

رازهای افزایش فروش سالن های زیبایی



۲۷ تکنیک فوق العاده‌ای که درآمد سالن‌های زیبایی
و آرایشگاه‌های زنانه را ۱۰ برابر می‌کند

رازهای افزایش فروش در سالن‌های زیبایی و آرایشگاه‌های زنانه
تیم تولید محتوای دیدار
سارا رنجبران
گلریز اندیشه‌فر
ساجده مختاریپور
زمستان سال ۱۴۰۰
ابریدانش دیدار
فروش و بازاریابی

عنوان
گردآوری و ترجمه
به سرپرستی
گرافیک
صفحه‌آرا
زمان انتشار
ناشر
موضوع

کلیه‌ی حقوق مادی و معنوی این کتاب متعلق به شرکت ابرایانش **دیدار** می‌باشد. انتشار این کتاب بدون دست‌کاری در محتوای آن و فقط به صورت آنلاین، نه تنها مجاز بلکه باعث خشنودی است.

توجه!

با توجه به اینکه کتاب‌های رایگان منتشر شده توسط دیدار به صورت دوره‌ای به‌روزرسانی می‌شوند، اگر این کتاب را از مسیر دیگری جز سایت ما دانلود کرده‌اید، برای دریافت آخرین نسخه‌ی کتاب «رازهای فروش در سالن‌های زیبایی و آرایشگاه‌های زنانه» روی لینک زیر کلیک کنید.

[لینک دانلود کتاب در سایت دیدار](#)

۲۷ رازی که سالن‌های حرفه‌ای از آن
برای افزایش درآمد استفاده می‌کنند

کسب و کارهایی مثل آرایشگاه‌های زنانه، که با ارائه‌ی خدمات مستقیم به مشتریان سروکار دارند، چالش‌ها و سختی‌های خاصی را تجربه می‌کنند. مشتری‌ها، سالن و کلینیک زیبایی شما را بر اساس کیفیت خدماتی که به آنها ارائه می‌دهید، ارزیابی می‌کنند.

اما ممکن است صدها فاکتور دیگر را هم در نظر بگیرند. (مانند قیمت خدمات، نوع رفتار کارمندان شما، میزان به‌روز بودن خدماتتان و غیره.) تعداد بسیار زیاد سالن‌های زیبایی را هم که کنار این موارد قرار دهید، همه چیز خیلی سخت‌تر خواهد شد.

بگذریم. قطعاً شما بهتر از هرکسی با این مشکلات دست‌وپنجه نرم می‌کنید و نیازی ندارید که کسی آنها را برایتان تکرار کند. ما هم چنین قصدی نداریم. برعکس، هدف ما این است که به شما یاد بدهیم چطور در شرایط اقتصادی ایران و دنیای مدرن امروزی، بیشتر از همه بفروشید! می‌دانید در سال ۱۴۰۰ چه چیزی باعث پیشرفت کسب‌وکارتان می‌شود؟

پس مقدمه‌چینی نمی‌کنیم و به سراغ اصل مطلب می‌رویم.

۱. شبکه‌های اجتماعی

قطعاً اولین گزینه‌ای که به ذهن هرکسی می‌رسد، همین شبکه‌های اجتماعی است. هرکسی آرایشگاه محبوبش را در اینستاگرام فالو می‌کند. اما همه‌ی آرایشگاه‌ها به یک روش تکراری از اینستاگرام استفاده می‌کنند. شما متفاوت باشید. مثلاً:

- روی تولید محتوای آموزشی سرمایه‌گذاری کنید. مثلاً مدل موهایی را که مشتری‌ها به‌سادگی می‌توانند در خانه اجرا کنند، آموزش دهید. شاید فکر کنید این کار باعث می‌شود مشتری‌ها دیگر سراغتان نیایند و فروشتان کم شود. اما دقیقاً برعکس این را تجربه خواهید کرد.

- لایو انجام خدمات (مانند لایو آرایش عروس) و تصاویر قبل و بعد را منتشر کنید. با این کار میزان مهارتتان را به مشتری‌ها نشان می‌دهید.

