

Świąteczny marketing

Zabieg pod choinką

Święta Bożego Narodzenia, któż ich nie kocha. Jest to także idealny czas dla gabinetów kosmetycznych. Doskonałe pomysły z jednej strony oraz wyjątkowoprzychylnie nastawieni do świata klienci z drugiej to połączenie, które może zdziałać cuda. Należy więc odpowiednio wcześniej zaplanować świąteczne akcje marketingowe.

Niestety, nawet w okresie skłaniającym większą część społeczeństwa do wzmożonych wydatków ani usługi kosmetyczne, ani produkty same się nie sprzedadzą. Potrzebna jest przemyślana i spójna koncepcja marketingowa. Chwytlive slogany oraz zachęcająca strategia sprawiają, że nasz terminarz zapełni się po brzegi. Poniżej znajdziesz kilka ciekawych propozycji.

Kupony dla firm

Wiele firm chce docenić w okresie świątecznym swoich pracowników lub najlepszych klientów, obdarowując ich różnego rodzaju kuponami. Tutaj mamy duże pole do popisu. Ładnie przygotowane bony, oprawione w zachęcającą szatę graficzną, ucieszą każdego. Innym rozwiązaniem są zapakowane oryginalnie zestawy kosmetyków dopasowanych do indywidualnych potrzeb. Dotarcie do potencjalnego klienta nie jest trudne. Dobrym pomysłem jest przedstawienie oferty podczas rozmowy, która może odbyć się bezpośrednio lub telefonicznie, co w porównaniu z wysyłaniem informacji drogą e-mailową jest o wiele skuteczniejsze, ponieważ wiadomości w skrzynce są często pomijane lub automatycznie traktowane jako spam. Z tego względu lepszym rozwiązaniem jest wizyta w dwudziestu firmach niż wiadomości rozesłane do stu. Należy znaleźć punkt zaczepienia, z którego uczynimy nasz główny argument. Na przykład fakt, że gabinet znajduje się bardzo blisko firmy lub że część pracowników znajduje się w gronie stałych klientów.

Pamiętajmy, że żaden poważny szef nie kupi kota w worku. Zaprośmy osobę decyzyjną



do gabinetu, zaprezentujemy filozofię salonu oraz zaproponujemy darmowy zabieg próbny. Przyjęcie tej propozycji to już pierwszy krok do sukcesu, gdyż osoba obdarowana podświadomie dąży do



rewanżu – jest to tak zwana zasada wzajemności. Oprócz tego dowiedzimy w ten sposób naszych umiejętności i kompetencji. Warto pochwalić się także wszelkiego rodzaju nagrodami lub współpracą z mediami, nawet jeśli jest to prasa lokalna. Menedżerowie są zazwyczaj bardzo zapracowani, dlatego powinniśmy przygotować gotowe propozycje pakietów zabiegowych, produktowych lub mieszanych. Profesjonalne wrażenie na pewno zrobi ulotka, na której będą widniały ceny określonych kuponów z dokładnym opisem usług i produktów, na które można je wymienić. Potencjalny klient będzie także zainteresowany samym wyglądem kuponu oraz pakietów produktowych. Należy zrobić wszystko, by ułatwić mu podjęcie decyzji.

Dobrym rozwiązaniem jest zaproponowanie firmom całkowicie nowych zabiegów, które jeszcze nie weszły do stałej oferty i przy tym nie są ujęte w cenniku. Mimo teoretycznie przyznanego dużego rabatu, osiągniemy w ten sposób zadowalające dochody.

Świąteczne zakupy

Która z klientek odmówi wyjścia na zakupy? Okres przedświąteczny to czas szukania prezentów – warto to wykorzystać.

Cosmetica 1/2

Plan działania:



- ustalamy rodzaj akcji promocyjnej,
- szukamy firm, które chciałyby współpracować na zasadzie barteru,
 - szukamy osób do pomocy poprzez rodzinę, znajomych, ogłoszenie lub agencję,
 - przeprowadzamy rozmowy kwalifikacyjne, zwracamy uwagę na styl bycia, sposób wyśławiania się oraz na zadbany wygląd,
 - określamy dokładne ramy czasowe trwania akcji. Jeśli to możliwe, szacujemy liczbę osób, które będą akcją zainteresowane,
- przygotowujemy kostiumy dla ankieterów – ważne, aby pojawiało się na nich logo i nazwa gabinetu,
- przygotowujemy materiały drukowane – ulotki, kupony, zaproszenia, wizytówki,
- pakujemy prezenty dla klientów, przygotowujemy loterię oraz kupony rabatowe,
- przekazujemy informację o akcji promocyjnej personelowi,
- dekorujemy wystawy oraz wnętrze gabinetu.



