



Zarządzanie klientami i marketingiem w branży kosmetycznej i SPA.

Możliwości i kierunki rozwoju.

Poznań, 2014

Agenda

Cechy rynku kosmetycznego

Marketingowe cele prowadzenia firmy kosmetycznej i SPA

Kim jest nasz Klient i jego lojalność

Aplikacja Gabi.NET.pl – nowe zarządzanie marketingiem

Działania marketingowe w salonie kosmetycznym i SPA

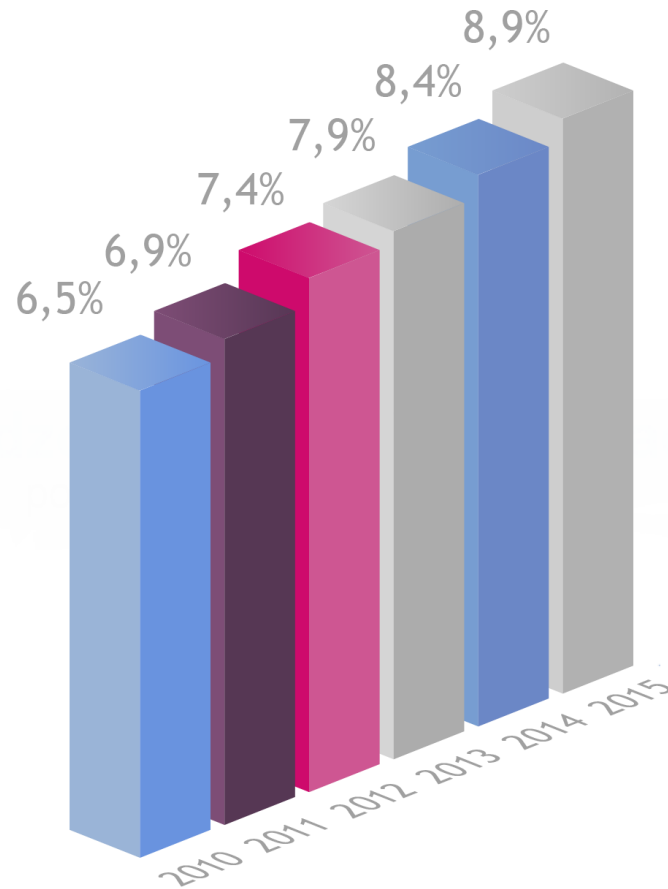
Nowe możliwości i kierunki rozwoju

Najważniejsze cechy rynku kosmetycznego

- Duża dynamika wzrostu – **10% ROCZNIE**
- Wartość rynku w roku **2012 WYNOSIŁA 1,4 mld ZŁOTYCH**
- Udział małych firm, coraz większe znaczenie zachodnich salonów otwieranych na zasadach franczyzy
- Dobra lojalizacja klientów przeciwstawia się kryzysowi w branży

Źródło: **Questus dla Gabi.NET w sieci**, Raport: Rynek usług kosmetycznych w Polsce. Trendy, kierunki rozwoju, strategię i metody działania. Zachowania klientów. Marzec 2012

Średnie wydatki na usługi kosmetyczne



Źródło: **Questus dla Gabi.NET w sieci**, Raport: Rynek usług kosmetycznych w Polsce. Trendy, kierunki rozwoju, strategię i metody działania. Zachowania klientów. Marzec 2012

Marketingowy cel działalności firmy

- Budowanie więzi z klientami
- Budowanie pozytywnego wizerunku firmy
- Prowadzenie działań promocyjnych
- Stała analiza zachowania klientów
- **Najważniejsze – ZYSK I RENTOWNOŚĆ DZIAŁAŃ**

*Osiągnięcie powyższych celów związane jest z **BUDOWANIEM LOJALNOŚCI KLIENTOW ORAZ WYKORZYSTANIEM NARZĘDZI INTERNETOWYCH** – aplikacja gabi.NET.pl, który pozwala nam na sprawne zarządzanie salonem i relacjami z naszymi klientami.*

Klient gabinetu kosmetycznego i SPA

- cechy dobrego klienta:

- Poleca nas wśród swoich znajomych – *marketing szeptany*
- Kupuje ofertę powiązaną
- Jest cennym źródłem informacji o nas
- **JEST KLIENTEM LOJALNYM**
- **JEGO CENNE UWAGI POZWALAJĄ NA DOSKONALENIE NASZEGO BIZNESU**

Lojalny Klient

- jak go zdefiniować?

