



treatwell
connect

Grižkime stipresni: Tavo atsidarymo strategija

Gidas kaip vėl atverti saloną ir
auginti savo verslą po karantino

Mielas partneri,

Periodas kai per pastaruosius metus visi grožio salonai buvo uždaryti, yra naujiena mums visiems. Dar niekada neteko nustoti dirbti bei likti namuose. Kai kuriems tai buvo apmąstymų, tobulėjimo ir planavimo metas, bet kitiems- iššūkių pilnas laikotarpis, kai reikėjo užimti vaikus, spręsti finansinius bei komandos išlaikymo klausimus.

Mes norime dar kartą padėti tau sklandžiai atverti salono duris. Remiantis paskutinio atidarymo statistika, klientų apklausa, ekspertų ir mūsų salonų, ambasadorių, patarimais, mes sukūrėme šį informatyvų gidą.

Turinys

- Įžanga	3
- Kainodara	4
- Prieinamumas	5
- Paslaugų meniu	6
- Komunikacija	7
- Internetas	8
- Sąlygos	9

Kainodara

Salonams pavasarį atvėrus duris mes pastebėjome, kad visur išaugo paslaugų kainos, nes salonams reikėjo nusipirkti apsaugos priemones ir daryti laiko tarpus dezinfekcijai. Bet tai neatbaidė klientų. Net atvirkščiai, **vizitas pas grožio specialistą yra tarp top 3 dalykų, ką žmonės veikė po karantino** ir klientai buvo linkę išleisti grožio salonuose nemažą dalį savo biudžeto.

Turint galvoje šiuos faktus, galvoje, keletas kainodaros patarimų:

1. Peržvelk savo kainas objektyviai ir apsvarstyk jų vertę. **Nenuvertink savęs ir nesistenk būti pats pigiausias rajone, o jei tavo paslaugos brangios, pagrįsk kodėl.** Aiškiai pabrėžk už ką moka klientas. Atnaujintas paslaugos aprašymas ar paminėti naudojami produktai gali padėti įvardinti kainos pokyčius,

2. **Nedaryk nuolaidų populiariausiais laikais.** Klientai supranta dinamines kainas ir sutinka mokėti skirtingą kainą priklausomai nuo laiko. Taip daryti juos įpratino kelionių organizatoriai, viešbučiai, restoranai, bet tai veikia ir grožio salonams. Jei šeštadienis yra užimčiausia diena, nenuvertink jos! Bet jei kyla sunkumų užpildant laikus kitomis dienomis, [išbandyk išmaniąsias Connect nuolaidas](#).

3. Net neabejojame, kad daugelis klientų atvyks suplanuotam vizitui, bet jei paskutinę minutę atsilaisvina vieta, išmėgink [paskutinės minutės nuolaidas](#). Tokiu atveju nuolaida galioja tik užsisakant paslaugą likus labai nedaug laiko iki vizito pradžios.

Prisimink, kad klientams tavęs reikia dabar ir šiuo metu kaina nebūtinai yra svarbiausias faktorius.





Prieinamumas

Paskutinis salonų atidarymas parodė du svarbius klientų įpročių pokyčius. Pirma, didžiulis užsakymų šuolis buvo pastebimas dvi savaites po salonų atidarymo. Liepą net 80% laisvų laikų Connect kalendoriuje buvo užimti. Antra, žmonės dirbant namuose pasikeitė įprastai buvę populiarius laikai.

Pagalvok, kuriuos pakeitimus gali atlikti iškart, kad geriau atitiktum klientų poreikius. Štai keletas dalykų apgalvojimui:

1. Ilgesnės darbo valandos dabar yra labai logiškas sprendimas, bet pagalvok, kad jos sutaptų su paklausa. Jei teiki ilgai trunkančias paslaugas, atsidaryti sekmadienį gali būti pigiau nei dirbti ilgiau darbo dienomis. Jei teiki trumpas paslaugas, ilgesni darbo dienų vakarai yra puikus sprendimas. Jei salonas įsikūręs miesto centre, pagalvok atsidaryti anksčiau. Čia rasi informaciją, kaip [gali pakeisti darbo valandas](#).

