

Capitolul 5 – Prețuri, Valoare și Mindset Financiar

Prețurile pe care le practici nu sunt doar cifre.

Ele sunt reflecția valorii pe care tu o oferi ca profesionistă.

O tehniciană cu mentalitate de succes nu își stabilește tarifele în funcție de “cât ia X” sau de “ce zic clientele”, ci în funcție de:

- nivelul ei de pregătire
- calitatea serviciilor oferite
- timpul investit
- costurile reale din spate
- responsabilitatea profesională

Prețurile mici nu aduc respect – prețurile corecte DA.

Când tu te subestimezi, lumea te va percepe ca “ieftină”.

Când tu îți cunoști valoarea, lumea te va percepe ca un specialist.



5.1. CE ÎNSEAMNĂ CU ADEVĂRAT VALOARE ÎNTR-UN SERVICIU NAILS

Valoarea nu este doar “o manichiură”.

Valoarea este rezultatul tuturor elementelor pe care clienta le primește, conștient sau inconștient:

- tehnica ta
- timpul tău
- pregătirea profesională (cursuri / workshop-uri)
- produsele folosite
- igiena și siguranța
- mediul în care lucrezi
- experiența pe care o trăiește clienta
- atenția la detalii

Clienta nu plătește doar UNGHIA FIZICĂ.

Plătește experiența, rezultatul și siguranța.



5.2. DE CE PREȚURILE MICI NU TE AJUTĂ

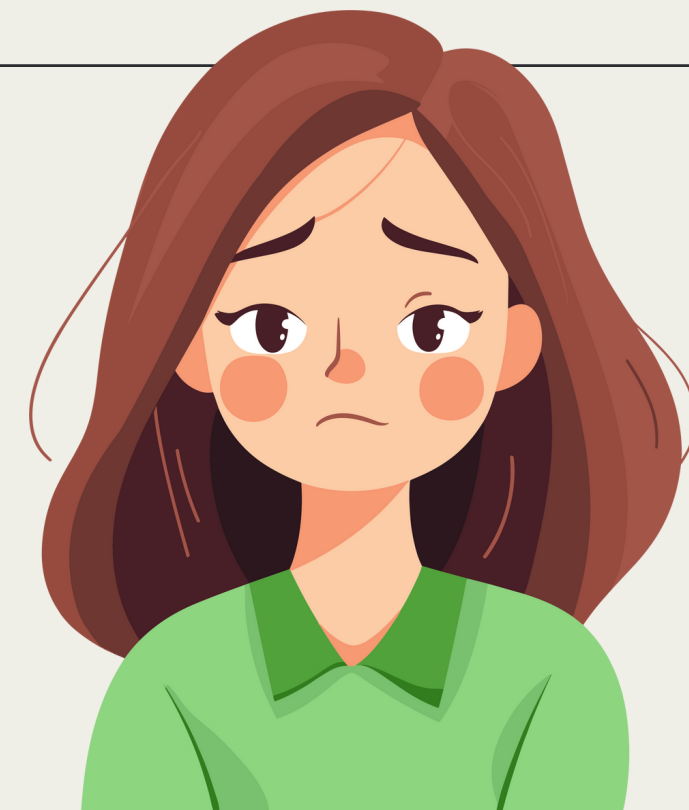
Prețurile mici atrag următoarele probleme:

- clientele „de preț”, nu „de calitate”
- lipsă de respect din partea clientelor
- percepția de tehniciană neprofesionistă
- presiunea de a lucra rapid → scade calitatea
- imposibilitatea de a investi în produse bune
- stres financiar și frustrare

