

**A** pyme  
comercio

**Peluquería  
Boris Soler**

# Estudio de Buenas Prácticas.

"Una manera de hacer Europa"

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

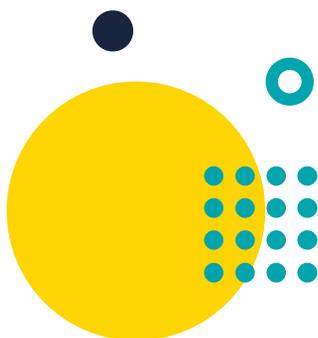
# Estudio de Buenas Prácticas.

El estudio de buenas prácticas tiene como objetivo presentar un caso de éxito empresarial en el cual se ha logrado aumentar significativamente las ventas. Para alcanzar este crecimiento, se han implementado dos estrategias clave: la presencia activa en redes sociales y la automatización de procesos internos.

Boris Soler es una conocida peluquería ubicada en Málaga. Destaca en su sector por su carácter innovador, siendo una de las primeras en establecer su presencia *online* a través de su página web, desde 2007. Esta estrategia ha contribuido significativamente a su reconocimiento y éxito comercial, incrementándose aún más gracias a su presencia activa en las diferentes redes sociales.

Para el desarrollo de este estudio se ha tomado como punto de partida la identificación de las inquietudes de pymes de comercio de diversos sectores, que manifestaron su interés en cuanto a cómo establecer su presencia en las redes sociales y cómo automatizar los procesos internos, entre otros.

A lo largo del estudio, te presentamos cómo esta empresa ha logrado hacer crecer su negocio y optimizar sus procesos internos mediante el uso de diversas herramientas.



“Una manera de hacer Europa”

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

# Información de la Compañía.

## DIRECCIÓN WEB >

www.borissoler.es

## AÑO DE FUNDACIÓN >

1993

## LOCALIZACIÓN >

C/ Cristo de la Epidemia 54,  
Málaga 29013  
(Málaga)

## NÚMERO DE EMPLEADOS >

5

## TIPO DE SOCIEDAD >

Sociedad Limitada

## ACTIVIDADES PRINCIPALES >

Servicios de Peluquería

## SECTOR >

Servicios personales y de  
belleza

“Una manera de hacer Europa”

Fondo Europeo de Desarrollo Regional



## Problema o necesidad

Se identificó que para lograr un crecimiento de la peluquería era esencial abordar dos aspectos fundamentales: **aumentar el número de clientes** y **mejorar la organización interna**. Con este fin, consideraron necesario aumentar su visibilidad a través de las redes sociales, exhibiendo el trabajo realizado, así como **automatizar varios procesos internos** para lograr una **mayor optimización del tiempo**.

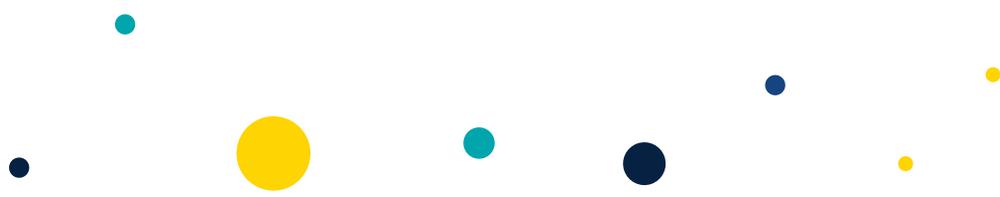
## Proceso de implementación y solución

En sus inicios, la peluquería optó por documentar su trabajo con los clientes y compartirlo a través de un blog, complementado con consejos diarios.

Al percibir el interés generado por su contenido y el **auge de las redes sociales** en los últimos años, la estrategia de la peluquería consistió en **diversificar el contenido en las distintas plataformas sociales** y adaptarlo a las preferencias de los usuarios. Desde Boris Soler destacan la importancia de personalizar el contenido para cada red social, no solo exhibiendo su trabajo, si no también mostrando un aspecto más personal para que los usuarios puedan conocer a las personas detrás del negocio y sentir una **conexión con la marca**.

