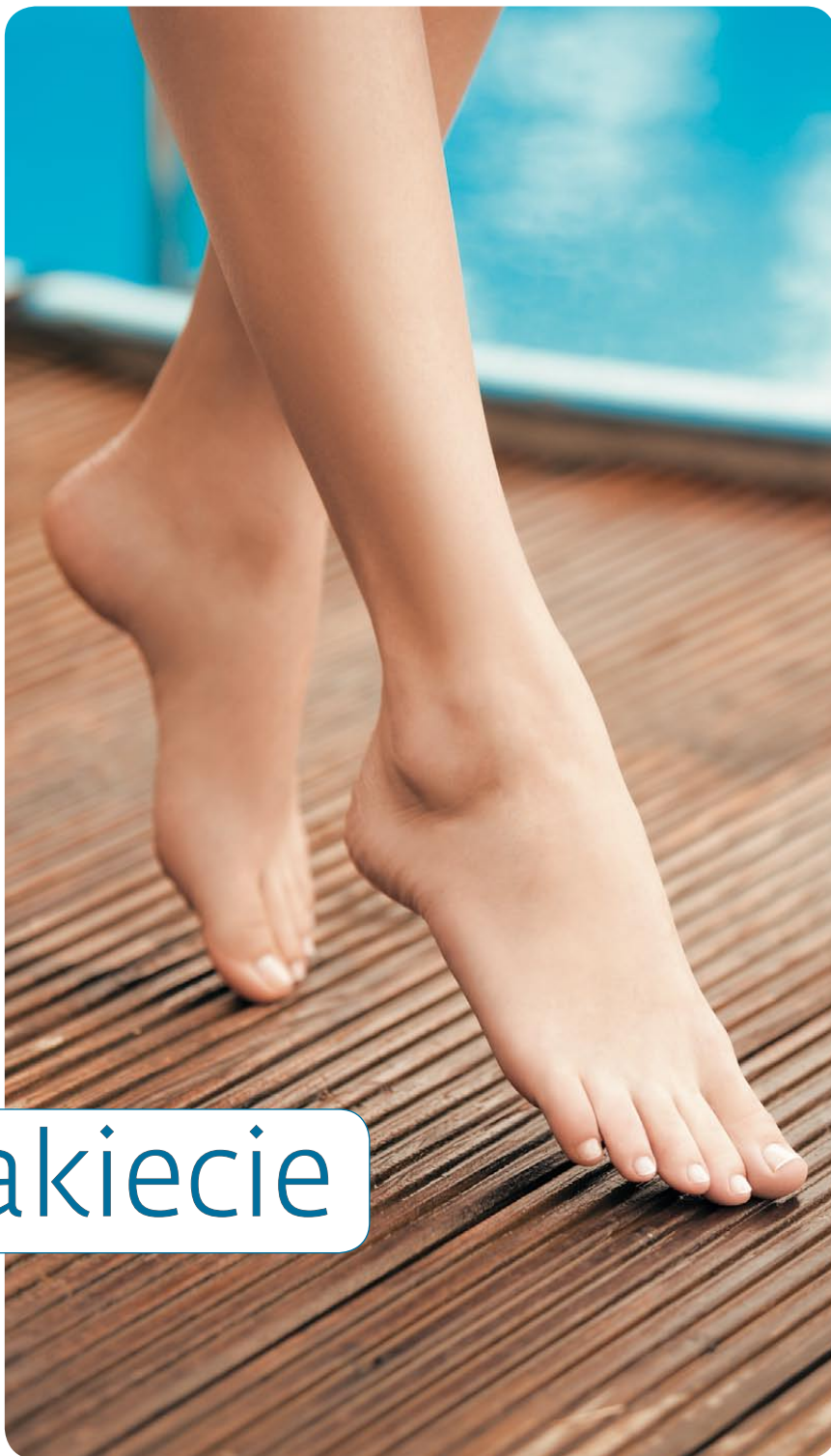


Urządzony z myślą o pielęgnacji stóp kąciek w gabinecie kosmetycznym to optymalne rozwiązanie. Warto, by sprzyjał on odprężeniu. Leżanka, na której klient może spocząć, pozwala na wykonanie relaksacyjnego masażu stóp za pomocą różnego rodzaju pachnących olejków. Pakiet marketingowy powinien zawierać kilka pozycji, np. 30-minutowy masaż, poczęstunek – egzotyczny koktajl, a także niespodziankę w postaci drobnego upominku. Przeciętna długość spotkania to ok. 40 minut. Podczas wizyty w pomieszczeniu powinny rozlegać się przyjemne dźwięki – np. karaibskie kompozycje. Nie zapominajmy o odpowiednim udekorowaniu pomieszczenia. Przygotowanie miejsca spotkania nie zajmie nam wiele czasu. Wystarczy wielobarwny ręcznik, kilka świeżych kwiatów, bambusowe pędy oraz świece. Dzięki kilku kropelkom olejku eterycznego oraz lampie zapachowej w powietrzu będzie się unosić wy-



