



SEBRAE

**Tatuadores e designers
de sobrancelhas: saiba
como evitar o temido
no-show**

Índice

Introdução.....3

O que é "no-show"?..... 4

Quais as consequências?..... 5

Quais as causas do "no-show"?..... 8

Como evitar "no-show" no setor da beleza?..... 10

Qual é o custo do cancelamento de última hora?..... 15

Como manter uma lista de espera ativa?..... 16

Conclusão..... 17

Sobre o SEBRAE Pernambuco..... 18





Introdução

Uma das situações mais desgastantes para aqueles que fazem atendimento ao público é o cancelamento de última hora. Além de perder o valor esperado pelo serviço, fica impossível fazer outro encaixe para o mesmo horário. Esse tipo de problema, bastante comum em salões ou clínicas de estética, pode comprometer seu planejamento financeiro.

Por isso, tatuadores, designers de sobrancelhas e outros profissionais da área da beleza têm investido em medidas para evitar o no-show. Se você precisa ter **mais previsibilidade**, acompanhe nosso guia completo e saiba quais estratégias usar para manter a agenda cheia, e sem cancelamentos.

O que é "no-show"?



Embora essa expressão seja bastante comum ao ambiente comercial brasileiro, ela surgiu nos Estados Unidos para **descrever os casos em que o passageiro não comparecia para o voo sem qualquer aviso-prévio.** Com o passar dos anos, esse termo passou a fazer parte de diversos setores, sempre para se referir a indivíduos que agem dessa maneira.

Quando se trata do mercado da beleza no Brasil, a ampla concorrência também agrava o problema, pois muitos têm medo de adotar políticas mais duras para coibir esse comportamento. É nesse contexto que o público age de forma irresponsável, penalizando sua marca com cancelamentos.

Quais as consequências?



A perda financeira, sem dúvidas, é uma das consequências mais graves desse tipo de situação. Contudo, existem muitos outros problemas que você pode enfrentar ao lidar com uma clientela com altas taxas de no-show, conforme visto a seguir.

Queda nas receitas

Quando se trata de aspectos financeiros, precisamos considerar os custos contábeis e econômicos de um cancelamento.

Enquanto o primeiro se refere ao valor em dinheiro que o profissional

deixou de receber por não executar o serviço, o segundo inclui ainda o **custo de oportunidade** referente ao atendimento de outro cliente que poderia fazer naquele horário, ou outros atendimentos que poderia combinar com a pessoa, caso ela tivesse comparecido.

Suponha, por exemplo, que uma cliente falta a uma sessão de micropigmentação avaliada em R\$ 300,00. Esse valor indica a perda contábil, enquanto o custo econômico inclui também o atendimento de outra pessoa que poderia ser encaixada e a possibilidade de renda futura com as consultas de retoque.

Problemas no planejamento e organização

Bons profissionais normalmente estão com a agenda lotada com algumas semanas de antecedência. Isso significa que um no-show pode atrapalhar bastante o dia a dia de trabalho, principalmente por impedir que aqueles na fila de espera consigam um horário.

O cancelamento também faz com que você tenha um pedaço de tempo ocioso, mas que não é de descanso, deixando o dia desorganizado e até mesmo afetando a qualidade do **serviço prestado aos outros clientes**. Afinal, uma situação desgastante pode afetar seu humor e disposição para os próximos horários.

Relação com o cliente

Como atender de maneira solícita e agradável um cliente que já atrapalhou sua agenda? Esse é um dos desafios que muitos profissionais enfrentam no dia a dia, ainda mais depois que a relação de confiança foi

perdida.

Para muitos pode ser frustrante lidar com pessoas que nem aparecem ou desmarcam sem aviso. O clima desconfortável e a frustração podem também impactar a experiência do cliente, podendo levar a **avaliações negativas e a críticas nos canais de comunicação** da sua marca.

Gestão de recursos

Outro ponto importante que deve ser levado em conta se refere aos materiais utilizados, tais como tintas, agulhas, luvas, desinfetantes e outros insumos preparados para o atendimento específico.

Quando o cliente não comparece, o custo de alguns insumos também deve ser considerado, pois alguns deles **não podem ser reaproveitados** para outras sessões sem comprometer a qualidade do atendimento. Mesmo os itens com custo individual baixo podem ter um impacto financeiro substancial quando há vários cancelamentos.