Zorganizowanie współpracy z punktami florystycznymi lub innymi punktami wspólnego wieczoru świątecznego to doskonała okazja dla naszych bywalców, którzy mają możliwość zaopatrzenia się w ciekawe i często korzystniejsze cenowo prezenty. Innym rozwiązaniem jest przygotowanie przez każdą z kooperujących firm tygodnia zakupów u siebie w siedzibie. Dobrym pomysłem są także wspólne zestawy prezentowe lub kupony. Taki bon może zawierać np. wizytę w klubie fitness połączoną z odprężającym i regenerującym masażem oraz z pysznym koktajlem pełnym witamin.

W grudniu do najważniejszych dni należą bez wątpienia soboty i niedziele, kiedy klienci ruszają na podbój sklepów. Należy uczynić wszystko, by właśnie w tych dniach oferta była widoczna. Rezultat osiągniemy dzięki ulotkom, a także bezpłatnym poradom np. z zakresu wizażu połączonym z jednoczesną opieką nad dziećmi. Nie zapomnijmy o odpowiedniej dekoracji salonu oraz o rozdaniu kuponów rabatowych. Dołączamy do

nich drobiazgi w postaci np. świątecznych gwiazdek. Dodatkowe akcenty sprawiają, że podarunek wyda się bardziej wartościowy. Także samo pakowanie prezentów, zorganizowane wspólnie z dekoratorką, może dostarczyć świetnej zabawy i zbliżyć naszych bywalców do salonu.

Kalendarz adwentowy

Oczywiście nie może zabraknąć klasycznego już także w Polsce podarunku, jakim jest kalendarz adwentowy. Innym pomysłem jest loteria z nagrodami. Wystarczy przygotować losy – ważne, aby każdy wygrał! W takim przypadku przygotowujemy trzy zestawy losów. Te najbardziej wartościowe przeznaczone są dla klientów z grupy A – czyli tej najbardziej dla gabinetu dochodowej. Najwierniejszych bywalców, którym zawdzięczamy największą część obrotów, warto docenić np. nowo wprowadzonym do oferty zabiegiem. W przypadku klientów z grupy B – czyli generującej średni poziom dochodów studia, wystarczą losy z niespodziankami produktowymi lub z zaproszeniami na mniej popularne zabiegi. Klienci z grupy C ucieszą się z kolei nawet z drobnego, symbolicznego upominku. Ważne, aby loteria zakończyła się przed świętami, by nasi bywalcy mieli czas na ewentualne zrealizowanie zaproszenia.

Prezenty nie muszą być konieczne związane z naszą działalnością. Współpracując z kawiarniami lub innymi punktami, możemy wymieniać się produktami lub usługami. Wystarczy zamówić dla grupy naszych najlepszych klientów czekoladki świąteczne, a w zamian zaoferować kawiarni zabiegi (np. manikiur) do rozlosowania wśród klientów. W ten sposób zyskamy na kilku frontach, nie tylko uszczęśliwimy naszych bywalców, lecz także będziemy mieć możliwość pozyskania nowych.

Akcję przedświąteczną można również połączyć z programem lojalnościowym. Przykładowo gwarantujemy klientom, że po osiągnięciu pewnego pułapu wydatków otrzymają od

gabinetu przed świętami produkty o określonej wartości.

Świąteczna promocja

Istnieje także możliwość wysłania na uczęszczane ulice żywej reklamy w postaci Świętego Mikołaja, który rozdając ulotki, częstując dzieci słodyczkami oraz zachęcając do ciągnięcia losów, będzie zachęcał do wizyty w gabinecie. Ważne, aby strój naszego Mikołaja przyciągał wzrok i kojarzył się z gabinetem. Wystarczy, że zgłosimy się do specjalnych agencji, które posiadają bazy chętnych do pracy studentów. Takie akcje promocyjne mogą być związane z konkretnym tematem. Doskonały efekt przynoszą ulotki i zaproszenia wręczone przez kobiece „Mikołajki” mężczyznom. Każda z pań będzie chciała wiedzieć, co dostał jej ukochany. Oprócz tego mężczyźni otrzymują gotowy pomysł na doskonały prezent choinkowy.

Tylko dla klientów

Tuż przed świętami Bożego Narodzenia warto zorganizować specjalne wieczory dla klientów. Dzięki nim nie tylko wzmocnimy więź naszych bywalców z gabinetem, lecz także zachęcimy ich do dokonania zakupów. Należy wybrać wpadające w ucho motto – np. „Afrykańska piękność”. Połączenie zabiegu z pomysłowym drobnym prezentem może zdziałać cuda. Również świat zapachów zawsze dostarcza wielu ciekawych pomysłów, które idealnie sprawdzają się podczas chłodniejszych miesięcy. Prócz samego aromatu warto przybliżyć klientom działanie poszczególnych olejków. Nie może także zabraknąć prezentacji zabiegów na bazie olejków, kuszących zapachem kosmetyków oraz gry z nagrodami.



DOWNLOAD

Listy pomysłów

W naszym serwisie internetowym www.beauty-forum.com.pl znajdziesz listę pomysłów, wg której krok po kroku zorganizujesz świąteczną akcję marketingową. Wystarczy zająć do zakładki downloads i sięgnąć po opisane narzędzie.