- بسیاری از سالن‌های معروف، آرایشگرها و ناخن‌کارها از تبلیغات و اینفلوئنسر مارکتینگ به جایگاه امروزی‌شان رسیده‌اند. مردم به بلاگرها و افراد معروفی که در شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کنند، اعتماد کامل دارند. به همین دلیل است که اگر از طرف این افراد به مخاطبان معرفی شوید، نرخ افزایش مشتری‌تان خیلی زیادتر خواهد بود.

- چالش یا مسابقه‌ای ایجاد کنید و از مخاطب‌ها بخواهید که در خصوص موضوع خاصی محتوا تولید کنند و در استوری بگذارند. جایزه هم حتماً خدمات باشد:

۵۰ درصد تخفیف رنگ مو، کاشت ناخن و غیره. قیمت تخفیف را پایین و تعداد برنده‌ها را هم زیاد در نظر بگیرید. این‌گونه مشتری‌های بیشتری به سالن زیبایی‌تان می‌آیند. خیلی‌هانشان برای اولین بار! و بعد وقتی با محیط گرم و صمیمی شما آشنا شوند، به کسب‌وکار شما وفادار خواهند شد.

- به کامنت‌ها و شکایت‌های مشتری‌ها هم توجه کنید. اگر کسی عکسی از شما می‌گذارد و پیج را تگ می‌کند، عکس را در پیج خودتان هم بگذارید و یا کامنتی محبت‌آمیز برای مشتری بنویسید. مشتری‌های راضی همیشه برمی‌گردند و بیشتر از خدمات شما استفاده می‌کنند. این یعنی افزایش فروش در کلینیک‌های زیبایی!

۲. فضای خاص و مناسبی را برای عکس گرفتن ایجاد کنید.

بهترین روش برای جذب مشتری از طریق شبکه‌های اجتماعی، این است که مشتری‌ها عکس‌هایی را منتشر کنند که در سالن شما گرفته‌اند. قسمتی از سالن را برای سلفی گرفتن مشتری‌ها پس از انجام خدمات‌تان آماده کنید. از رینگ‌لایت استفاده کنید تا مشتری‌ها سلفی‌های باکیفیت‌تری بگیرند. فقط یادتان باشد که از مشتری‌ها بخواهید که نام کاربری شما را هم در پست یا استوری درج کنند. حتی می‌توانید یک هشتگ خاص برای این مورد ایجاد کنید.



۳. ورود شاهانه!

اولین تأثیر مثبت را باید زمان ورود مشتری‌ها رویشان بگذارید. به استقبال مشتری بروید، مانتو و پالتوی مشتری را با احترام بگیرید و در کمد شیک و تمیزی آویزان کنید. از مشتری با نوشیدنی‌های مخصوص فصل (قهوه، چای، آبمیوه‌ی خنک و غیره) پذیرایی کنید. برای مشتری‌هایی که منتظر هستند، سرگرمی ایجاد کنید. مثلاً مجله‌های مد و فشن خارجی را روی میز بگذارید تا مطالعه کنند؛ و یا تلویزیونی تهیه کنید و محتوای مناسبی را پخش کنید.

۴. ایونت خدمات آرایشگاهی و زیبایی

تأثیر ایونت‌ها را نادیده نگیرید. اگر رویدادتان را به‌درستی تبلیغ کنید، افراد زیادی هستند که در آن شرکت کنند. این افراد به زمینه‌ی کاری شما علاقه‌مند هستند و قطعاً مشتری‌های جدیدی در میان آن‌ها حضور دارند. به‌علاوه حتماً فیلم و عکس‌های برگزاری همایش را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید. برگزاری چنین مراسم‌هایی روشی عالی برای معرفی برند زیبایی هستند. این‌گونه مشتری‌های جدید با برندتان آشنا می‌شوند.

۵. از نرم‌افزار CRM استفاده کنید.

