



СПИКЕР

Приветствую Вас!

Второе занятие коучинговой программы «Beauty-настройка – настрой продажи своего салона за 6 недель»

Тема:

Повторные визиты

Всегда дешевле привлечь клиента повторно посетить ваш салон, нежели все время привлекать новых. На сегодняшний день **стоимость привлечения нового клиента в работающий от 3х лет салон стоит минимум 10\$, а в новый - от 20\$**

На то, чтобы повторный визит состоялся, влияет несколько ключевых факторов:

- ▶ Клиент остался доволен предыдущим визитом
- ▶ У него есть весомый повод прийти в ближайшие две недели к вам еще раз
- ▶ У него есть, что рассказать своим друзьям о вашем салоне
- ▶ Зная и понимая это вещи сделайте так, чтобы эти факторы играли в вашу пользу. Создайте нужные условия для этого.

Чтобы клиент был доволен и приятно впечатлён необходимо:

- ▶ Заведите правило в вашем салоне, что **первый визит - это священный ритуал**, все мастера и администраторы должны выложиться по полной в сервисе и качестве обслуживания нового клиента (очень быстро это войдет в привычку у них и так обслуживать будут всех)
- ▶ Но помните, что никакой сервис не спасёт, если качество услуг плохое, так что в любом случае работайте с мастерами над **повышением их профессионализма всегда!**

Правильная консультация клиента и **чёткое выявление его потребностей это 60% успеха**. Мастера и администраторы должны обладать навыками грамотной консультации по выявлению желаний клиентом. На помощь приходят правильные вопросы, активное слушание и визуализация конечного результата. В любом зале замечательно работает свежее трендовое и классическое портфолио, фотографии «до» и «после». Если вы ведете инстаграм, то прекрасным решением будет напечатать **инста-бук из публикаций**, или **поставить планшет с примерами**. Пропишите подробную инструкцию консультации первичного клиента.

Помните - клиент платит за всё, за встречу, за обстановку, за чистоту, за свет, за воду, за аренду... ну и за качество, и за многое другое.

Крайне рекомендую новому клиенту проводить **экскурсию по салону**. Иногда бывает так, что люди обслуживаются уже давно, а о существовании кабинета косметолога не знают. Для этого напишите сценарий экскурсии длительностью буквально **1-2 минуты**, с ключевыми преимуществами вашего салона. Пусть администраторы и мастера выучат эту красивую презентацию и потренируются ее говорить красиво и понятно, как актёры

Создайте весомый повод прийти в ближайшие две недели к вам еще раз

При расчете пригласите клиента на повторный визит на **очень выгодных условиях** в смежный кабинет, например, если клиент подстригся, то вручите ему купон со скидкой или подарком на маникюр со сроком действия 14 дней. Это качественно повысит ваши шансы, что он вернется.

- ▶ Продумайте **четыре шага первичного клиента** и разработайте такие инструменты, чтобы он посетил как можно больше кабинетов и услуг салона. Это позволит привязать клиента к салону, а не конкретно к мастеру, да и прибыли больше с повторных визитов.
- ▶ Для того чтобы клиент стал постоянным нужно **привести его 4-6 раз** и у него уже выработана привычка за красотой приходить именно к вам. Соответственно, продумайте дальнейшие шаги вашего клиента и сделайте систему приглашений.
- ▶ Контролируйте результаты и анализируйте, что и как лучше работает.

У клиента есть, что рассказать своим друзьям о вашем салоне

Превзойдите его ожидания от просто хорошего обслуживания WoW-эффектом - накормите его бесплатным мороженым или бескалорийным сорбетом, в общем дайте дополнительный повод говорить о вас хорошо

Прекрасно работает для запуска разговоров интересная подача напитков, эксклюзивные решения в интерьере (это не всегда супер-ремонт), стильно одетые мастера, желательно в корпоративных костюмах. За идеями можно сходить в рестораны, лакшери-магазины и взять у них идеи для своего бизнеса.

Эти довольно простые вещи отлично работают как на лояльность клиентов, так и на повышение лояльности сотрудников, ведь такая творческая среда служит великолепным вдохновением.

Домашнее задание:

1. Напишите ваши выводы и результаты с прошлой недели
2. Подгоняйте «хвосты»
3. Сделайте SWOT-анализ состояния вашего салона красоты. Это поможет увидеть реальную картину происходящего и верно расставить приоритеты в своих действиях. Результаты и выводы опубликуйте.



Матрица SWOT-анализа

5. Пропишите сценарий встречи, расчета и консультации первичного клиента.
6. Напишите сценарий экскурсии-презентации вашего салона. Сделайте ее особенно приятной.
7. Пропишите 4-6 шагов ваших первичных клиентов.
8. Придумайте 2-3 новые фишки для WoW-эффектов.

Задание для супер-лиги:

Сходите на промышленный шпионаж к конкурентам и выложите отчет о своих впечатлениях

До следующей недели!