La implementación en las redes sociales fue un **proceso natural y orgánico** para la peluquería. Comenzaron con un blog y, a través de la **experimentación y el aprendizaje** de las preferencias de los usuarios, descubrieron qué **tipo de contenido** resultaba **más atractivo**. Con la llegada de nuevas redes sociales, supieron adaptarse manteniendo siempre una **identidad de marca coherente** en todo el contenido compartido.

En términos de **mejora organizativa**, la implementación de una aplicación marcó un **cambio significativo en el crecimiento del negocio**. Esta aplicación albergó la base de datos de clientes, proporcionó una agenda más organizada y permitió visualizar la **facturación desglosada** por los distintos servicios ofrecidos, facilitando así una gestión más eficiente del negocio.



“Una manera de hacer Europa”

Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Actualmente, el uso de esta herramienta ha sido de gran eficacia. Una vez que una cliente reserva su cita, recibe automáticamente un **mensaje de agradecimiento** en su teléfono móvil, así como un **recordatorio** un día antes de la cita programada. Esta funcionalidad ha probado **mejorar la satisfacción de los clientes** y ha contribuido a una **mayor organización interna**. Además, gracias a esta herramienta, los trabajadores pueden anticipar qué clientes atenderán y los servicios que deben realizar, lo que les permite una **mejor planificación** de su jornada laboral y **optimizar su tiempo de trabajo**.

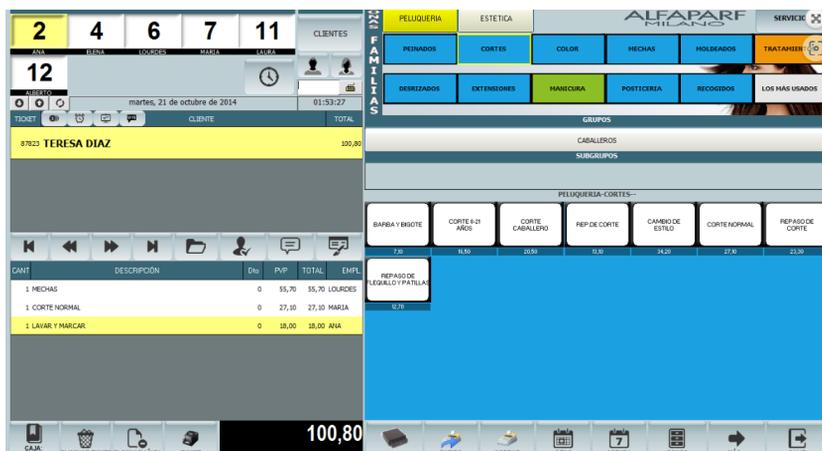
Dado el crecimiento experimentado por el negocio en los últimos años y la **reconocida popularidad** alcanzada a través de las redes sociales, gestionar un volumen tan significativo de clientes sería mucho más desafiante sin el apoyo de estas herramientas digitales. Su implementación ha sido esencial para mantener la **calidad del servicio** y el **nivel de satisfacción** de los clientes en el marco de este crecimiento exitoso.



*“El uso de la herramienta de gestión supuso un gran cambio ya que permitió una mayor eficiencia en la planificación de citas y servicios, lo que a su vez se tradujo en un incremento en la productividad”*

## Tecnologías o herramientas empleadas

- **Redes Sociales** (YouTube, Instagram, Pinterest, Twitter, LinkedIn, Facebook y Tumblr) y **WhatsApp Business**.
- **Managhair**: Esta herramienta permite gestionar las diferentes áreas de la empresa. Posibilita gestionar las **citas** de los clientes con facilidad, hacer un seguimiento de los **ingresos**, controlar el **stock** o realizar todas las **operaciones** desde una misma pantalla, lo cual luego les permite llevar a cabo diversos análisis de métricas.