اگر می‌خواهید بازاریابی و تبلیغات موفق‌تری داشته باشید، باید اطلاعات مشتری‌ها را در یک مکان مشخص ذخیره و از این اطلاعات به‌نحو احسن استفاده کنید. مثلاً وقتی همه‌ی اطلاعات مشتری (اطلاعات تماسی، تاریخ روزهای خاص، خدمات دریافتی و غیره) را در CRM ذخیره کنید، می‌توانید از گزارش‌های CRM برای شناسایی بهترین مشتری‌هایتان استفاده کنید. بعد باید خصوصیت مشترک این مشتری‌ها را پیدا کنید. چه چیزی باعث می‌شود که این مشتری‌ها همیشه به سالن شما بیایند؟ آیا خدمات خاصی را استفاده می‌کنند؟ منزلشان به شما نزدیک است یا محل کارشان؟ در چه رده‌ی سنی هستند؟ از این اطلاعات برای بازاریابی، تبلیغات و بهبود خدماتتان استفاده کنید.

برای آشنایی بیشتر با نرم‌افزار CRM مخصوص کلینیک‌های زیبایی و آرایشگاه‌ها، روی لینک زیر کلیک کنید:

yun.ir/acj۲۲e

قبل از رسیدن مشتری‌هایی که بیشتر از یک‌بار به سالن شما آمده‌اند، تاریخچه‌ی خدماتی که به آن‌ها ارائه داده‌اید را در CRM بررسی کنید. به یادداشت‌هایی که در نوبت قبلی درباره‌ی او نوشته‌اید نگاهی بیندازید تا همه‌چیز یادتان بیاید. نظر آن‌ها را در مورد مدل موی قبلی بپرسید. اگر قصد تغییر مدل یا رنگ مو و رنگ لاک را دارند، تسترهای لاک، ژورنال و آلبوم‌های مربوط به کوتاهی و رنگ مو به آن‌ها بدهید و تصمیم‌گیری را برایشان ساده‌تر کنید. این یک تجربه‌ی شخصی‌سازی شده است و نشان می‌دهد که به مشتری اهمیت می‌دهید. مشتری‌ها عاشق این روش هستند.

کوچک‌ترین چیزها در مورد مشتری را ثبت و از آن‌ها استفاده کنید. صحبت در خصوص مواردی مانند تغییر شغل، تولدها، تفریح کاری، عروسی، سالگرد ازدواج و تعطیلات اخیرشان، آن‌ها را تحت تاثیر قرار می‌دهد و حس خاصی در آن‌ها ایجاد می‌کند. رابطه‌ی شخصی با مشتری‌ها سبب می‌شود که مشتری‌ها باز هم بیایند.

۶. همه‌چیز را ضمانت کنید.

مشتری‌های ناراضی شکایت نمی‌کنند، فقط می‌روند و دیگر نمی‌آیند. همه‌ی

خدمات و محصولاتی که استفاده می‌کنید را ضمانت کنید. باید کاری کنید که مشتری کاملاً با شما راحت باشد و نظراتش را بیان کند. وگرنه مشتری را از دست می‌دهید و هرگز نمی‌فهمید چرا. با انتقادهای درست، خونسرد و بدون حالت تدافعی برخورد کنید. به دیدگاه‌های مشتری گوش دهید. برای حل مشکل آن‌ها سؤال‌های مناسب بپرسید و به آن‌ها راه‌حل پیشنهاد دهید. اگر اشتباهی سرزده، حتماً عذرخواهی کنید.

۷. تبلیغات در مکان‌های شلوغ و معروف

شاید استفاده از تبلیغات چاپی، ازمدافتاده به نظر برسد؛ اما این استراتژی برای سالن‌های زیبایی هنوز هم جواب می‌دهد. پوستره‌ایتان را باید جایی نصب کنید که مخاطبان هستند؛ مکان‌هایی مانند مراکز خرید معروف، مغازه‌های لوازم آرایش فروشی و غیره عالی هستند.

۸. همکاری استراتژیک

بازاریابی مشترک برای جذب مشتری‌های جدید بی‌نظیر است. به‌عنوان مثال، می‌توانید با کسب‌وکارهای دیگری که بازار هدف مشابهی دارد (مانند باشگاه‌های تناسب‌اندام، فروشگاه لباس زنانه، عکاس‌ها، سالن‌های عروسی و غیره) همکاری کرده و مشتری‌هایتان را به یکدیگر معرفی کنید. این مشاغل رقیبتان نیستند، اما بازار هدف مشترکی دارند. به همین دلیل این یک موقعیت برد-برد برای هر دو طرف

است. به علاوه حتماً با کسب‌وکارهایی که در نزدیکی سالن شما فعالیت می‌کنند هم آشنا شوید. بعضی‌ها حاضرند با کمال میل (و یا در ازای ارائه‌ی تخفیف) شما را به دیگران معرفی کنند. جذب مشتری برای سالن‌های زیبایی آن هم به کمک بازاریابی مشترک بسیار موثر است.

