

Witam Cię serdecznie!

Z tej strony Marcin Głuszyński, autor bloga Martin Stone.

<http://www.martinstone.pl/>

Możesz mnie również kojarzyć z artykułów w” Kurierze Fryzjerskim” oraz” Barber Expert Magazine”, ponieważ od początku roku regularnie pisze tam na różne tematy edukacyjne.



Mogłeś mnie również spotkać na targach w Katowicach, gdzie miałem swój występ na scenie edukacyjnej.

Ponadto prowadzę szkolenia stacjonarne w całej Polsce z tematyki : „Jak prowadzić salon”. Jestem również właścicielem grupy na Fb „Lepszy salon- wsparcie dla fryzjerów”, która liczy już prawie 8,5 tys. członków.

Serdecznie do niej zapraszam - http://bit.ly/grupa_lepszysalon

W branży jestem już od 9 lat. Wcześniej prowadziłem salony damsko-męskie. Od dwóch lat prowadzę Barber Shop. Sam cały czas się edukuję.

Ale nie zawsze tak było. Zrozumiałem to dopiero wtedy, kiedy byłem bliski zamknięcia salonu przed kilkoma laty. Teraz wiem, że inwestycja w edukację zwróci mi się w przyszłości niejednokrotnie i pozwoli mi osiągnąć dużo lepsze efekty.

Dziś chciałem opowiedzieć Ci o problemie, jakim jest pozyskiwanie klientów. Jest to nieodłączna część marketingu.

Dwa lata temu, kiedy zaczynałem nowy biznes, nie miałem kompletnie klientów. Ok... trochę przesadzam, miałem kilku, dosłownie kilku, ale z tych kilku czy kilkunastu miesięcznie, jak się domyślasz, chleba nie będzie.

Zainwestowanie w wiedzę w pozyskiwanie klientów na Facebook , pozwoliła mi w 2016 roku pozyskać ponad 600 nowych klientów, co daje nam średnio około 50 klientów miesięcznie. W 2017 było jeszcze lepiej, bo średnia pozyskiwania klientów wynosi około 100 na miesiąc. Mowa jest oczywiście o nowych klientach, nie licząc tych, którzy przyszedli po raz kolejny.

Te wyniki mogły by być dużo lepsze, ale niestety nie starcza mi jeszcze mocy przerobowej. Jak wiesz nie ma potrzeby sprowadzania więcej klientów niż przerobisz, ponieważ wydłuży to czas oczekiwania, klienci będą zniecierpliwieni, co może powodować, że część z nich odejdzie. Natomiast jeśli szukasz pracy, jesteś z Łodzi czy okolic, zapraszam do mojego biznesu. Kasa, fejm i fajny szef. Po prostu do mnie napisz ;)

No dobrze przejdźmy do meritum, czyli do pozyskiwania klientów. Można to zrobić zarówno metodami płatnymi , jak i darmowymi. I żebyś mnie źle nie zrozumiał. Darmowe nie znaczy, że nic nie trzeba robić. Darmowe znaczy, że nie wydajesz pieniędzy, ale musisz poświęcić swój czas i dać troszeczkę od siebie.

Zacznijmy od tych darmowych.

1. Twój znajomi, Twoja tablica na Facebook.

Udowodnione jest, że klient musi zetknąć się z marką, usługą kilka razy, żeby dokonać zakupy. A Ty nigdy nie wiesz, w jakim momencie zakupowym jest akurat Twój klient. Może świeżo po wizycie, może nie ma akurat humoru na usługę. Nie zniechęcaj się. Wrzucaj regularnie, rób swoje, pokazuj jakość. Efekty przyjdą z czasem. Pamiętaj- nic Cię to nie kosztuje, tylko Twój czas, no i cierpliwość.