Powrót Klienta do naszej firmy i skorzystanie z usługi

Lojalność

Pozytywne relacje z Klientem oparte na uczuciach

Lojalny Klient

- jak go zdefiniować?

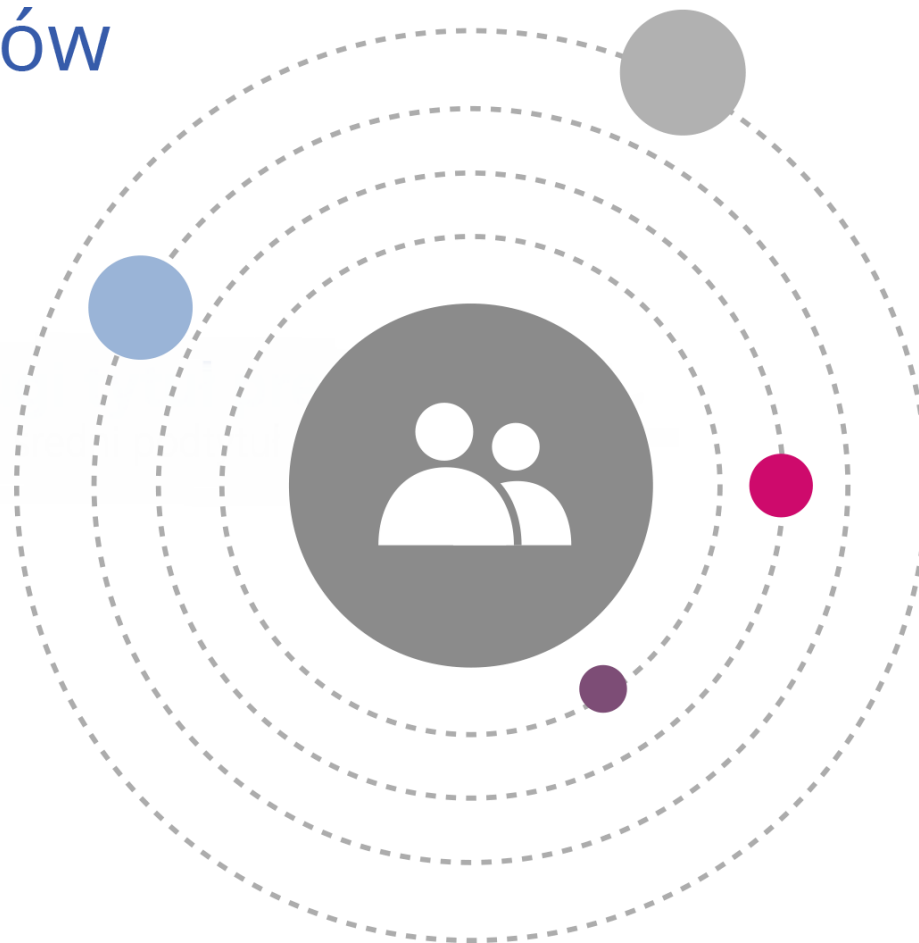
PAMIĘTAJ!

*Każdy zadowolony klient **przypro**wadzi do Twojej firmy **kolejnych sześciu kupujących**, a jeden niezadowolony sprawi, że jedenastu nigdy nie przyjdzie.*