۹. احساسات مشتری را نشانه بگیرید.

محرک‌های احساسی بیشترین تأثیر را روی تصمیم‌گیری خرید مشتری‌ها دارند. مثلاً افراد مسن به دنبال حس جوانی و شادابی هستند. و خانم‌های جوان به جذابیت و دیده شدن اهمیت می‌دهند. وقتی با مشتری صحبت می‌کنید، روی این نکات تمرکز کنید. خدماتی که به مشتری پیشنهاد می‌کنید را هم بر همین اساس انتخاب کنید.

۱۰. تکنیک FOMO

FOMO خلاصه‌ی عبارت Fear of Missing Out و به معنی ترس از دست دادن است. اگر موقعیت را طوری نشان دهید که مشتری قانع شود در صورت خرید نکردن، مزیت و شانس بزرگی را از دست می‌دهد، درآمدتان خیلی بیشتر می‌شود. مثلاً بگویید: «این رنگ مو برای برند آمریکایی ... است. آخرین بسته‌ای است که خریدم و دارد تمام می‌شود. بعد یا باید کیفیت رنگ مو را پایین بیاورم و یا قیمت خدمات

را ۲ برابر کنم. هرکسی این هفته موهایش را رنگ کند، بُرد کرده!»

۱۱. گزینه‌هایتان را محدود کنید.

گزینه‌های زیاد مشتری‌ها را گیج می‌کند. روی یک الی سه گزینه تمرکز کنید و مشتری را گیج نکنید. ارائه‌ی گزینه‌های زیاد به‌نوعی استفاده‌ی برعکس از FOMO محسوب می‌شود. یعنی به مشتری این حس را می‌دهید که اگر همین حالا تصمیم بگیرد، ضرر می‌کند و چیزی را از دست می‌دهد.

۱۲. روش‌های تبلیغاتی و بازاریابی جدید

- از تبلیغات اینترنتی استفاده کنید. تبلیغات بنری (مانند Google Ads) عالی هستند. به‌علاوه با ارائه‌ی تخفیف در وبسایت‌هایی مانند نت‌برگ و تخفیفان، مشتری‌های سالن زیبایی شما افزایش پیدا می‌کند. فقط یادتان باشد که شماره‌ی تماس مشتری‌ها را بگیرید تا تخفیف‌های ویژه را برای آن‌ها پیامک کنید.

- می‌توانید اطلاعات آرایشگاه و یا سالن را در اپلیکیشن‌هایی مانند دانرو، سنجا و کی‌کجاست ثبت کنید. مردم عاشق کشف کردن چیزهای جدید هستند. وقتی موقعیت مکانی‌تان را در گوگل مپ و چنین اپلیکیشن‌هایی ثبت کنید، مشتری‌ها خودشان شما را پیدا می‌کنند و به سراغتان می‌آیند.

- حتماً به سراغ اپلیکیشن‌های تخصصی آرایشگاه‌ها و سالن‌های زیبایی هم بروید. به‌عنوان مثال اپلیکیشن الو آرایشگاه اولین اپلیکیشن تخصصی بازاریابی سالن‌های زیبایی و بانک اطلاعات آرایشگاه و تمام خدمات زیبایی مربوط به بانوان در ایران است. از آنجایی که این اپلیکیشن مختص بازار هدف شما ایجاد شده است، اگر کسب‌وکار خودتان را در این اپلیکیشن ثبت کنید، مشتری‌های بیشتری را جذب می‌کنید.

۱۳. کارمندان را بشناسید.