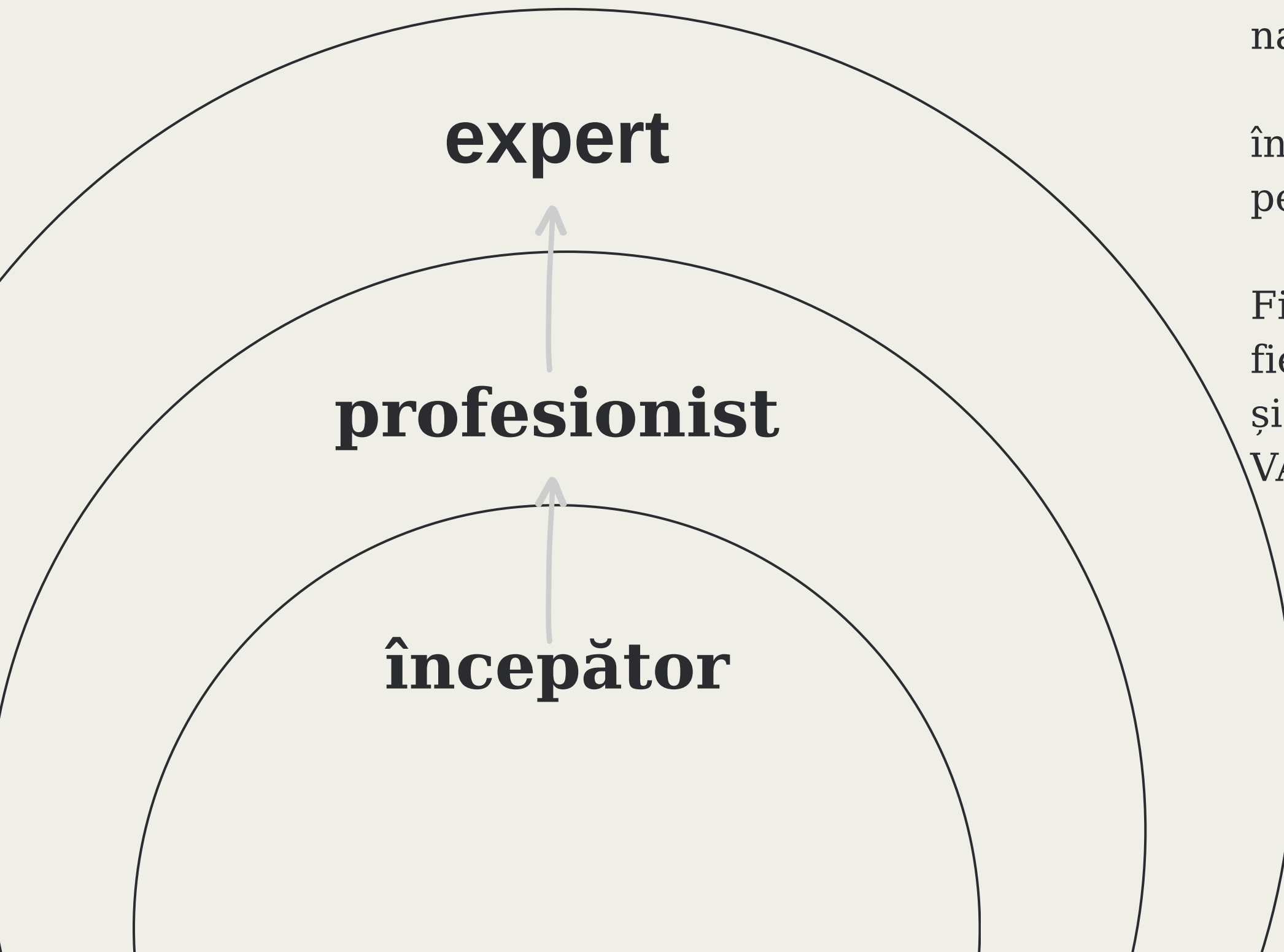
Prețurile mici îți taie aripile.

Nu îți construiesc brandul – ți-l slăbesc.

Tariful mic îți aduce volum, nu evoluție.



5.3. Creșterea Profesionalismului = Creșterea Prețurilor



Pe măsură ce nivelul tău tehnic și profesional crește, prețurile tale trebuie să crească în mod natural și firesc.

Nu poți cere același tarif ca în momentul începerii, pentru că TU nu mai ești aceeași persoană profesională.

Fiecare pas pe care îl faci înainte, fiecare curs, fiecare perfecționare, fiecare investiție în produse și instrumente – toate acestea cresc nivelul tău de VALOARE pentru clientă.

Tarif mai mare = nu este aroganță

Tarif mai mare = este recunoașterea

evoluției tale.

5.4. CUM SE CONSTRUIEȘTE PREȚUL CORECT

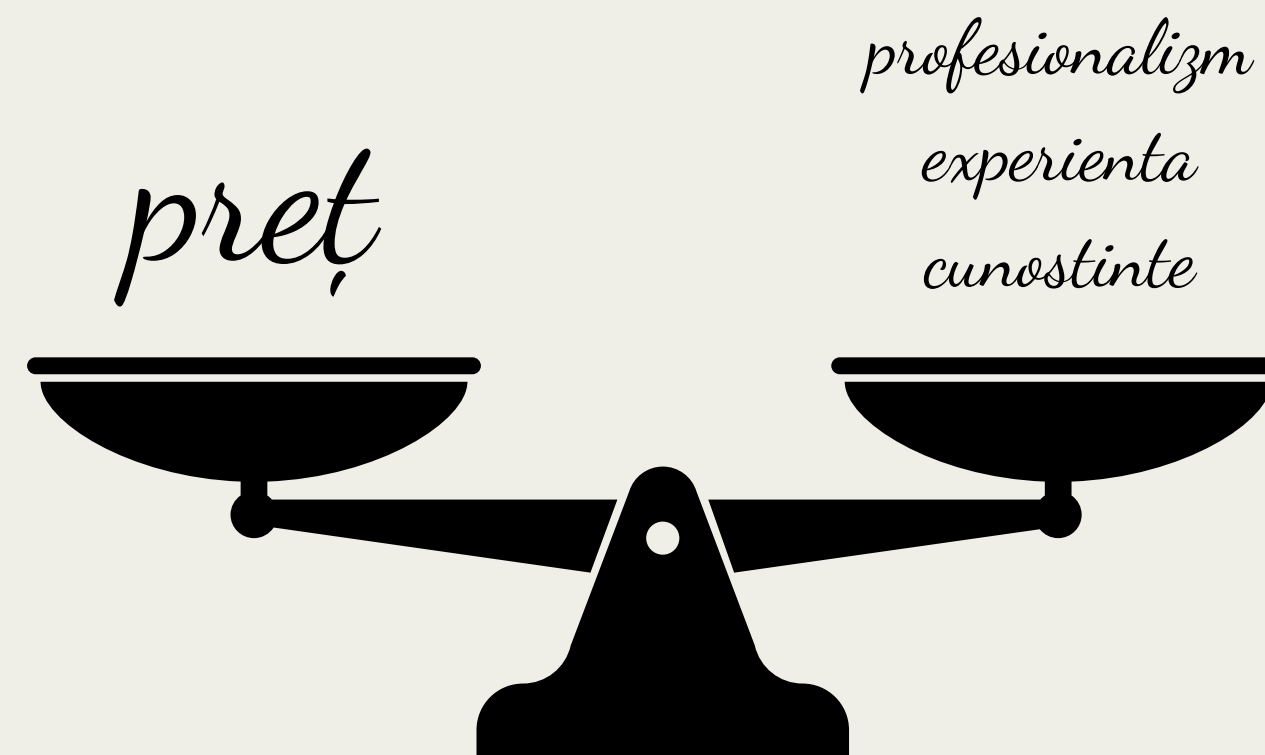
Prețul corect se construiește pe bază de calcul, nu emoții.