Co daje nam lojalny Klient

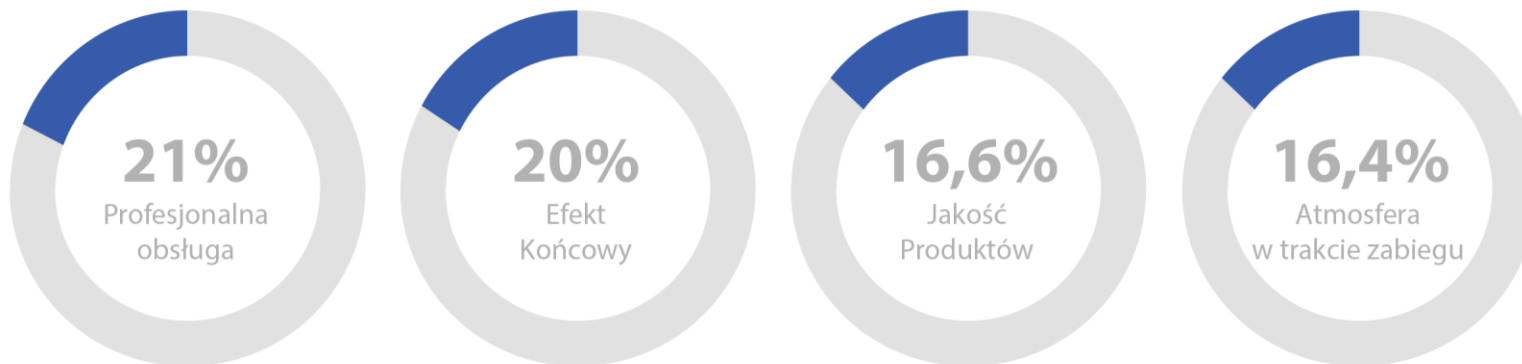
Lojalność Klientów

- Zmniejszenie kosztów obsługi
- Polecenie usług innym, rekomendacje
- **Zwiększenie wartości zakupów**
- Mniejsza wrażliwość na zmianę cen



Co daje nam lojalny Klient

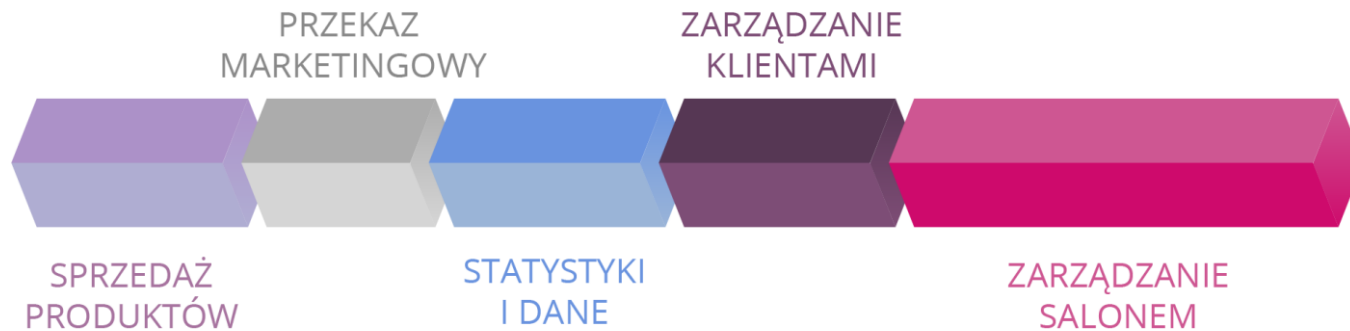
Największe znaczenie dla Klientów ma jakość obsługi:



Źródło: **Questus dla Gabi.NET w sieci**, Raport: Rynek usług kosmetycznych w Polsce. Trendy, kierunki rozwoju, strategię i metody działania. Zachowania klientów. Marzec 2012

Aplikacja gabi.NET.pl

- buduj lojalność swoich Klientów



Marketing w salonie kosmetycznym i SPA

Co dają nam działania marketingowe:

- Ukierunkowanie działań na realizację potrzeb Klienta
- Prezentowanie usług i oferty
- Pozyskiwanie nowych Klientów
- Tworzenie wizerunku firmy - PR
- Optymalizację narzędzi promocyjnych

Marketing w salonie kosmetycznym i SPA

Podział działań marketingowych:

- ❑ **Marketing zewnętrzny:** ulotki, banery, zakupy grupowe, marketing szeptany, bony rabatowe, ankiety
- ❑ **E-marketing:** kampanie AdWords, pozycjonowanie, media społecznościowe, mailingi/ przekaz SMS, fora/blogi, grupowanie klientów i definiowanie spersonalizowanego przekazu, umawianie wizyt on-line, wpis do partnerskich serwisów branżowych :
[www. gabinety-kosmetyczne.net](http://www.gabinety-kosmetyczne.net)
- ❑ **Marketing wewnętrzny:** komunikacja z pracownikami, budowanie więzi pomiędzy pracownikami a firmą, lojalność pracownika wobec firmy.

