



۷ استراتژی در کاربردی در بازاریابی و فروش تلفنی سالن زیبایی | آرایشگاه زنانه

افزایش مشتری در سالن های زیبایی از طریق آموزش فروش تلفنی

بازاریابی تلفنی و فروش تلفنی سالن زیبایی می‌توانند از طریق آموزش فروش تلفنی مشتریان خود را افزایش دهند و مشتریان قبلی خود را به مشتریان دائمی وفادار تبدیل کنند. شاید پیش خود بگویید که چگونه می‌توان از طریق بازاریابی و فروش تلفنی به این هدف رسید. طراحی استراتژی ها و تقویت برخی از ویژگی‌ها می



توانند به این مهم کمک کنند.

سالن‌های زیبایی خصوصاً سالن‌های زیبایی زنانه نسبت به بسیاری از صنف‌ها درآمد قابل قبولی دارند؛ اما این دلیل نمی‌شود که برای افزایش ثروت و مشتری تلاش بیشتری نکرد. **بازاریابی تلفنی و فروش تلفنی** این امکان را به آرایشگران می‌دهد که در زمان کوتاه‌تری مشتریان پایدار و وفاداری ایجاد کنند. در ادامه مطلب استراتژی‌های مفید برای افزایش مشتری در سالن‌های زیبایی بیان می‌شود.



فوق ستاره فروش تلفنی و بازاریابی تلفنی

استراتژی‌های کاربردی در افزایش مشتری سالن زیبایی

۱. ارائه پیشنهاد: ارائه پیشنهادهای شگفت انگیز همواره به عنوان



یکی از مفیدترین استراتژی‌ها در افزایش فروش یاد می‌شود. سالن‌های زیبایی می‌توانند با قرار دادن تخفیف در مناسبت‌های خاص مانند نزدیک ایام نوروز مشتریان زیادی جذب کنند. سالن‌های زیبایی همواره تعدادی مشتری ثابت دارند؛ بهتر است رابطه تعاملی خوبی با مشتریان ثابت داشته باشید. شماره تلفن مشتریان ثابت خود را در یک لیست جداگانه یادداشت کنید.

مناسبت‌های خاص مانند عید نوروز، شب یلدا، عید غدیر، ولنتاین و غیره را به آنها یادآوری کنید و برای مشتریان ثابت خود در این ایام تخفیفات ویژه قائل شوید. این کار می‌تواند تاثیر زیادی در افزایش جذب مشتری برای شما داشته باشد.

حتی می‌توانید با مشتریان خود رابطه صمیمانه‌تری برقرار کنید و تاریخ‌هایی که برای مشتری شما مهم است مانند سالگرد ازدواج، سالگرد آشنایی، سالگرد عقد، تولد و... را یادداشت کنید. چند روز قبل از این مناسبت‌ها با او تماس بگیرید و با لحنی شاد پیشاپیش به او تبریک بگویید و با لحنی غیر مستقیم و احترام آمیز به مشتری بفهمانید به دلیل اینکه مشتری ثابت شما است؛ به مناسبت سالگرد ازدواج یا تولدش برای او تخفیفات ویژه ای قائل شده اید.

۲. **نوشتن اسکرپت:** اسکرپت یک اصطلاح پرکاربرد در **بازاریابی تلفنی و فروش تلفنی** است و به معنی متن بازاریابی است. اسکرپت در **فروش تلفنی** نقش ویژه و پرکاربردی ایفا می‌کند. اسکرپت باید به صورت جامع و خلاصه خدمات سالن زیبایی را شرح دهد. دقت کنید که با توجه به مشتریان هدف متن



اسکرپیت تنظیم می‌شود.

به عنوان مثال اسکرپیت معرفی آرایشگاه یا سالن زیبایی که برای مشتریان جدید تنظیم می‌شود با اسکرپیت ارائه پیشنهاد به مشتریان ثابت متفاوت است. در خط دوم اسکرپیت همیشه باید دلیل تماس با مشتری بیان شود و متن آن به گونه‌ای منسجم تنظیم شود. نوشتن اسکرپیت مزیت‌های زیادی دارد به عنوان مثال باعث می‌شود که نکته مهمی از قلم نیفتد و باعث تمرکز گوینده در حین مکالمه می‌شود.