2. Jei tavo salonas įsikūręs miegamajame rajone, matyt daugelis tavo klientų vis dar dirba iš namų, tad jų grafikas laisvesnis. Po pirmojo karantino, 10 val. ryto tapo vienu populiariausių laikų. Apgalvok tai sudarant darbuotojų grafikus.

3. Įtrauk savo darbuotojus ir/ar besinuomuojančius darbo vietas kolegas į pasitarimus. Jie greičiausiai bus suinteresuoti pilnai užpildyti savo dienas ir galbūt nesutiks dirbti ilgiau darbo dieną, bet mielai padirbės sekmadienį.

4. Brent Mossop, Bar Hairdressing salono savininkas pasidalino naudingu patarimu: "Reklamuok greitas paslaugas, kurios padės užpildyti tarpus ir padidins klientų skaičių pirmomis darbo savaitėmis. Galbūt vietoj ilgai trunkančių procedūrų klientai pradžia mieliau pasirinkt greitai nusikirpti kirpčiukus ar tiesiog užsirašys nagų lakavimui, o ypač, jei nebėra vietų ilgesnėms procedūroms."

Paslaugų meniu

Dabar labai naudinga peržvelgti, kokias paslaugas siūlai ir kaip jos atitinka paklausą. Mes pasiteiravome Matt Bartell, Threads & Co salono savininko, koku požiūriu jis vadovaujasi priimant sprendimą, kokias [paslaugas įtraukti į meniu](#):

1. Naujų tendencijų stebėjimas; "geriausia ne tik stebėti tendencijas, klausti klientų, bet kreiptis į Treatwell komandą, nes jie nuolat stebi rinkos tendencijas. Jie iškart informavo mane apie padidėjusią antakių laminavimo paklausą ir aš įtraukiau tai į savo meniu, pradėjau aktyviai reklamuoti ir tai tapo viena populiariausių mano paslaugų!"

2. Įsitikink, kad paslauga atsipirks; "siūloma paslauga turi atitikti tavo salono konceptą bei klientų poreikius, taip pat turi turėti tam vietą, pilnai apmokyti komandą bei tinkamai parinkti produktus, kad vėliau galėtum juos pardavinėti ir klientams."

3. Apmokyk komandą; "jei komandai nepatinka pati paslauga, jie nesijaus užtikrintai ją atlikdami ar nepatiks naudojami produktai, ji nesulauks sėkmės."

4. Kalbėk apie tai; "svarbu, kad paslauga būtų prieinama internetu (per Treatwell ir užsakymų įskiepi), bet taip pat matoma ir salone. Geriausia, kad komanda apie tai pasakotų klientams. Kodėl nepadarius specialios kainos, kad paskatintum klientus ją išbandyti?"

5. Stebėk populiarumą; "sukurk savaitinį ir mėnesinį paslaugos pristatymo planą, kad tu ir komanda žinotų, ko reikia tikėtis ir kaip elgtis, jei kažkas vyksta ne pagal planą. Jei paslauga nesulaukia sėkmės, pakalbėk su komanda ir klientais, kas jiems nepatinka. Ir, žinoma, bendrauk su Treatwell komanda, nes jie žino apie kainų vidurkius rajone ir pan."

Dabar labai geras laikas atsisakyti nepopuliarių ar finansiškai nenaudingų paslaugų ir sutelkti visą dėmesį į populiariausias. Vienas salono savininkų mums pasakojo: "Kai atversiu duris aš visą dėmesį sutelksiu į plaukų priežiūros paslaugas. Tai yra mano specifikacija ir tai generuoja daugiausiai pajamų. Aš atsisakau kitų grožio paslaugų, nes dėmesio sutelkimas į vieną sritį padeda tapti tikru jos profesionalu. Aš išplėsiu kirpėjų darbo vietas vietoj kosmetologinio kabineto, nes tai labiau finansiškai apsimoka."