Fuente: Managhair.

“Una manera de hacer Europa”

Fondo Europeo de Desarrollo Regional



*“Es muy importante adaptar tu contenido a las diferentes redes sociales y mostrar la persona detrás del trabajo para que el cliente pueda crear esa identificación de la empresa.”*

## Retos u obstáculos

Actualmente, los negocios enfrentan desafíos importantes en cuanto a obtener más visibilidad y mejorar la eficiencia para lograr una mayor productividad.

En este sentido, para Boris Soler fue esencial mostrar su trabajo de forma visual. Gracias a una cuidadosa edición, lograron resaltar los resultados de sus servicios, generando un **impacto visual positivo** en los usuarios, quienes acudían a probar el servicio.

20-10-2014		DÍA PARCIAL	MAÑANA	In Wait Manager
19:13:30		lunes		
Horas	ELENA 4%	MARIA 8%		
09:00				
09:30				
10:00				
10:30				
11:00		TERESA DIAZ-CORTE NORMAL 11:00		
11:30	ROSA ROMERO-COLOR COMPLETO 11:30			
12:00				
12:30		ROSA ROMERO-CAMBIO DE ESTILO 12:30		

Fuente: Managhair

Por otra parte, llevar a cabo la **gestión de citas de forma manual** implicaba una **mayor dedicación de tiempo y coordinación**, incrementando las posibilidades de cometer errores en la planificación de los servicios, y, en consecuencia, una **diminución en la calidad** de los mismos.

## Resultados (RRSS)

El crecimiento del negocio de la peluquería Boris Soler se ha fundamentado en **brindar el contenido en redes sociales que los clientes demandaban** y asegurarse de que el servicio reflejado en las publicaciones se cumpla cuando los clientes acuden al centro. Han estado atentos a las **preferencias y solicitudes de sus seguidores** en las redes sociales, ofreciendo contenido relevante y atractivo que se alinea con las expectativas de los clientes.

Esto ha generado un **mayor interés y participación** por parte de la comunidad *online*. En relación con las redes sociales, el negocio ha logrado alcanzar más de **200 mil suscriptores** en YouTube y **50 mil seguidores** en Pinterest. Estas cifras reflejan el **alto interés** de los usuarios en la peluquería y sus servicios.

“Una manera de hacer Europa”

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

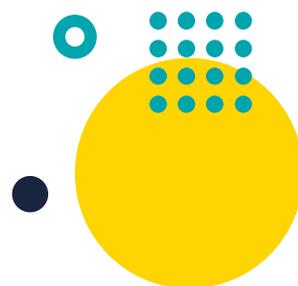
## Resultados (Automatización y CX)

Por otro lado, el uso de una herramienta organizativa como *Managhair* les ha permitido optimizar el tiempo de trabajo, facilitando la programación de citas, la gestión de clientes y la organización de servicios. Esta herramienta también les ha proporcionado métricas en tiempo real sobre la facturación, permitiéndoles tener un seguimiento detallado de los ingresos generados por los diferentes servicios que ofrecen.



Cabe destacar que la automatización ha mejorado la experiencia del cliente al enviar recordatorios de citas y optimizar la organización interna. Además, gracias al análisis de métricas, han podido ajustar su oferta de servicios según las preferencias de los clientes, aumentando el atractivo del negocio. Estos avances han impulsado el crecimiento exitoso de Boris Soler en un mercado altamente competitivo.

**El estudio de buenas prácticas ha mostrado que la combinación de una sólida presencia en redes sociales y el uso de herramientas organizativas es fundamental para impulsar el crecimiento, mejorar la productividad y mantenerse competitivo en el mercado actual, especialmente en el sector de los servicios.**



"Una manera de hacer Europa"

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

# Acelera *pyme*

“Una manera de hacer Europa”

Fondo Europeo de Desarrollo Regional