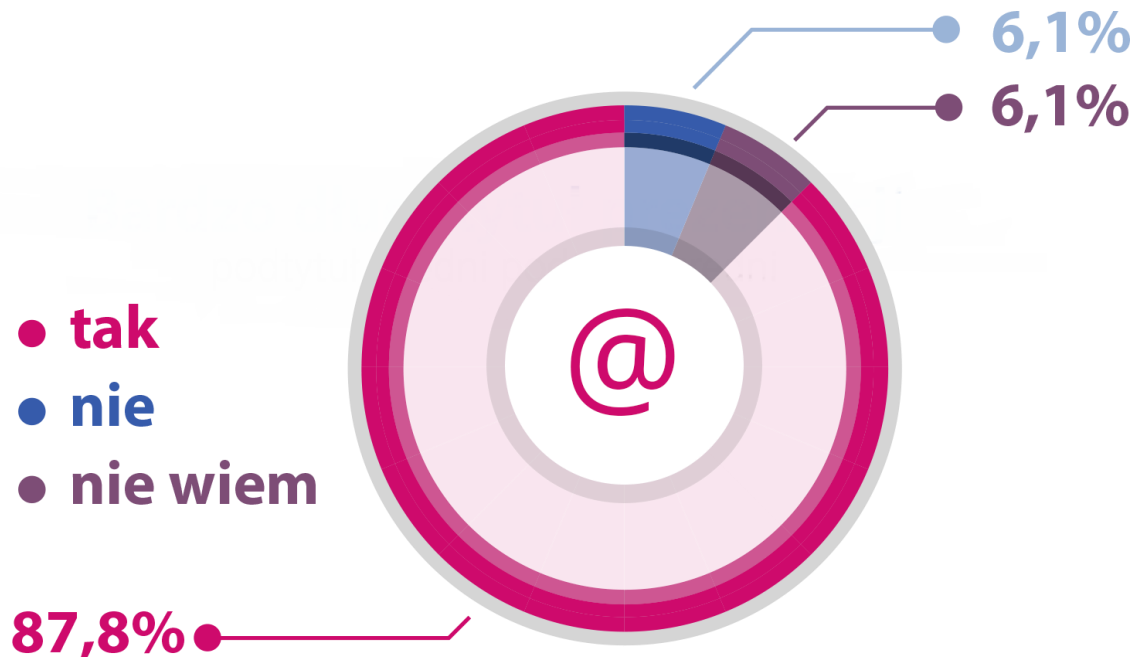
Marketing w salonie kosmetycznym i SPA

Aplikacja gabi.NET.pl to sprawdzona komunikacja e-marketingowa. Gwarantuje, że nasza oferta dotrze do Klienta.

Jej celem jest lojalizacja i bodźcowanie za pomocą trafnego i interesującego przekazu.

Skuteczne narzędzia pozyskiwania Klientów

Czy gdybyś miała możliwość rezerwacji terminów przez Internet, korzystałabyś z nich?



Źródło: Badanie przeprowadzone przez Binti.pl w czerwcu 2010 roku na grupie 1066 osób. Za: M. Silke, Wielkopolski Instytut Jakości, raport diagnostyczny przygotowany na zlecenie Zamawiamwizyte.pl

Skuteczne narzędzia pozyskiwania Klientów

Powiadomienia SMS:

- przypominające o zbliżającym się terminie wizyty
- marketingowe - informowanie o akcjach promocyjnych
- informacyjne - stały kontakt z klientem, informowanie o nagłych zdarzeniach

20-30% umówionych terminów wykonania usług jest zapominanych przez Klientów.

Skuteczne narzędzia pozyskiwania Klientów

Komunikacja mailingowa:

- Szybki sposób dotarcia z ofertą salonu do odbiorcy
- Możliwość kreowania komunikatu marketingowego
- Analiza efektywności

*44% respondentów ankiety konsumenckiej, przyznało, że czują większą więź z markami, które komunikują się z nimi poprzez kanał email marketingowy.**

**badanie Epsilon, 2008*

Skuteczne narzędzia pozyskiwania Klientów

Bony rabatowe:

- Tworzenie spersonalizowanego rabatu dla Klienta
- Określanie parametrów bonu: czasu trwania, wartości

Z badań przeprowadzonych wśród firm wynika, że aż 80% przychodów przedsiębiorstw pochodzi od garstki klientów, bo zaledwie od 20%.

Dlatego warto postarać się, by okazjonalnych kupujących zmienić w lojalnych Klientów.