حتماً افراد مختلفی را استخدام کرده‌اید که تخصص‌های متفاوتی هم دارند؛ برای مثال: ناخن‌کار، بندانداز، اپیلاسیون‌کار و غیره. از آنجایی که عملکرد ضعیف هر یک از آن‌ها می‌تواند مدیریت شما و اعتبار برندتان را زیر سؤال ببرد، ارزیابی مداوم آن‌ها (چه از نظر مهارت کاری و چه نحوه‌ی رفتار با مشتریان) ضروری است. می‌توانید میزان فروش و گزارش عملکرد هرکسی را از CRM دریافت کنید. بهترین افراد را انتخاب کنید و به آن‌ها پاداش بدهید تا همیشه پیش شما بمانند. افرادی که عملکرد ضعیفی دارند را هم در اولین فرصت تغییر دهید.

۱۴. پکیج خدمات ویژه برای مشتری‌ها

سالن‌های زیبایی و آرایشگاه‌ها معمولاً راهی برای فرار از مشغله هستند؛ مشتری‌ها

دوست دارند تجربه‌ای آرام و جذاب داشته باشند. برای مشتری‌هایی که کارمند هستند و یا وقت خالی بسیار محدودی دارند، خدمات سریع ۳۰ الی ۴۵ دقیقه‌ای در نظر بگیرید، که هم قیمت مناسبی داشته باشد و هم بتوانند در زمان ناهار یا استراحت خود به شما مراجعه کنند. بعد برای تبلیغات و بازاریابی، روی این خدمات ویژه تمرکز کنید. این بهترین روش افزایش مشتری آرایشگاه‌ها و سالن‌های زیبایی است. مشتری‌ها عاشق این نوع خدمات می‌شوند.

پکیج خدمات ویژه می‌تواند فقط شامل یک نوع از خدمات باشد و یا مجموعه‌ای از خدمات را شامل شود. اگر این پکیج را با قیمتی مشخص (و نسبتاً ارزان‌تر) به مشتری ارائه دهید، میزان رضایت مشتری افزایش می‌یابد. مشتری‌های راضی هم شما را به دیگران معرفی می‌کنند.

۱۵. مشتریان قدیمی را حفظ کنید.

هزینه‌ی جذب مشتری جدید، ۵ برابر بیشتر از هزینه‌ی حفظ مشتریان فعلی است. اگر بتوانید نرخ حفظ مشتریان را ۵٪ افزایش دهید، سود شما بین ۲۵ تا ۹۵ درصد افزایش می‌یابد. بنابراین باید روی مشتریان فعلی خود متمرکز شوید. برنامه‌های وفاداری ایجاد کنید و روی بازاریابی ارجاعی سرمایه‌گذاری کنید.

مشتریان فعلی اگر تبدیل به مشتریان وفادار شوند، علاوه بر اینکه بیشتر به

سالن شما می‌آیند و میزان خریدشان را هم افزایش می‌دهند، کلینیک و یا سالن زیبایی شما را به دوستان و آشنایانشان هم معرفی می‌کنند. پس روی این افراد سرمایه‌گذاری کنید. می‌توانید:

- بعد از پنج یا ده بار استفاده از خدمات شخصی، تخفیف ۵۰ درصدی در نظر بگیرید. (از اطلاعات ذخیره‌شده در CRM برای بررسی این موضوع استفاده کنید).
- بخش کوچکی از خدمات جانبی را رایگان ارائه کنید. (سشوار رایگان بعد از رنگ یا کوتاهی مو)
- اطلاعات مشتری در CRM را نگاه کنید. خدمات خاصی هست که یک مشتری به‌خصوص تابه‌حال از آن استفاده نکرده باشد؟ برای معرفی همین خدمات، برنامه‌ریزی کنید. مثلاً تخفیف ۵۰ درصدی بگذارید.
- همچنین می‌توانید با ارسال پیام‌های تشکر از خرید و یا تبریک تولد، احساس ارزشمندی به وجود آورده و احتمال ماندگاری‌شان را افزایش دهید.

۱۶. کارت هدیه

یک کارت هدیه مختص سالن خودتان درست کنید که مشتری‌ها آن‌ها را برای دوستان و خانواده بخرند و هدیه بدهند. با این روش هم مشتری‌های جدیدی جذب می‌کنید و هم خدمات مشتریان متفاوتی به مشتری‌های فعلی ارائه می‌دهید.

به‌علاوه حتی اگر آن شخص از خدمات شما استفاده نکند، شما پول خودتان را کامل دریافت کرده‌اید.