2. Grupy na Facebook.

Poszukaj lokalnych grup, gdzie ludzie oferują swoje usługi i reklamują swoje produkty. Pamiętaj- każda metoda jest dobra, jeśli choćby pozyskasz na niej jednego klienta. Klient do klienta i z czasem naprawdę Twój grafik się zapełni, no i skarbonka. Kolejna metoda to proszenie o opinie i polecenia. Pamiętaj, że klient sam z siebie może napisać opinię, ale poproszony o to przez Ciebie, zwłaszcza po usłudze, zrobi to chętniej. A im więcej opinii, tym większe zaufanie kolejnych klientów, tym większa wiarygodność

Twojej marki. Wykorzystaj to. Przecież nic za to nie płacisz. Kosztuje Cię to tylko poproszenie.

3. Branże uzupełniające się.

Kolejna bardzo ważna metodą, a często pomijana. Zobacz, czy w Twojej okolicy nie ma kosmetyczek, fotografów, makijażystek, osób od paznokci. Przejdź się do nich. Wymieńcie się kontaktami, wymieńcie się ulotkami i zacznijcie się wzajemnie polecać i promować. Będzie to zarówno dla jednej i dla drugiej strony bardzo wartościowe. Sprawdź również, czy w Twojej okolicy nie ma innych punktów usługowych, gdzie możesz promować swój salon. Może to być urząd, może to być pizzeria, pub lub inne miejsce, gdzie ludzie przychodzą. Przecież możesz zostawić tam swoje ulotki, swoje wizytówki, a może nawet właściciel pozwoli Ci zawiesić tam jakiś plakat większy, co pozwoli pozyskać Ci nowych klientów.

4. Wyszukiwarka Google.

Możesz tam założyć swoją wizytówkę. Uwierz mi, bardzo dużo ludzi szuka właśnie takich usług w wyszukiwarce. Przykładowo, jeśli ktoś szuka fryzjera w Łodzi i wpisze fryzjer Łódź, a Twoja firma ma tu wizytówkę, to jest duże prawdopodobieństwo, że osoba szukająca, wejdzie właśnie na Twoją wizytówkę i być może umówi się do Twojego salonu.

Dlaczego warto mieć tam wizytówkę? Ponieważ ludzie tam wchodzi i zostawiają opinie o Twoim salonie, a jeśli Ty odpowiednio nie zareagujesz i nie ustosunkowujesz się do tych opinii, może to działać bardzo negatywnie na Twój biznes.

Tych darmowych metod jest oczywiście dużo więcej, ale jak miałbym teraz wszystkie wymieniać i omawiać, to wideo mogłoby trwać bardzo, bardzo długo.

Więc przejdźmy teraz do tych płatnych.

Tak naprawdę w płatnych sposobach na promowanie swoich usług, ogranicza nas tylko Twoja wyobraźnia i budżet.

Moim zdaniem warto odpuścić sobie telewizję, radio, nawet gazety. Chyba, że to faktycznie lokalna gazeta, gdzie masz pewność, że dociera do tych grup, do których Ty chcesz dotrzeć. Poza tym przeważnie są to duże stawki i docierasz do wszystkich. A przecież do wszystkich nie chcesz dotrzeć ze swoimi usługami, więc po co za to płacić.

1. Ulotki.

Możesz zrobić je stosunkowo tanio, natomiast ważne jest tutaj, w jaki sposób i komu będą dostarczane, bo równie dobrze może to zrobić listonosz, który wrzuci wszystkim do skrzynek, ale lepiej by było, jakby rozdawała to osoba, która będzie faktycznie rozdawała je tylko osobom, które Ty sprofilujesz.

Zobaczmy to na moim przykładzie. Jeśli ja prowadzę salon wyłącznie męski, rozdaje ulotki, tylko mężczyznom w odpowiednim wieku. Nie będę rozdawał łysym, ani małym dzieciom, bo to nie jest mój klient, więc mówię wyraźnie wskazówką do rozdawania ulotek osobie, która będzie je rozdawała. Rozdawaj takim osobom i takim. Nieważne jest, że rozdaj mniej, ważne jest, że będzie to bardziej skuteczna metoda, niż rozdanie 10 razy więcej pierwszym lepszym osobom. Ważne jest również w jakim miejscu i w jakich godzinach te ulotki będą rozdawane. Bo jeśli mam obok siebie urząd, który pracuje do 15, to nie ma potrzeby, żeby osoba z ulotkami stała tam od 13, ani o 16, bo nic z tego nie będzie. Ona musi tam być w momencie, kiedy Ci ludzie wychodzą z pracy i być na ich drodze.

