

Witam Cię serdecznie w kolejnym materiale wideo.

W pierwszym nagraniu mówiłem o pozyskiwaniu klienta, przedstawiałem metody zarówno płatne, jak i darmowe. W drugim z materiałów mówiłem o istotnym czynniku obsługi klienta, jakim jest przywitanie klienta.

Jeśli przegapiłeś te materiały, możesz teraz je zobaczyć. Linki są poniżej:

<https://martinstone.pl/pozyskiwanie-klientow/>

<https://martinstone.pl/obsługa-klienta/>

Dzisiaj opowiem Ci o tym, **w jaki sposób budować lojalność klientów.**

Przede wszystkim lojalność klientów powinno się budować już od samego początku, od pierwszego kontaktu klienta.

Najlepsze, co może być, to baza stałych, lojalnych klientów. Nie możesz liczyć na jednorazowego klienta, który przyjdzie raz na jakiś czas. Lepiej przecież mieć chyba z góry zaplanowany, stały, pełny grafik.

Podstawą tego, że klienci są lojalni i do Ciebie wracają jest przede wszystkim dobra usługa, więc dobry pracownik. Wyobraź sobie taką sytuację, przychodzi do Ciebie mnóstwo nowych klientów, natomiast Twój pracownik, nie potrafi na wysokim poziomie ich obsłużyć. I co z tego wynika? Musisz zwalniać pracownika, pozyskiwać nowego, wdrażać go, szkolić, edukować. Koszty i niepotrzebny czas. Ponadto tracisz tych klientów, których ta osoba obsługiwała. Mogą Ci po prostu więcej nie zaufać.

Równie dobrze można podejść do tematu od drugiej strony i zadać sobie pytanie, dlaczego Ci klienci nie wracają?

Oto możliwe przyczyny:

- Po pierwsze nie są zadowoleni z usługi.
- Ponadto nie wyróżniasz się niczym spośród innych salonów, nie oferujesz lepszej jakości, nie oferujesz niczego innego.
- Kolejna kwestia- nie nawiązałeś relacji z klientami.
- Kolejna sprawa- nie ma dobrej obsługi po sprzedażowej u Ciebie.
- No i kluczowa- klient nie został zachęcony do ponownych odwiedzin w Twoim salonie.

Dobra wiadomość jednak jest taka, że to **wszystko jest do naprawienia**.

Oto co możesz zrobić:

- Przede wszystkim, **być w kontakcie z klientami**, czy to poprzez Twoją stronę na fb, Instagramie, czy poprzez wysyłanie smsów z nowymi ofertami i promocjami. **Klient lubi być traktowany indywidualnie**. Inaczej będzie brzmiało „Zapraszam”, a inaczej będzie brzmiało „Zapraszam Pani Kasiu”. Klient doceni również, jeśli pamiętasz czym się interesuje, jakie ma hobby. Jeśli masz problem z zapamiętaniem tego wszystkiego, po to masz **systemy rezerwacji**, po to masz karty klienta, żeby sobie te informacje notować. I przed obsługą klienta przeczytać.
- Kolejna istotna rzecz, to wiadomości z życzeniami na urodziny, na święta. Koszt kilku groszy, a czasami nawet w systemach rezerwacji darmowe, a **naprawdę może dużo zdziałać**. Pamiętaj, że zadowolony, **lojalny klient wraca regularnie** i zostawia u Ciebie pieniądze. Informuj również klientów o innych usługach, które są w Twoim salonie dostępne. Nigdy nie wiesz, czy właśnie tego nie potrzebuje. Dzięki temu on będzie bardziej zadowolony, a Ty zyskasz, bo usługa będzie droższa. Przykładowo w moim salonie są proponowane dodatkowe usługi, na przykład klient przychodzi na strzyżenie i jest pytany, czy nie chciał by skorzystać z takiej usługi jak czarna maska. Jest to taka maska węglowa, oczyszczająca pory. Dzięki temu wielu klientów decyduje się na ten dodatkowy zabieg, a nie byłoby tego jak byśmy ich o to nie pytali.
- Bardzo ważną rzeczą jest **proponowanie kolejnej usługi**, od razu w dniu wizyty. Dzięki temu, Ty masz pewność, że masz wypełniony grafik, a klient, że będzie dla niego miejsce. **Dzięki temu wzbudzasz jego zaufanie**, że się o niego troszczysz, i jesteś dla niego ważny. Niektóre systemy do rezerwacji wizyt mają dodatkowe opcje, które pozwalają ustawić rezerwacje cykliczne, czyli na przykład klient ustawia sobie, że o tej samej godzinie, co dwa tygodnie ma zarezerwowaną usługę.
- Kolejną sprawą jest tak zwany follow up, czyli technika, która polega na tym, że **dzwonisz kilka dni po usłudze i pytasz się klienta, czy wszystko jest w porządku**, czy fryzura się układa, czy kolor się podoba, generalnie czy wszystko jest ok. Dzięki temu **budujesz z nim relację i sprawdzasz poziom zadowolenie z usługi**. W przypadku niezadowolenia klienta z usługi, masz okazję do rewanzu, możesz zaprosić go na poprawkę. Natomiast gdybyś nie zadzwonił, nigdy byś tego klienta prawdopodobnie już nie odzyskał. A co w sytuacji, kiedy

zauważysz, że Twój lojalny klient dawno u Ciebie nie był? Czy wiesz, że **możesz wysłać mu informację z aktualną ofertą i zachęcić go do powrotu do swojego salonu?** Służą do tego opcje w systemach rezerwacji, między innymi Booksy ma taką możliwość. Sprawdzasz od jakiego okresu nie było Twojego klienta, po czym możesz wysłać mu przygotowaną wcześniej wiadomość, z zachętą powrotu do Ciebie.

Jeśli chcesz przetestować program do rezerwacji wizyt, którego ja używam w swoim salonie, po prostu kliknij poniżej, **wypełnij formularz** (jeśli korzystasz z telefonu, to przekieruje Cię do pobrania aplikacji. Nie ma innej możliwości przetestowania usługi jeśli najpierw nie zainstalujesz tej aplikacji na telefonie. Nie obawiaj się, to nie żaden wirus). Masz 14 dni na sprawdzenie możliwości tego programu potem zdecyduj, czy to jest to, czego szukasz. **W razie czego pisz do mnie w tej sprawie, pomogę ;)**

Więc klikasz tu:

http://bit.ly/test_booksy

Mam nadzieję, że się spodoba.

Dobrze. Zobaczyłeś kilka metod na utrzymanie relacji i budowanie lojalności klientów, a teraz czas, żeby przetestować to w praktyce.

Przypominam, że lada dzień rusza sprzedaż mojego kursu. **Jest to ostatnia chwila, żeby zapisać się na listę priorytetową.**

Dzięki temu możesz nabyć ten kurs 12 godzin przed innymi, a przypominam, że tylko **pierwsze 20 osób otrzyma ode mnie niesamowity prezent.**

Także zapraszam do zapisów poniżej:

http://bit.ly/lista_priorytetowa

Pozdrawiam serdecznie, Marcin Głuszyński