

gabi.net
gabinet w sieci

www.gabi-net.pl



SALON I JEGO KONTRAHENCI

Jak zwiększyć przychody i zyski salonu

Anna Grela, Gabi.NET w sieci

AGENDA

- Kontrahent DOSTAWCA – Firma dystrybucyjna
- Kontrahent ODBIORCA- Klient salonu
- Nasza rola jako pośrednika – czy jesteśmy jej świadomi?
- Nasz potencjał – jak go określić
- Komunikacja z Kontrahentami
- Współpraca partnerska z Kontrahentami

NASZA ROLA...

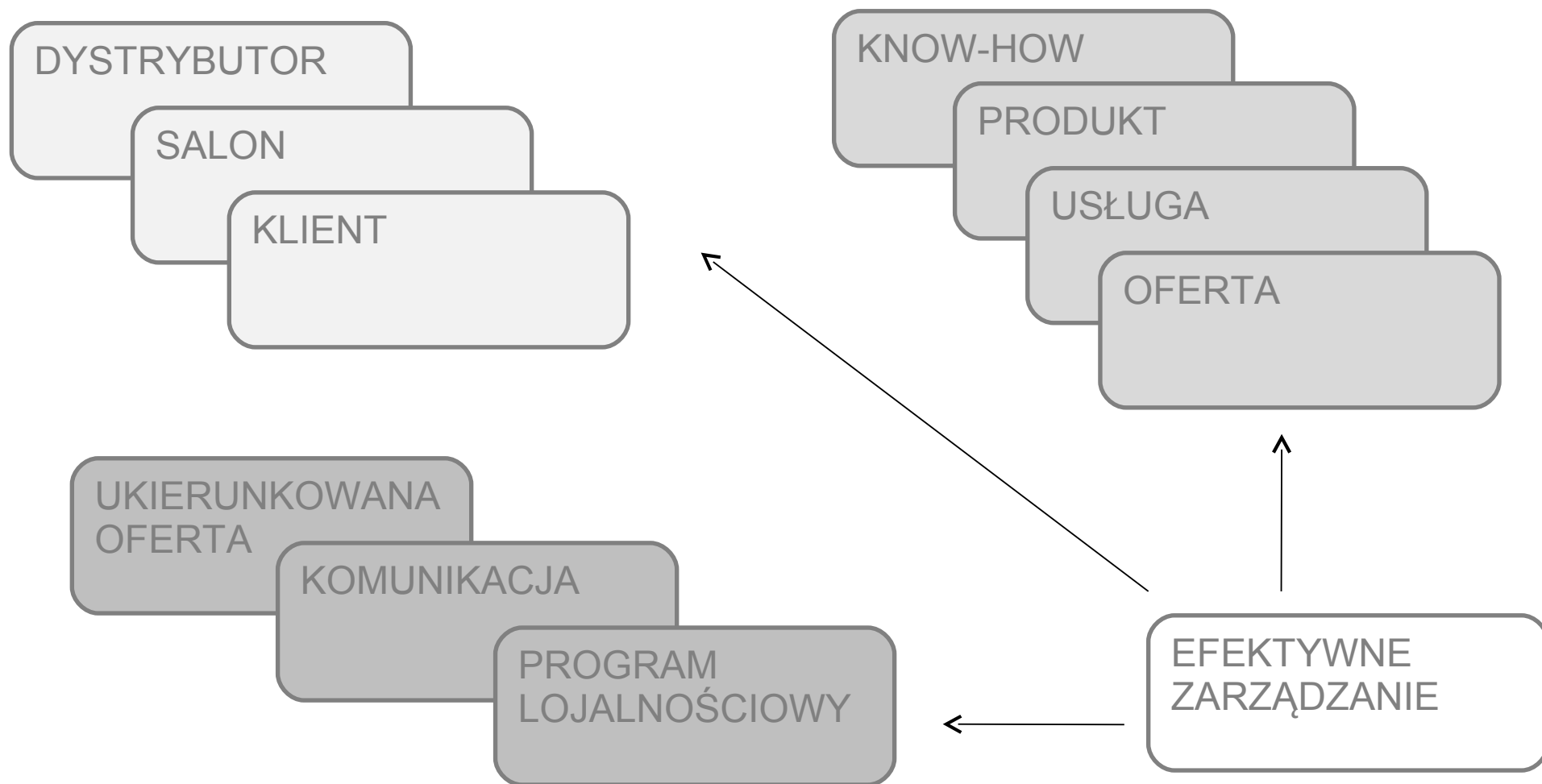
"Jeżeli istnieje jakiś jeden sekret sukcesu, to jest to umiejętność przyjmowania cudzego punktu widzenia i patrzenia z tej perspektywy z równą łatwością jak z własnej."

Henry Ford



Usługodawca? Sprzedawca?
Świadomość naszych działań...

OBSZARY DZIAŁANIA



KOMUNIKACJA

Komunikowanie się to poszukiwanie informacji potrzebnych do podejmowania właściwych decyzji.



KONTRAHENT ODBIORCA

- Profil klienta – kto jest naszym klientem?
- Oferta usługowo-sprzedazowa
- Komunikacja
- Programy lojalnościowe



KONTRAHENT DOSTAWCA

- Analiza potrzeb – profil klienta, różnorodność oferty
- Kryteria wyboru – jakość, cena, rozpoznawalność marki
- Umowa współpracy – sposób i czas realizowanych zamówień, termin płatności
- Zwiększamy obrót u jednego, dwóch dystrybutorów – negocjujemy rabaty, warunki współpracy
- Wymagamy od dostawcy próbek produktów, np. ustal ilość próbek od wartości zamówienia
- Pytajmy! o indywidualne programy lojalnościowe u swoich kontrahentów

ELASTYCZNOŚĆ W DZIAŁANIU

- Obserwowanie otoczenia – badania marketingowe
- Wewnętrzne statystyki dla potrzeb salonu
- Tworzenie baz danych – budowanie potencjału
- Program komputerowy do zarządzania
- Sterowanie cenami, rabaty
- Programy lojalnościowe
- Komunikacja
- Szkolenia





ŚWIADOME DZIAŁANIE TO PODSTAWA SUKCESU!

POWODZENIA 😊