

没有花哨宣传,不用网络营销,老客带新客,客源不间断 车库理发店‘顾客圈’缘何越来越大

理发行业竞争激烈,但车库理发店始终在业内占据着一席之地。记者发现市区小区内的车库理发店越开越多。连日来,记者走访了市区多家车库理发店,探寻其生存现状。



车库理发店外景

车库理发店折射出经营者的心态

记者发现,车库理发店的经营者大多为四五十岁的中年人,至少有十多年的从业经验,能够在短时间内剪出顾客满意的发型。开在白云小区自家车库的应笑珍自18岁起开始理发,已有三十多年,从小店到大店,再到自家车库,店小名气大。今年54岁的她容光焕发,穿着青春靓丽。“年轻的时候我就常去进修,基本功扎实。现在看见一个好看的发型就会去钻研,一定要学会,不想让自己落后。我的目标就是让每个客人都变得好看。”应笑珍告诉记者,自己的小店提供理发、染烫、盘发、化妆等各种服务。因为自己热爱这份工作,才能在辛苦中得到自我满足,坚持数十年。

第二类经营者多数都曾经营过规模稍大的理发店,在年轻时拼搏过、奋斗过,年纪大了只求稳定,在离家近的小区租个车库继续理发。吕志斌的理发店原本开在花川,由于拆迁,今年他将理发店迁移至城建小区的一个小车库内,既缩小了规模又离家近。年

轻时的他敢于去拼,当年曼都发型在永康疯狂扩张时,他曾投资加盟过三家。吕志斌告诉记者,“以前闯过了,人生也没有遗憾了。如今大店不好开,我这家小店经营到五六十岁都不成问题。”第三类经营者情形比较简单。他们自从业以来就在车库经营,有的开在自家车库,有的租用离家近的小区车库。他们从没想过要靠理发赚大钱,一直以来勤勤恳恳地工作。对于他们来说,无法改行,也永远不怕失业。

老客带新客,顾客相对固定

现如今,随着互联网的发展,许多理发店都越发注重互联网推广、微信宣传、网络营销等手段。很多理发店本身没有老客,完全依靠团购网站营销,用优惠来吸引顾客,店铺缺少核心竞争力,体验感也很一般,回头客自然就少。这些网络客属于团购平台,只认价格,认优惠,哪里优惠去哪里,本身就没有忠诚度可言。然而,车库理发店完全相反,没有花哨的宣传,没有网络营销,靠的就是老客带新客、新客带新客。车库理发店主要针对追求实惠的平民百姓,尤其是那些只想简简单单剪个头发的人。顾客群体以老客为主,大部分都居住或曾经居住在周边小

区,在家附近理发方便快捷。在年龄上,顾客主要是中老年人,小孩多在长辈的带领下同前去看理发,年轻群体很少。选择车库理发店的顾客往往追求简单的发型,方便、好打理即可,染发也以老人染黑发为主。但也有例外。记者前往白云小区探访时,应笑珍的小车库里人气满满。“我是从河南村那边专门赶来染头发的。三年多前,我看见一个朋友的发型特别好看,问出了地址就过来了,做出来的发型果然让我很满意。”正在店内染发的王女士告诉记者,三年多来,每次做头发她都要从乡下过来,有时候还需要等,但她就认准这家店。这家车库理发店的顾客群体显然更为广泛,不论年纪大

小,不论身份地位,不论家里远近,什么客人都有。还有一家位于四方小区的理发店十分特别,虽开在车库,但装修很有情调,门口摆满了绿植。与普通的车库理发店相比,这家店较为高档,更倾向于工作室的性质。店主陈方美是国家级高级美发师,她以前经营的是较大的理发店。如今虽然将店开到了离家近的车库,但她店铺的定位没有很大的改变,价位比起其他车库理发店要高很多,针对的主要是爱美、追求潮流且不太在意价格的顾客。她的顾客都是从前积累的老客,有些在外地读大学的学生也会趁放假回家去她店里,顾客群年龄跨度大。