Ține cont de:

- costul produselor / consumului
- timpul de lucru
- nivelul tău de pregătire
- investițiile în cursuri
- chiria / utilitățile / întreținerea
- profitul minimal care îți permite să trăiești din această meserie

Prețul sănătos este unul care:

- îți acoperă costurile
- îți plătește munca corect
- îți permite să investești în tine
- îți susține businessul pe termen lung



5.5. CUM COMUNICI PREȚURILE CA O PROFESIONISTĂ

Comunicarea prețurilor trebuie să fie:

- liniștită
- sigură
- neutră
- fără scuze



Tonul în care comunică este mai important decât cifra în sine.

1. Nu explici prețul.
2. Nu îl justifici.
3. Nu îl „îndulcești”.

Îl anunți.

Mesaj clar, simplu, profesionist:

„Acestea sunt prețurile mele actualizate. Te aștept cu drag!”

Clienții simt energia:

- dacă tu pari nesigură, vor întreba / negocia.
- dacă tu ești sigură, acceptă.



5. 6. CLIENTA POTRIVITĂ PENTRU TINE NU ESTE CEA CARE CAUTĂ PREȚUL CEL MAI MIC

A atrage **orice** clientă nu este o strategie.
Este haos.

Dacă tu vrei să crești profesional, trebuie să înveți să îți alegi PUBLICUL.
Nu orice femeie care vrea unghii este “**clienta ta**”.

Tu NU vrei să fii tehniciana tuturor.
Tu vrei să fii tehniciana POTRIVITĂ pentru clientelele POTRIVITE.

Clienta potrivită:

- apreciază calitatea
- respectă timpul tău
- nu negociază prețul
- nu vine cu atitudine de superioritate
- nu te presează “să-i faci un preț”
- înțelege valoarea unui serviciu profesionist

Clienta potrivită vede prețul ca o consecință,
nu ca o piedică.

Clienta nepotrivită:

- vrea ieftin
- vrea rapid
- vrea “ca în poză” dar fără investiție
- nu are răbdare
- nu înțelege procesul
- pleacă imediat ce găsește “1 leu mai ieftin”

Aceasta NU este clienta care te crește.
Aceasta este clienta care te consumă.



Mai bine mai puține clienți de calitate, decât multe clienți toxice.

Scopul tău nu este să fii “plină cu programări”.

Scopul tău este să ai programările CORECTE.

Cu clienții care îți respectă munca, prețul și evoluția.

TEMA 1 – Autoevaluare financiară

Scrie pe o foaie ce preț ai acum pe:

- Construcție
- Întreținere
- Manichiură semipermanentă, scurtă

Și apoi, sub fiecare, scrie:

- cât te costă produsul real pe clientă
- cât te costă timpul investit
- cât vrei să fie profitul tău

Compară cifrele cu realitatea.

TEMA 2 – Identifică clienta ideală

Scrie 10 caracteristici clare ale clienței tale ideale.

Exemplu:

- vine la timp
- respectă programarea
- nu negociază
- apreciază calitatea
- își dorește stabilitate

Asta te ajută la filtrare + comunicare.

TEMA 3 – Moment de asumare

Scrie pe hârtie:

“Care este noul preț pe care îl merit în acest moment?”

NU “care mă avantajează clienta”.
Ci care îți reflectă evoluția ta.

Când ai acest răspuns → ai început să te
poziționezi ca profesionistă.



„DACĂ TU NU TE PRIVEȘTI CA O PROFESIONISTĂ ȘI NU ÎȚI ASUMI EVOLUȚIA, NIMENI NU O VA
FACE ÎN LOCUL TĂU.”