کارت‌های هدیه را در وب‌سایت سالن، فروشگاه‌های لوازم‌آرایشی بهداشتی و از طریق ایمیل و شبکه‌های اجتماعی تبلیغ کنید تا مشتری‌ها بدانند که چنین گزینه‌ای ارائه می‌دهید.

۱۷. فروش مکمل

فروش مکمل، اصلی‌ترین راه افزایش فروش آرایشگاه‌های زنانه است. اگر از اطلاعات ذخیره‌شده در CRM متوجه شدید که یکی از مشتری‌های وفادارتان همیشه از یک یا دو نمونه از خدماتتان استفاده می‌کند و تا به حال تجربه‌ی استفاده از خدمات دیگر را نداشته، برنامه‌ای برای این موضوع در نظر بگیرید.

مثلاً یک پیام تبلیغاتی برای کسانی بفرستید که تنها از خدمات کوتاهی مو استفاده می‌کنند. بگویید با یک‌بار استفاده از خدمات ناخن و یا اپیلاسیون، تخفیف ۳۰ درصدی روی کوتاهی مو دریافت می‌کنند. این بهترین راه افزایش فروش سالن زیبایی شما است.

۱۸. از مشتری تعریف و تمجید کنید.

همه تحسین شدن را دوست دارند. تعریف و تمجید از مشتری به آن‌ها حس خوبی

می‌دهد. پس وقت‌شناسی، پوشش، شخصیت یا استعدادهای آن‌ها را تحسین کنید. پس از ارائه‌ی خدمات و تغییر ظاهری هم می‌توانید مجدداً از آن‌ها تعریف کنید.

۱۹. مشاوره بدهید.

هماهنگی رنگ مو و مدل آرایش با جزئیات چهره و سبک زندگی مشتری در ارتباط است. اگر این نکات را درست رعایت کنید، رضایت مشتری را به دست می‌آورید. از مشتری در مورد زندگی روزمره سؤال کنید. از این اطلاعات برای ارائه‌ی پیشنهاد استفاده کنید. مثلاً بگویید: «چون صبح‌ها زمان خیلی کمی برای درست کردن موهایت داری، من این مدل را پیشنهاد می‌کنم؛» یا «حالا که خیلی به سشوار کشیدن علاقه نداری، این مدل مو که درست کردنش خیلی ساده است را پیشنهاد می‌کنم.»

یا اگر مشتری مشکلی دارد (مثلاً موهایش خیلی خشک است) و از محصولات بسیاری استفاده کرده اما همچنان ناراضی است، بهترین راه‌حل را به او پیشنهاد دهید. همین چیزهای خیلی کوچک باعث تفاوت سالن شما با سایر سالن‌ها می‌شود و به تجربه‌ی هیجان‌انگیزی برای مشتری تبدیل می‌شود.

مشاوره دادن باعث بهبود کیفیت خدمات در آرایشگاه‌ها می‌شود و تأثیر زیادی در جذب مشتری دارد.



کتاب واقعیت‌های جدید

در دنیای کسب و کار

اگر کسب و کاری دارید و یا قصد راه اندازی کسب و کاری دارید، آب دست‌تان است زمین بگذارید و خواندن این کتاب را شروع کنید!
این کتاب کسب و کارهای زیادی را در دنیا متحول کرده، شاید اکنون وقت شما رسیده است. مهمترین چیزی که این کتاب به شما می‌آموزد این است:
راه ساده‌تر و متفاوت‌تری نیز وجود دارد!



برای دانلود رایگان کتاب واقعیت‌های جدید روی لینک زیر کلیک کنید و یا کد را اسکن کنید.



دانلود رایگان

۲۰. نظرسنجی کنید.

یک صندوق نظرات در سالن بگذارید. بعد نظرات مثبت و خوب را روی آینه و دیوار بچسبانید. از مشتری‌ها بخواهید در اینستاگرام نظرشان را بگویند. این نظرات را در شبکه‌های اجتماعی ذخیره کنید تا همه بتوانند ببینند. نظرهای منفی را هم سانسور نکنید. در جواب عذرخواهی کنید و آن‌ها را هم در بین نظرات بگذارید.