Quais as causas do "no-show"?



Existem diversos fatores que podem impactar a taxa de cancelamento, o que prejudica o faturamento e a programação. Ao entender quais são essas causas, fica mais fácil adotar medidas para mitigá-las. Por isso, listamos os motivos usuais do no-show, a seguir:

- **mudança na rotina** — imprevistos de última hora e alterações relacionadas ao trabalho tendem a impedir o comparecimento;
- **data esquecida** — caso estejam com sobrecarga de compromissos, o cliente pode não lembrar do agendamento, por isso, vale a pena mandar lembretes um pouco antes;
- **falta de compromisso** — também é comum que as pessoas não levem

tão a sério os horários. Para evitar o no-show nesse caso, solicitar um adiantamento percentual é uma boa saída;

- **problemas financeiros** — [segundo pesquisa](#), **mais da metade dos trabalhadores brasileiros enfrentam dificuldades com o dinheiro** e não avisam a falta por vergonha, aumentando o no-show;
- **questões logísticas** — trânsito, dificuldade de transporte ou localização do estabelecimento também são fatores que impactam nas faltas e atrasos. Por isso, avalie com cuidado o ponto comercial para facilitar a vida do cliente.

Além das ações breves citadas aqui, existem várias outras práticas que ajudam a diminuir muito o no-show e garantem a satisfação de todos os envolvidos.



Como evitar "no-show" no setor da beleza?



Apesar de ser impossível zerar o número de cancelamentos, tendo em vista que algumas situações deixam o consumidor realmente sem alternativas, pode-se incorporar algumas medidas que contribuem para reduzir bastante esse tipo de ocorrência. Veja, a seguir, ideias que podem ser aplicadas com facilidade para **incentivar o comprometimento em sua clientela**.

Política de agendamento

Durante as primeiras interações com o cliente, muitos profissionais se concentram em explicar o procedimento, os valores e demais peculiari-

dades do serviço. Contudo, a comunicação clara sobre a política de agendamento também deve fazer parte dessa conversa.

Considere as características do seu público para criar suas próprias regras. Entre as práticas mais comuns, está o **estabelecimento de um limite**, geralmente de até **24 horas**, para a mudança de horário ou cancelamento sem penalização, ou a cobrança de depósitos para marcações futuras.

Agendamento online

Usar a tecnologia também pode ser um excelente meio de evitar no-shows, além de trazer mais conveniência para o cliente. Nesse quesito, o agendamento online é uma ótima opção, principalmente para aqueles que são configurados com lembretes automatizados.

Existem diversas plataformas de agendamento digital, tais como Google Calendar, SimplyBook.me e eAgenda, que permitem aos clientes verificar os horários disponíveis e fazer reservas com facilidade.

Quanto ao envio de avisos, eles podem ser ativados via SMS, WhatsApp ou e-mail, **garantindo que o cliente não esqueça do seu agendamento**. Você também pode incluir na agenda online a opção de mostrar a política de cancelamento antes da confirmação, já estabelecendo com o cliente o compromisso quanto às regras estipuladas.

Sinal para garantir compromisso

A cobrança de um pequeno percentual do serviço também funciona para garantir o comprometimento do cliente, já que uma parcela do total foi

adiantada na hora da reserva. O montante exigido pode ser fixo ou um percentual do valor do serviço agendado, sendo que ele fica retido como compensação em caso de desistência.

Essa prática é respaldada pelo artigo 6 do Código de Defesa do Consumidor (CDC), o que exige apenas que o cliente seja informado previamente sobre a cobrança. Também vale destacar que é necessário fornecer um comprovante ou recibo referente ao valor requerido.

Desse modo, você cria um incentivo para o comparecimento e, quando ele não for realmente possível, ao menos para o reagendamento com antecedência a fim de evitar a perda do sinal.



Programa de fidelidade

Investir na fidelização do público pode ser um caminho inteligente tanto para evitar no-show quanto para aumentar as receitas do estúdio. Para

colocar esse plano em prática, você pode incluir descontos, serviços gratuitos, brindes e outros benefícios exclusivos.

Inclusive, um [estudo realizado pela Octadesk, em parceria com a Opinion Box](#) **sugeriu que alguns desses incentivos fazem com que 84% dos indivíduos participem dos programas de fidelidade da empresa.**

É importante explicar que a fidelização gera uma conexão forte entre profissional e cliente. Isso também ajuda a não ter faltas sem avisos, que atrapalham a sua programação e, conseqüentemente, o faturamento.