顺应顾客需求,走平民化路线

虽然大部分的车库理发店面积很小,设施简陋,但依旧有忠实的顾客。小小的车库理发店,能在激烈的市场竞争中站稳脚跟,自有其生存之道。首先,价格实惠,自身成本低。据了解,普通的车库理发店均价在15元左右,有的对老人、小孩还另有优惠。价格虽低,但刮脸、修面等服务绝不含糊,相较于高档理发店不断抬高的价格,车库理发店更接地气,更受中老年人的喜爱。对于经营者来说,即使不是自家车库,租用车库的价格也不高,不需要花大钱装修,算上水电费成本仍然很低。多位经营者表示,店铺利润其实不高,赚不了大钱,但自己过过小日子也足够了。收费上不能提高,好在成本低,经营风险很小,靠量赚钱。

其次,快捷方便,节省时间。这里不得不提到近年来国内兴起的“快剪”模式。“快剪”这个商业模式其实源于日本的QB House,早在1996年就已创立,曾被《华尔街日报》称为“日本理发行业的革命”,创办宗旨是“十分钟令人焕然一新”,只为繁忙的都市人提供简单的“单剪”服务,摒弃传统理发店中的洗头按摩、染烫吹等繁琐程序。实际上,早在“快剪”模式在国内兴起之前,车库理发店就已经形成了这种惠民便捷的理发模式。对消费者来说,高档理发店不仅花费的时间长,而且总会有没完没了、狂轰乱炸式的产品推销。而车库理发店开在小区内,小区居民不需要在路上花费过多时间,经营者都是有手艺的老理发师,动作利索,对追求快捷的人来说是最好的选择。

第三,服务态度好,顾客信赖。这一点明显区别于“快剪”模式,“快剪”模式的特点是最大限度地减少服务,除了咨询发型需求外,发型师可以带着口罩全程一言不发。而车库理发店更有人情味儿一些,理发师与顾客的交流更多。有的客人想染发,理发师会真诚地劝说染发不健康,有的客人得了病,理发师会跟他们说说养生之道,有的客人对发型不满意,理发师就立刻修改。良好的顾客体验感为车库理发店积攒越来越多的老客,两者朋友一般地相处,即使理发店搬去了别处,老客依然会找上门来。除此之外,对于经营者自身来说,时间更为自由,压力小。俗话说“开店容易守店难”,尤其是对经营过稍大店铺的理发师来说,体会颇深。店铺虽大,但房租高,压力大,员工管理难,平时自己根本抽不开身。“以前开大店的时候身不由己,现在开在车库,离家近,方便带小孩,每天还能回家午睡。”陈方美说,经营车库理发店,自己当老板自己理发,既能减轻压力,又能随时给自己放个假,生活轻松不少。工作生活两不误,经营者自然乐意将理发店长久地经营下去。



应笑珍为顾客理发

记者手记

小理发店也要顺应大潮流

现如今,随着生活方式的转变,国内传统理发行业提供的多样化服务已不如过去那般受欢迎,产品推销甚至引起顾客反感。许多大规模理发店已经难以生存,最终多店变单店、大店变小店、离开一流商圈进入二三流街区。而车库理发店却能够经久不衰,且有忠实的顾客,其模式自有值得借鉴之处。车库理发店的有增无减、“快剪”模式的兴起,都在印证着快节奏生活人们对理发需求的改变。理发行业应当顺应时代潮流,逐渐改变经营模式。

□见习记者 李悦

商务信息

营业执照遗失公告
1117 李洋洋遗失永康市市场监督管理局2018年5月22日核发的统一社会信用代码为92330784MA2DCJ560D营业执照(正、副本),声明作废。
李洋洋
2018年8月29日 声明
1118 王伦森遗失2018年7月10日在永康市第一人民医院就诊的门诊发票一张,金额287元,声明作废。
营业执照遗失公告
1113 永康市象珠镇灵巧饭店遗失永康市市场监督管理局2017年9月14日核发的统一社会信用代码为92330784MA29P2KT58营业执照(正本),声明作废。
永康市象珠镇灵巧饭店
2018年8月29日
营业执照遗失公告
1114 永康市西城彭明玉副食店遗失永康市工商行政管理局2013年11月18日核发的注册号为330784612066215营业执照(副本),声明作废。
永康市西城彭明玉副食店
2018年8月29日

欢迎刊登分类广告