نکات ریزی در بازخورد مشتریان وجود دارد که ممکن است اصلاً به چشم شما نیاید. درخواست بازخورد، این پیغام را به مشتری‌ها می‌دهد که برای نظراتشان ارزش قائلید و به تجربه‌شان اهمیت می‌دهید.

حتماً از نتایج بازخوردها برای بهبود خدمات استفاده کنید. نظرات مشتری‌ها را دقیق بررسی کنید و در صورت امکان، تغییرات مدنظر آن‌ها را انجام دهید. حتی می‌توانید این تغییر را به اطلاع مشتری برسانید. این عالی‌ترین روش برقراری ارتباط قوی با مشتری است. با انجام این کار تجربه‌ی مشتری شخصی‌سازی شده ارائه کرده‌اید و باعث افزایش رضایتمندی آن‌ها می‌شوید. این تجربه‌ی خوشایند باعث می‌شود تا مشتریان، کنار شما بمانند و سالنتان را هم به دیگران هم معرفی کنند.

۲۱. به جزئیات توجه کنید.

مشتری‌ها به نکات ریز و جزئی، خیلی توجه می‌کنند. همیشه با انرژی و علاقه صحبت کنید، لباس مناسب و مرتب بپوشید، سر وقت حاضر شوید و زبان بدن درستی داشته باشید. لبخند زدن را فراموش نکنید. وقتی دوستانه و صمیمی رفتار کنید، مشتری در سالن شما احساس خوشحالی و راحتی می‌کند. و دقیقاً به خاطر همین حس باز هم به سالن زیبایی شما می‌آید. با مشتری‌ها مثل مهمان رفتار کنید. حواستان به محیط آرایشگاه هم باشد. به رنگ و نورپردازی دقت کنید. برای اینکه فضای دل‌نشینی ایجاد کنید، موزیک ملایمی در سالن پخش کنید. به تهویه هوا هم دقت کنید.

۲۲. مشتری‌ها را به اسم صدا بزنید.

صدا کردن افراد با اسم کوچک حس خوبی به آن‌ها می‌دهد؛ بنابراین اسم مشتری‌ها را به خاطر بسپارید و آن‌ها را با اسم کوچک صدا بزنید. همین موضوع ساده، تأثیر زیادی در بهبود خدمات مشتریان سالن‌های زیبایی دارد. این کار توجه و صمیمیت شما را نشان می‌دهد.

۲۳. ریفرال مارکتینگ

بازاریابی ارجاعی یا Referral Marketing یکی از مؤثرترین و ارزان‌ترین روش‌های بازاریابی و جذب مشتری برای سالن‌های زیبایی است. شرایطی ایجاد کنید و به مشتری‌های فعلی بگویید که در صورت معرفی دوستان و آشنایان، تخفیف خوبی را برای رنگ ریشه و یا خدمات خاصی (پدیکور و یا ترمیم ناخن) دریافت می‌کنند. ارائه‌ی پاداش، تخفیف و امتیازات خاص بهترین روشی است که مشتری‌ها را ترغیب می‌کند سالن زیبایی شما را به دیگران معرفی کنند.

۲۴. تحلیل رقبا را جدی بگیرید.

پیگیر رقبا باشید، روش‌های جذب مشتری آن‌ها و محصولات و تکنیک‌هایی که برای ارائه‌ی خدمات استفاده می‌کنند را بشناسید. شبکه‌های اجتماعی آن‌ها را چک کنید. نقاط ضعف و قوت خودتان و رقبا را بشناسید. بعد نقاط ضعف خودتان را رفع کنید و از نقاط ضعف رقبا به‌عنوان مزیت رقابتی استفاده کنید.

۲۵. در مورد رقبایتان بدگویی نکنید.

بدگویی از دیگران پدیده‌ای به نام انتقال خودجوش افکار را ایجاد می‌کند. عملکرد مغز به‌گونه‌ای است که حرف‌ها و نکات منفی را به‌گونه‌ی آن (یعنی شما) نسبت می‌دهد. پس اگر بدگویی می‌کنید، بدانید که مغز مشتریان آن خصلت‌های منفی

را به شما می‌چسباند. تحقیقات نشان داده‌اند که وقتی از رقبا بد می‌گویید، ذهن خریدار آن خصلت‌ها را به شما می‌چسباند.