Komunikacija

Pirmas žingsnis yra užtikrinti, kad [klientų duomenys \(telefonas ir el. paštas\) yra suvesti į Connect](#), kad galėtum su jais susisiekti. Mes pateikiame porą idėjų apie klientų informavimą atsidarius:

1. Pažiūrėk mūsų sukurtą ["Sugrįžimo" kampaniją](#), kurią gali išsiųsti savo klientams sms žinute ar el. paštu.
2. Pasidalink mūsų sukurtais [socialinių tinklų paveikslėliais](#), kurie skelbia, kad tu jau dirbi.
3. Sky Tiunaite, Beauty Bar London salono savininkė pataria daugiausia dėmesio skirti lojaliems klientams. "Daugelis mano ištikimiausių klientų labai pasiilgo mūsų. Aš nuolat palaikiau su jais kontaktą socialiniuose tinkluose, o dabar susisiekiame su jais per Connect siūlydami pirmenybę priimant juos bei specialius laikus, kad jie pasijustų vertinami."
4. Naudok mūsų laiškų siuntimo klientams įrankį, kuris padeda pamatyti, kurie klientai nesilankė pas tave per paskutines 90 dienų (pavyzdžiui) ir išsiųsk jiems laišką kviečiantį apsilankyti vėl.



Sky Tiunaite
Beauty Bar London



Internetas

Dabar geras metas priminti klientams, kad patogiau yra užsirašyti internetu. Paskutiniaisiais metais klientai naudoja internetą įvairioms reikmėms, tad su minimaliu paskatinimu jie ir toliau taip darys. Kuo mažiau laiko tu praleisi atsakinėjant į skambučius ir žinutes, tuo daugiau jo skirsi darbui su klientais bei pajamų generavimui!

Dar keletas idėjų šiuo klausimu:

1. Sky iš **Beauty Bar** teigia, kad iki karantino 80% visų užsakymų buvo atlikti internetu, o atsidarius, ji nori, kad visi užsakymai būtų tik internetu. "Klientai gali matyti visus mato laisvus laikus ir pasirinkti jiems tinkamiausią, o dar geriau, kad jie patys gali tvarkyti savo užsakymus per Treatwell programėlę. Man nereikia gaišti laiko ieškant naujo laiko perkelti jų vizitus."

2. Visada pasistenk įvesti užsakymus ranka į Connect, bet **paskatink šiuos klientus pagaliau užsirašyti internetu.** Connect sistemoje rasi naudingą nuorodą, kurios dėka paraginsi klientus kitą kartą užsirašyti per [programėlę](#).

Sąlygos

Dabar geras laikas iš naujo peržiūrėti taisykles ir galbūt jas pakeisti. Keletas minčių apie tai:

1. Ian Broderick, CV Hair & Beauty savininkas ypač daug dėmesio dabar skiria vėluojantiems klientams: “Iki šiol pro pirštus žiūrėjau į vėlavimus, bet išaugus paklausai aš labai aiškiai komunikuoju klientams, kad vėluojant bent 15 minučių jų vizitas bus perkeltas.” [Mes rekomenduojame tau](#), kad klientai prieš užsiregistruojant tai matytų.

2. Visiems galvojant apie padidėjusius higienos reikalavimus, mes rekomenduojame apie tai aiškiai pranešti salone. **Matt iš Threads & Co** pasidalino šia miela žinute klientams: “Prašome, reguliariai plauti ir dezinfekuoti rankas. Jei jautiesi blogai ar turi bent menkiausius simptomus, paprašytumėme tavęs perkelti vizitą. Mes dėl to tikrai nepyksime. Mes mylime tave, bet venkime apsikabinimų ir taip išvenkime ligos.”



Ian Broderick
CV Hair & Beauty



Linkėjimai nuo visos Treatwell komandos

Mes tikimės, kad šis gidas tau bus naudingas ir padės sėkmingai atidaryti saloną pirmomis savaitėmis. Kaip visada, mes esame čia, kad palaikytume tave, suteiktume patarimų ar kad tu pasidalintum savo mintimis. Bendrauti su grožio profesionalais gali ir Facebook grupėje: Už uždary durų. Grožio bendruomenė.

Linkėjimai nuo visos Treatwell komandos

treatwell connect

Įrankiai, kuriantys šviesesnį grožio verslą