



**gabi.net**  
aplikacja

Intuicyjna **Aplikacja**  
do zarządzania **Salonem**



**gabi.net**  
gabinet w sieci

**Biznesowy** serwis  
dla profesjonalistów z **branży beauty**

*gabi.net*  
gabinet w sieci

*Budowanie marki salonu beauty*

# Czym jest marka?

*Klient dokonując zakupu danej usługi czy produktu, kupuje przede wszystkim zadowolenie wynikające ze swojego zakupu.*

*Zatem marka jest wartością, która przekłada się na zadowolenie Klienta płynące z wyboru właśnie tej a nie innej, usługi czy produktu.*

*Najważniejszym czynnikiem w budowaniu marki jest jej wiarygodność, czyli spójność i jasność przekazu na każdym szczeblu rozwoju naszego salonu.*

# Co wpływa na markę salonu?

1. *Wysoka jakość usług i produktów*
2. *Sprawne funkcjonowanie salonu na szczeblu organizacyjnym*
3. *Wysoka kultura obsługi Klienta*
4. *Profesjonalna i wykwalifikowana kadra*
5. *Praca na sprawdzonych produktach, najwyższej jakości, renomowanych firm*
6. *Stały rozwój i otwarcie na nowoczesne rozwiązania*
7. *Komunikacja z Klientem i spójna strategia marketingowa*
8. *Przyjazna atmosfera, poznanie potrzeb Klienta, budowanie relacji, pierwsze wrażenie, ...itd*

# Kiedy działa marka?

*W momencie kiedy Klient jest w stanie bez sprawdzenia danej usługi czy produktu, wyrobić sobie ogólną opinię na jego temat, tak by podjąć decyzję o zakupie na podstawie ogólnych informacji i wcześniejszych doświadczeń z podobnymi markami, wtedy możemy śmiało stwierdzić, że nasza marka spełnia swoją rolę.*

# Siła lojalnego Klienta

*Ze światowych badań wynika, że:*

- około 30-50% Klientów jest chętnych zapłacić o 10-20% wyższą (w stosunku do marki konkurencyjnej) cenę premium za markę, wobec której są lojalni*
- 50% klientów deklaruje gotowość wypróbowania nowych produktów i usług preferowanej marki ze względu na zaufanie, jakim ją darzy*
- koszt pozyskania nowego klienta jest 6-8 razy wyższy od kosztu utrzymania starego*
- zwiększenie lojalności Klientów o 1-3% jest odpowiednikiem wprowadzenia programu obniżającego koszty o 5-15%*

# Dlaczego warto mieć silną markę?

- ✓ *Silne marki lepiej znoszą kryzysy gospodarcze.*
- ✓ *Silne marki mogą przenosić swą renomę na nowe projekty. Gwarantując większy sukces nowym inicjatywą.*
- ✓ *Silne marki mogą posiadać cenę premium w stosunku do konkurentów.*
- ✓ *Silne marki mają lepszą pozycję negocjacyjną z dostawcami, partnerami w kanałach dystrybucji. Czynią naszą firmę lepszym partnerem dla innych.*
- ✓ *Silne marki wpływają na opłacalność biznesu. Wokół silnych marek gromadzi się więcej lojalnych klientów.*
- ✓ *W procesie zakupowym silnej marki, następuje mniejsza migracja lojalnych klientów.*

# Dlaczego warto mieć silną markę?

- ✓ *Przy decyzjach zakupowych prawie zawsze brane są pod uwagę marki dobrze znane i kojarzone. Zazwyczaj klient potrafi wymienić ok 4-5 marek danej kategorii, które kojarzy*
- ✓ *Silne marki są polecane i rekomendowane przez klientów, innym*
- ✓ *W przypadku silnej marki konsumenci łatwiej i szybciej akceptują nowe inicjatywy i oferty danej marki. Ryzyko wprowadzenia nowego produktu pod nową marką jest wielokrotnie wyższe niż pod marką znaną*
- ✓ *Szybsze wprowadzanie zmian i nowości*
- ✓ *Niższe koszty promocji, łatwiejsze dotarcie do klientów*



# Jak zwiększyć siłę marki salonu?

*Niewątpliwy wpływ na wartość Twojej marki na rynku beauty, ma podniesienie jakości świadczonych przez salon usług, zatem aby cieszyć się silną i rozpoznawalną marką, wprowadź pewne rozwiązania:*

- ✓ *spójny jasny przekaz marketingowy*
- ✓ *analiza wyników pracy jaką uzyskasz prowadząc statystyki*
- ✓ *zadbanie o sprawną i skuteczną komunikację z Klientem*
- ✓ *maksymalne uproszczenie organizacji pracy w Twoim salonie*
- ✓ *wprowadzenie efektywnych programów lojalnościowych itp*

# Podnoszenie wartości marki salonu

## Zadbaj o spójny i jasny przekaz marketingowy

- *Jednolity przekaz wizualny: przejrzyste logo, jednolita kolorystyka i liternictwo, wizytówki, ulotki, itp*
- *Zaprojektowanie i wdrożenie strony internetowej nawiązującej do wspólnego przekazu wizualnego: wspólne logo, kolorystyka, liternictwo, symbole. Strona powinna być aktualna pod względem informacyjnym z łatwą nawigacją i możliwością odnalezienia potrzebnych informacji*
- *Opracowanie spójnej z wyżej wymienionymi elementami strategii e-marketingowej*

# Podnoszenie wartości marki salonu

Wykorzystuj statystyki do analizy sytuacji w salonie i szukania efektywniejszych rozwiązań

*Statystyki, które będą pomocne:*

- *zestawienie danych o wynikach pracy personelu*
- *poziomu sprzedaży usług i produktów w salonie*
- *zestawienie wszystkich wizyt*
- *statystyki klientów*

# Podnoszenie wartości marki salonu

Zadbaj o skuteczną komunikację z Klientem:

- *Przypomnienia SMS/ E-mail o wizycie*
- *Mailingi promocyjno-reklamowe*
- *Zapisy on-line dające Klientowi możliwość zapisania się przez Internet o każdej porze, z każdego miejsca na świecie.*
- *SMS'y marketingowe oraz informacyjne*

# Podnoszenie wartości marki salonu

## Zarządzaj organizacją pracy Twoich pracowników

- *Zbieraj informacje o Twoich pracownikach i mierz efekty ich pracy. Zorganizuj ich pracę dając dostęp do elektronicznych grafików pracy, listy ich uprawnień itp*
- *Wprowadzaj programy motywacyjne, prowizje od zabiegów*
- *Prowadź statystyki ich pracy i mierz ich efektywność każdego miesiąca*

# Podnoszenie wartości marki salonu

## Zbieraj informacje o swoich Klientach

- *Stwórz elektroniczną bazę Klientów wraz z indywidualnym profilem każdego Klienta, który zawiera wszystkie potrzebne informacje wraz z historią wizyt*
- *Wykorzystuj zebrane informacje m.in. do działań marketingowych*

# Podnoszenie wartości marki salonu

## Wprowadź efektywne programy lojalnościowe

- *Postaw na sprawdzone metody budowania lojalności Twoich Klientów, wykorzystując bony rabatowe i upominkowe*
- *Bony upominkowe czy rabatowe, swego rodzaju upominki w postaci zabiegu. Są nie tylko idealnym prezentem na wszelkie okazje, to przede wszystkim produkt marketingowy służący do zacieśniania więzi z Klientem i pozyskiwanie zupełnie nowych*



*Zapraszamy do współpracy*

*[www.gabi.net.pl](http://www.gabi.net.pl)*