توصیه می‌کنیم در ارتباط با مشتری اصلاً حرفی از رقبا نزنید. و اگر مشتری هم بحث خاصی را وسط کشید، منفعل باشید و یا در حین صحبت، احترام رقیب را حفظ کنید.

۲۶. از دوستان و اقوام هم بخواهید که شما را به دیگران معرفی کنند.

۲۷. بازاریابی پیامکی

وقتی یک سیستم خوب و قوی برای ثبت اطلاعات مشتریان داشته باشید، دسترسی و حفظ ارتباط با مشتری‌ها کار راحتی است. مثلاً از شماره تلفن‌هایی که در CRM ثبت کرده‌اید، برای ایجاد کمپین‌های بازاریابی استفاده کنید. اولین و مهم‌ترین قدم، ارسال پیام مناسب و شخصی‌سازی شده است. حتماً از یک ابزار بازاریابی ایمیلی مناسب استفاده کنید. اسم افراد را در متن پیام بگذارید و بعد حرفتان را بزنید. خبرنامه بفرستید، اخبار جدید را اعلام کنید و یا نکته‌های کوچک و جالب بفرستید. به‌علاوه می‌توانید تولد مشتری‌ها را هم تبریک بگویید. یا حتی از بازاریابی پیامکی برای یادآوری تایم ترمیم ناخن استفاده کنید. یا مثلاً بنویسید: «مریم عزیز، از آخرین باری که موهایت را کوتاه کردی، یک سال می‌گذرد، وقتش شده نگاهی به پایین

موهایت بندازیم و مطمئن شویم که موخوره نگرفته باشد.»

دردار

★★★★★
به صرفه ترین راهکار!

★★★★★
بیشترین رضایت مشتری!

★★★★★
نهایت سادگی!

نرم افزار CRM دیدار

می تواند فروش شما را تا ۳۰۰٪ افزایش دهد!

استفاده از نرم افزار CRM دیدار، علاوه بر ایجاد تحول در فروش و ارتباط شما با مشتریان با گزارشات خود به شما کمک می کند که تصمیمات هوشمندانه و دقیقی برای توسعه کسب و کارتان بگیرید.

اکنون ۹۱ درصد کسب و کارهای کوچک و متوسط در دنیا برای مدیریت بخش فروش شان از CRM استفاده می کنند.

بعد از شروع به استفاده از دیدار

چه اتفاقی می افتد؟



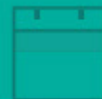
یک ساعت بعد از شروع :

پیگیری جاری شما منظم، دقیق و سریع شده و دیگر شما هیچ پیگیری را از دست نخواهید داد. هیچ دقیقا یعنی هیچ



یک هفته بعد از شروع :

داده‌های قدیمی مشتریان شما وارد دیدار شده و شما یک پایگاه داده‌ای متمرکز + به روز از مشتریان و خریدهای آنها خواهید داشت.



یک ماه بعد از شروع :

حداقل (حداقل) روزی بین ۱ تا ۲ ساعت در زمان کارمندان فروش شما که قبل صرف جستجوی اطلاعات بین فایل‌ها، یادداشت‌ها و حافظه‌شان می‌شد صرفه‌جویی می‌شود.



سه ماه بعد از شروع :

می‌توانید یک شب دل‌انگیز با یک چای تازه دم در آرامش گزارشات ۳ ماه را در CRM دیدار بررسی و پیشنهادهای هوشمندانه از اطلاعات جمع‌آوری شده به تیم‌تان بدهید.



شش ماه بعد از شروع و استفاده درست از دیدار :

نرخ تبدیل‌تان تا ۳۰۰ درصد افزایش پیدا می‌کند.
پروژه پیگیری و ارتباط با مشتریان کامل مستقل از افراد می‌شود.
شما دقیقا می‌دانید کدام تبلیغات شما بهتر کار می‌کند، پروژه فروش شما چگونه است؟ کدام کارمند فروش بهتر تبدیل می‌کند و ...
از این که کسب و کارتان در کنترل شما به شدت احساس آرامش می‌کنید.



برای استفاده ۱۵ روز رایگان از دیدار روی دکمه زیر کلیک کنید
یا QR کد را اسکن کنید.



۱۵ روز رایگان