Marketing na lato

Stopy w pakiecie

Mimo że nasze stopy są codziennie poddawane ogromnym obciążeniom, to często zapomina się o ich pielęgnacji. Szczególnie latem wszelkiego rodzaju niedociągnięcia są bezlitośnie obnażane przez światło dzienne – skąpe klapeczki, basen czy plaża – nic się nie ukryje. Warto zwrócić klientom uwagę, jak ważną rolę odgrywają zdrowe i zadbane stopy.

jątkowy aromat. Jeśli mamy taką możliwość, nadajmy wnętrzu niepowtarzalny charakter za pomocą kolorowego światła. Idealnie sprawdzą się ciepłe tonacje o egzotycznym charakterze. Warto kolekcjonować podczas różnego rodzaju wyjazdów przedmioty, które pomogą stworzyć w gabinecie niepowtarzalny nastrój.

Masaże egzotyczne

Masaż wykonywany za pomocą gorących kamieni to propozycja dla szczególnie zestresowanych bywalców. Jeśli posiadamy w ofercie taki zabieg, można go łatwo zaadaptować na potrzeby stóp. Latem idealnie sprawdza się masaż naprzemienny, gdzie stosujemy zarówno gorące, jak i zimne

Fot.: Wilde Cosmetics

kamienie. Nawet jeśli nie posiadamy jeszcze odpowiednich umiejętności, to zawsze warto odbyć szkolenie. Do innych rodzajów masażu, które także gorąco polecam, należą te wykonywane za pomocą muszli, kamieni szlachetnych czy piwa. Tego typu zabiegi to prawdziwe błogosławieństwo dla zszarganych nerwów. W tym przypadku dodatkowo sprzedaż produktów jest nieco bardziej ograniczona, niż ma to miejsce podczas tradycyjnych zabiegów pedikiuru. Osoby, które borykają się z określonymi problemami, są z reguły bardziej zainteresowane wysokiej jakości kosmetykami, które mają im pomóc w walce z dolegliwościami.

Wyjątkowe odprężenie

Szczególnych wrażeń dostarczy masaż wykonywany z pomocą mis dźwiękowych, w których przeprowadzana jest kąpiel stóp. Uderzenia powodują, że misa zaczyna drżeć, doskonale relaksując stopy, a co za tym idzie i cały organizm. Masaż dźwiękami mis działa nie tylko na te partie ciała, z którymi misy mają bezpośredni kontakt.

Ajurwedyjski masaż stóp to wyjątkowa forma zabiegu na bazie aromatycznych olejków. Prócz przyjemnego zapachu substancja ta budzi w organizmie siły samoregeneracyjne. Warto zaproponować ten masaż jako dodatek do innych zabiegów – twarzy lub całego ciała. W ten sposób obudzimy w klientach apetyt na więcej – a szansa, że ulegną pokusie, jest ogromna.

Frencz pedikiur i NailArt

W żadnym gabinecie nie może zabraknąć usług związanych ze stylizacją paznokci stóp – czy to zawsze modny frencz, lakier lub trwale wzmocnienia. Mając do czynienia ze zdrowymi płytkami, w ciągu zaledwie 30 minut wyczarujemy na paznokciach wyjątkowy NailArt. Wykonanie stylizacji jest niezwykle proste. Do stylizacji frencz możemy dodać łatwe w wykonaniu akcenty. Wystarczy nanieść trzy punkty, a następnie przeciągnąć pacyczkiem lub innym ostro zakończonym narzędziem przez ich środek, tak aby się połączyły. Następnie możemy nadać paznokciom trochę połysku za pomocą kamieni strassu. Tak przygotowane płytki na pewno będą przyciągać wzrok. Usługi związane ze stylizacją i wzmocnianiem paznokci stóp są doskonałym pomysłem na

uzupełnienie tradycyjnego pedikiuru i bez wątplenia spotkają się z ogromnym zainteresowaniem pań.