Sistema de lista de espera

As listas de espera são úteis para realizar encaixes e lidar com os horários que vagam de última hora. Assim, caso uma pessoa não compareça no local, tanto tatuadores quanto designers de sobrancelhas preenchem a vaga com agilidade, evitando prejuízos.

Esse sistema também ativa o gatilho mental da urgência nos clientes. Dessa forma eles ficam sabendo que podem perder a vaga caso não respondam logo. Como resultado, há maior compromisso com o horário.

Essa solução pode ser trabalhada digitalmente, permitindo autogerenciamento e acesso imediato a outros clientes interessados.

Personalização do atendimento

Uma [pesquisa divulgada pelo Meio & Mensagem](#) **informa que no último ano 69% dos brasileiros prezavam por experiências personaliza-**

das. Se você lidar com essa prática no estúdio, seja de sobrancelhas, seja de tatuagem, há um aumento significativo na satisfação dos clientes.

Isso porque eles percebem que o profissional está realmente interessado em prestar o melhor serviço possível, tornando a experiência mais significativa e **incentivando novos agendamentos**.

Uma boa jornada também pode render indicações, que são importantes para que você esteja sempre com os horários cheios e com a lista de espera lotada. Além disso, pode passar um ar de experiência premium, permitindo a prática de preços mais altos.

Incentivos para o comprometimento

Além dos programas de fidelidade, você pode pensar em soluções que incentivam o comprometimento mesmo para quem não fizer parte da estratégia anterior. Por exemplo, cupons de 5% de descontos para outras sessões ou vouchers com determinado valor servem para reconhecer o comprometimento.

As estratégias de cobrança de uma parte adiantada também podem ser úteis. Nesse sentido, você pode solicitar o **adiantamento de até 50% da reserva**, com políticas de devolução do valor bem claras que, caso não cumpridas, acarretem o não ressarcimento.

Qual é o custo do cancelamento de última hora?



Os cancelamentos de última hora representam um problema que precisa ser enfrentado para não ter prejuízos grandes. Quando uma pessoa desiste do horário que tinha reservado sem avisar ou muito perto do prazo, dificilmente você vai preencher com outro cliente.

Isso significa que você não terá a entrada de recursos previstos e ainda ficará com um buraco na agenda, que poderia ter sido preenchido por alguém que realmente tivesse interesse e compromisso.

A depender da sua preparação, existe a possibilidade de **perda de material e de disponibilidade de pessoal**. Por isso, o envio de mensagens e a adoção das práticas destacadas no tópico anterior são necessárias para evitar o no-show. Uma lista de espera volumosa também pode ser útil.

Como manter uma lista de espera ativa?



A organização é o primeiro passo para ter uma lista de espera ativa. Para isso, o uso de planilhas e aplicativos de agendamento servem para controlar as vagas, e os grupos no WhatsApp permitem o envio de mensagens sobre vagas disponíveis, ocupando o espaço na agenda rapidamente.

O processo de comunicação com os clientes também deve ser claro.

Ele é útil para enviar mensagens diretas e objetivas sempre que houver uma abertura devido a um cancelamento inesperado.

Por fim, reforce a importância da lista de espera e destaque para os potenciais clientes que eles podem ter acesso antes de novas aberturas na agenda. Essas práticas podem fazer toda a diferença na hora de manter a agenda sempre cheia, mesmo diante de imprevistos.



Conclusão

Somente quem trabalha com atendimento ao público conhece os desafios de manter uma agenda organizada. Entretanto, com algumas práticas simples é possível minimizar a ocorrência de no-show e garantir a sustentabilidade do seu negócio.

O mais importante é ter um olhar atento sobre a dinâmica com seus clientes para entender o que funciona melhor, seja a implementação de regras duras na política de agendamento, cobrança de sinal ou programas de fidelidade. Fazer isso assegura que a estratégia seja adequada à clientela e que haja previsibilidade financeira para sustentar o crescimento da marca.

Sobre o SEBRAE Pernambuco



O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada desenvolvida com o intuito de **auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios**. Temos unidades em todo o território nacional e ampla experiência de mercado.

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para **auxiliar os empresários a alcançarem prosperidade nos negócios**. Atuamos nas frentes de fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos negócios, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.