleceram três praças de interesse – Campinas, Ribeirão Preto e Brasília. "Abrir a loja no Bourbon foi uma escola para as franquias. Aprendemos que precisa ter volume de vendas, senão não vira. O tíquete médio é de R\$ 48. Nós conseguimos agregar com o comércio de fantasia, cosmético e acessórios para o cabelo", diz a empresária. Os cosméticos da marca própria são lançamento recente da empresa.

Além de cortar cabelo enquanto joga videogame ou assiste a um DVD, no Glitzmania é possível fazer manicure, maquiagem e pintura artística (o rosto fica todo desenhado, sucesso inclusive entre os meninos). O primeiro corte de cabelo do bebê (elas atendem crianças a partir dos 10 meses de idade) garante às mães um certificado da visita, com uma mechinha dos fios. Quem quiser, pode comemorar o aniversário no salão também. Com direito a maquiagem, cabelo arrumado, 'desfile' de moda, bolo, docinhos e refrigerante, a festa custa a partir de R\$ 1 mil.

As três bonitas irmãs ainda têm mais assunto de empreendedorismo para contar – a história do bisavô Godofredo Butler. Ele migrou da Inglaterra para o Brasil, onde veio tentar a vida trabalhando com embalagens de papelão para sabão em pó quando o comum eram ainda embalagens de madeira. "Meu bisavô tinha ideias inovadoras. Era um sonhador, cheio de altos e baixos. Tinha hora em que ele estava super rico, e outras quando estava lá embaixo", conta Juliana.

Serviço: www.glitzmania.com.br

LETREIRO	PEDRA	SEGREDO
Com o slogan "a experiência que vai mudar sua cabeça", a marca foi criada em cima de uma banda de rock fictícia, Glitzmania, que "abriu as portas de seu camarim para cuidar da produção visual. Os irmãos Ricky, Cindy, o caçula Johnny e o cachorro Ozzy convidam você para experimentar os penteados mais diferentes etc." Segundo Juliana, a ida ao cabeleireiro deve ser um programa divertido. "Não pode simplesmente colocar a criança na cadeira e começar a cortar. Tem que conversar sobre o universo dela, tem que saber jogar videogame para poder dar umas dicas."	Mão-de-obra especializada é sempre um problema e conquistar uma equipe afinada não é tarefa fácil. Começando pela recepção, "a porta do salão", até o cabeleireiro, nenhum profissional, mesmo com experiência, começa a trabalhar na empresa sem passar por um período de treinamento. E as irmãs não querem ninguém de cara amarrada também. "Tem de estar sempre sorrindo, num astral legal, não pode ser uma pessoa sisuda", diz Juliana.	Fazer tudo pensando sempre no público-alvo da empresa é fundamental para dar certo. Treinar seu pessoal. Tornar a ida ao salão algo muito divertido para a criança. Por fim, caprichar no corte. "Não adianta ser tudo bonito e o cabelo ficar feio. A mãe não volta", diz Patricia. "Temos sempre que buscar coisas novas para oferecer, como oficinas de pintura, nos meses de férias."

Voltar

Enviar Notícia

Imprimir

Topo

Comentários

Comente esta matéria

Nome

e-mail

Enviar comentário

Versão Digital

AVOZ DO DC
 Brasileiros estão cada vez mais satisfeitos com suas compras online

ENQUETE
 Você concorda com o presidente Lula quando diz que no Brasil a crise acabou?
 Sim
 Não
 Não sei
VOTAR

Newsletter
 Cadastre-se para receber nossas notícias

HUMORNET
 Uma seleção do besteiro que rola na internet