Zadbany mężczyzna

W gabinetach pojawia się ostatnio coraz więcej panów. Mężczyźni także pragną cieszyć się wypielegnowaną skórą. Przychylnym okiem spoglądają na pilniki, maski oraz wszelkiego rodzaju masaże. Komponując pakiet skierowany wyłącznie do mężczyzn warto nadać mu zachęcającą nazwę np. „After Work” (Po pracy). Pamiętajmy, że kobiety uwielbiają informacje dotyczące zabiegów, opis atmosfery, zapachu oraz działania kosmetyków. Panowie zdecydowanie wolą konkretne dane. Jeśli zaczniemy zbyt emocjonalnie przedstawiać filozofię całego pakietu, możemy tym zniechęcić panów. Przede wszystkim liczą się zalety, klienta interesuje zysk. Zwróćmy także uwagę na wystrój pomieszczenia, powinien on zostać zaprojektowany z myślą o męskiej części klienteli. Panów skusi masaż stref refleksyjnych znajdujących się na stopach. Jest to zabieg jeszcze mało popularny, dzięki któremu możemy zapłacić lukę na rynku. Oprócz tego masaż ten jest często oferowany w różnego rodzaju egzotycznych kurortach, a dzięki nam klienci będą mogli na chwilę zatopić się w wakacyjnych wspomnieniach.

Wyjątkowa kąpiel stóp

Pedikiur połączony z kąpielą stóp powinien stanowić standardową usługę w gabinecie. W skład takiego zabiegu wchodzi pedikiur, kąpiel, masaż oraz lakierowanie paznokci. Kąpiel daje nam pole do popisu, zamiast zwykłej misy możemy zakupić bambusową. Aromatyczne dodatki oraz świeże kwiaty unoszące się na wodzie zrobią na klientach ogromne wrażenie. Morelowa maska, piling połączony z profesjonalnym masażem ulży zmęczonym stopom i zrelaksuje cały organizm. Wszystkie produkty, które stosujemy, powinny zostać podane na tacy np. srebrnej – chodzi tu o dostarczenie jak największej ilości estetycznych bodźców, wszystko co robimy powinno posiadać wyjątkową oprawę. Dobry nastrój klientów sprawi, że będą oni bardziej podatni na nasze argumenty, dotyczące sprzedaży dodatkowych produktów. Możliwości jest wiele – kremy, balsamy, płyny, oliwki oraz lakiery.

Stopy piękne latem

Nie zapomnij:

- udekorować gabinetu oraz poszukać muzyki relaksacyjnej o odpowiednim charakterze,
- zakupić koktajli oraz opracować nowego stroju do pracy, który bardziej odpowiada filozofii pakietu,
- nabyć produkty, które można odsprzedać, a także próbki, które wręczymy w ramach podziękowania,
- opracować kilku koncepcji zabiegowych, dzięki którym sprzedamy różnego rodzaju produkty,
- przeprowadzić efektywnej akcji marketingowej, dzięki której zdobędziemy także nowych klientów.

Marketing

Samo przygotowanie zabiegów oraz pakietów nie wystarczy. Nasi klienci muszą wiedzieć, co mamy im do zaoferowania. Warto wziąć pod uwagę strategię pozwalającą na długo związać bywalców z gabinetem. Doskonałym przykładem może tutaj być oferta „6 + 1”, gdzie siódmy zabieg przeprowadzamy nieodpłatnie. Ogromne znaczenie ma także dekoracja okna wystawowego, jest to wizytówka tego, co dzieje się w środku. Informacje dotyczące oferty powinny trafić do jak największej liczby osób. Cel osiągniemy dzięki drukom bezadresowym, czyli wrzutkom, ulotkom, broszurom. Nawiązanie współpracy np. z kwiatami, salonami fryzjerskimi lub innymi podmiotami w zakresie wymiany materiałów reklamowych przynosi doskonałe efekty. Podczas gdy u nas rozkładamy ulotki kooperanta, on jednocześnie w ten sam sposób reklamuje nasze usługi. Nie zapominajmy o miejscach, gdzie stopy są poddawane ogromnym obciążeniom – np. kluby sportowe czy szkoły tańca. Warto podjąć współpracę z lekarzem, co dzięki efektowi „aureoli” podniesie prestiż gabinetu. Im więcej podejmiemy działań, tym lepsze efekty przyniesie akcja marketingowa. Zdobywanie pierwszych klientów oznacza także, że możemy spodziewać się w krótkim czasie znajomych oraz członków rodziny naszych bywalców – a poczta pantoflowa to najsukcesowniejszy i najtańszy rodzaj reklamy.

■
Claudia Lenders | zdobywczyni nagrody Marketing Prize 2005 niemieckiej edycji magazynu BEAUTY FORUM. Od 17 lat prowadzi własną farmę piękności. Jest szkoleniowcem w branży kosmetycznej.