2. Baner.

Ale baner w dobrym miejscu. Kosztuje kilkadziesiąt złotych, a potrafi przyciągnąć uwagę. Oczywiście, jeśli odpowiednio go zaprojektujesz. Taki baner pomaga osobom, które przechodzą obok Twojego salonu, a nie wiedziały o jego istnieniu i być może będą Twoimi klientami. Być może mają po drodze z pracy, może robią zakupy w okolicy i przy okazji wolą skorzystać u Ciebie, niż umawiać się w drugim końcu miasta. A z czasem, może to być, Twój stały klient.

3. Program do rezerwacji wizyt.

Nawet nie wiesz, jak dobrze to działa i ilu klientów potrafi przyciągnąć. U mnie sprawdza się to wyśmienicie.

My korzystamy z **Booksy**. Jeśli chcesz wiedzieć, co to za program, jak działa, założyć sobie bezpłatne konto i to sprawdzić, poniżej masz link. Jeśli założysz konto testowe z tego linku, to będę miał dla Ciebie dodatkowy pakiet darmowych SMS-ów plus moje wsparcie z zakresu ustawień, strategii co najlepiej działa i jak ja to robię. Otrzymasz materiał video, w którym krok po kroku pokażę Ci co i jak. Jeszcze jako dodatek dorzucam swoją pomoc we wdrażaniu nowych funkcjonalności. Jest ich sporo i są naprawdę użyteczne.

Zatem jeśli jeszcze nie masz żadnego programu do rezerwacji lub nie jesteś zadowolona/y z obecnego, to klikaj testu i pisz do mnie.

http://bit.ly/test_booksy

4. Strona WWW.

Dlaczego warto? Ponieważ jest Twoja. Platformy typu Facebook, Instagram mogą zamknąć Ci konto, usunąć wszystkie dane, zdjęcia. Strona jest wyłącznie Twoja i zostanie ją na zawsze.

A teraz wisienka na torcie, czyli najbardziej skuteczna metoda na pozyskiwanie klientów, czyli:

5. Media społecznościowe.

A tak naprawdę umiejętność tworzenia dobrych reklam.

I tutaj **mam dla Ciebie niespodziankę**, ponieważ każda osoba, która skomentuje ten artykuł, a w komentarzu napisze, jakie jest jej na tą chwilę największe wyzwanie w prowadzeniu salonu, otrzyma ode mnie krótki **materiał wideo z dokładną instrukcją**, jak taką lokalną metodę zrobić na Facebook.

Pokaże Ci w nim, **jak za niewielkie pieniądze stworzyć reklamę salonu na Facebook, która przyciągnie do Ciebie dziesiątki, jeśli nie setki klientów.**

Jeszcze raz, co musisz zrobić: pod tym artykułem umieść komentarz i napisz, co na tą chwilę jest dla Ciebie największym wyzwaniem w prowadzeniu salonu.

Pamiętaj przy tym, żeby podać prawidłowego maila, ponieważ tylko osoby, które podadzą prawidłowego maila, dostaną w ciągu 24 godzin, na swoją skrzynkę materiał wideo. I jeszcze bardzo, bardzo ważna wiadomość. Otóż niedługo startują zapisy na mój kurs.

Poniżej możesz zapisać się na listę priorytetową, dzięki czemu dostaniesz informację, o starcie kursu 12 godzin przed jego startem, a co jest ważne, ponieważ dla pierwszych 20 osób, które kupią kurs jest przewidziany dodatkowy, bardzo wartościowy bonus.

http://bit.ly/lista_priorytetowa

Niebawem kolejny materiał wideo, w którym opowiem Ci, jak zrobić pierwsze dobre wrażenie na kliencie i dlaczego to jest tak bardzo ważne.

Pozdrawiam serdecznie, Marcin Głuszyński