Skuteczne narzędzia pozyskiwania Klientów

Budowanie grup odbiorców:

- Szybki sposób dotarcia z ofertą salonu do odbiorcy
- Możliwość kreowania komunikatu marketingowego
- Analiza efektywności

**badanie Epsilon, 2008*

Zarządzanie Klientem

- analiza danych i nasza wiedza

Informacja i statystyki to:

- Stała analiza trendów i postępowania Klientów
- Kreowanie trendów
- Dobór optymalnych narzędzi promocji naszego salonu
- Planowanie czasu pracy
- Polepszenie współpracy z pracownikami

Zarządzanie Klientem

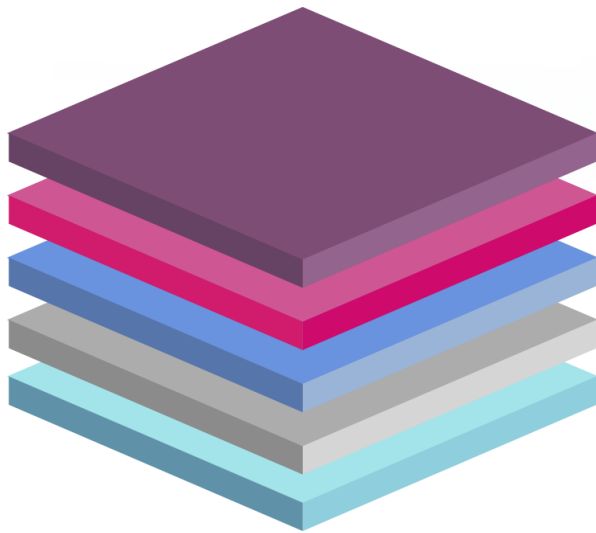
- analiza danych i nasza wiedza

Źródła pozyskiwania informacji z aplikacji Gabi.NET.pl



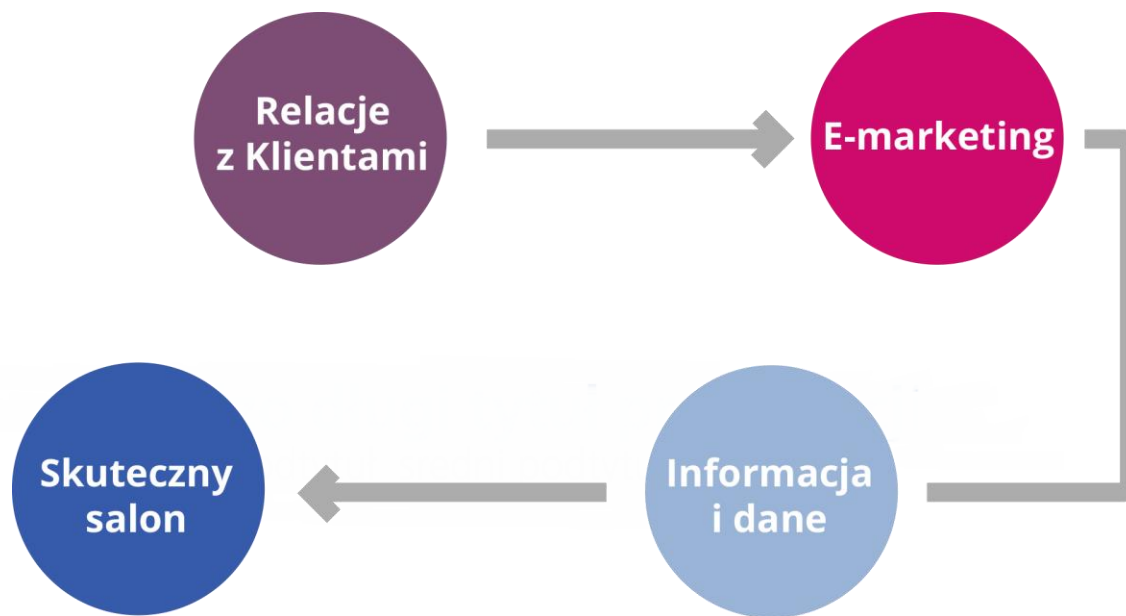
Nowe możliwości w zarządzaniu salonem

Nowoczesne zarządzanie salonem



Kontrola i wyciąganie wniosków
Motywowanie zespołu
Efektywne organizowanie zadań
Sprawna organizacja pracy
Planowanie taktyczne i strategiczne

Nowe możliwości w zarządzaniu salonem



Obecne trendy zarządzania wykorzystują nowoczesne technologie informatyczne.

APLIKACJA Gabi.NET.pl wspomaga właścicieli salonów we wszystkich powyższych obszarach.



Dziękuję za uwagę

Michał Kołodziej
mkolodziej@media4u.pl
668 878 162