۳. **پرسیدن سوال از مشتری:** یکی از اشتباهاتی که فروشندگان تلفنی مرتکب می‌شوند این است که در هنگام بازاریابی به یک متکلم وحده تبدیل می‌شوند و مشتری را وارد چالش نمی‌کنند. پرسیدن سوال از مشتری باعث می‌شود که مشتری احساس اهمیت در نزد بازاریاب کند و برای استفاده از خدمات سالن زیبایی بیشتر ترغیب شود. سوالات باید با توجه به نوع مشتری در **بازاریابی و فروش تلفنی** طراحی شود. به عنوان مثال سوالات زیر را می‌توان با هدف جذب مشتری جدید از افرادی که تا به حال از خدمات سالن‌های زیبایی شما استفاده نکردند پرسید:

- آیا تا به حال پاکسازی پوست را انجام داده‌اید؟ میزان رضایت شما از پاکسازی پوست چقدر بوده است؟
- پاکسازی پوست به چه روشی برای شما انجام شده است؟
- آیا از تاثیر ماساژ برای از بین بردن چروک‌های پوست خبر دارید؟
- آیا تمایلی برای فر کردن موهای خود به صورت بلندمدت دارید؟



• آیا می‌دانید که می‌توان با کمترین عوارض با استفاده از روش های نوین موها را به مدت طولانی فر کرد؟



آموزش رایگان بازاریابی تلفنی و فروش تلفنی سالن زیبایی
ارایشگاه زنانه و ارایشگاه مردانه و عروس سرا

۴- **پیگیری کردن:** پیگیری کردن می‌تواند نقش بسیار مهمی در افزایش جذب مشتری و تبدیل مشتری های غیر ثابت به ثابت باشد. فرض کنید شخصی برای رنگ کردن مو به آرایشگاه شما برای



اولین بار مراجعه کرده است؛ با چند ترفند ساده می‌توان این مشتری را به مشتری دائم تبدیل کرد:

کافی است بعد از این که رنگ موهای مشتری به اتمام رسید؛ مشخصات مشتری را در یک لیست ثبت کنید و شماره تلفن او را یادداشت کنید. بعد از چند روز با مشتری تماس بگیرید و وضعیت موهای او و بازخورد افراد نزدیک او را بپرسید. مثلاً می‌توانید سوال کنید که همسر او رضایت کافی از رنگ موهای مشتری را دارد یا خیر؟ بعد از حمام کردن و شستشوی موها آیا تغییر محسوسی در رنگ مو ایجاد شده است یا خیر؟

موها بعد از دو تا سه هفته رشد می‌کنند و رنگ ریشه موها نمایان می‌شود شما می‌توانید از مشتری بپرسید که آیا تمایلی برای رنگ کردن ریشه موها دارد یا خیر؟ اگر جواب مثبت بود شما می‌توانید یک نوبت فوری برای او تنظیم کنید. بهتر است در میان سوالات، میزان رضایت مشتری را نیز جویا شوید. زمانی که میزان رضایت مشتری را پس از چند روز جویا می‌شوید؛ به مشتری احساس مثبتی دست می‌دهد و مشتری برای استفاده از خدمات شما بیشتر ترغیب می‌شود.



آموزش رایگان بازاریابی تلفنی و فروش تلفنی سالن زیبایی
ارایشگاه زنانه و ارایشگاه مردانه و عروس سرا

۵- آگاه کردن مشتری از خدمات جدید: ممکن است بعضی از سالن‌های زیبایی به لیست خدمات خود، خدماتی را اضافه کنند به عنوان مثال ممکن است برخی پاکسازی پوست، ماساژ یا میکاپ را اضافه کنند.

در اینگونه مواقع بهتر است نگاهی به لیست مشتریان وفادار خود بیندازید؛ اگر کمی مرور کنید متوجه خواهید شد که خیلی از مشتری‌ها به دلیل نداشتن این خدمات به سالن‌ها و آرایشگاه زنانه دیگر



مراجعه کرده‌اند؛ تلفن را دست بگیرید و با آنها تماس بگیرید. با خوشحالی و صمیمیت خدمات جدید خود را معرفی کنید و به مناسبت افتتاح صندلی‌های جدید در آرایشگاه برای مشتریان تخفیف قائل شوید.

۶- فن بیان و گفتار: نحوه گفتار و فن بیان شما در جذب مشتری بسیار تاثیر گذار است. در هنگام صحبت کردن با لحن خود بازی کنید. در مواقع لازم از لحن شاد، لحن رازآلود، لحن مشتاق و لحن مطمئن استفاده کنید.

به عنوان مثال زمانی که از کیفیت رنگ‌های خود صحبت می‌کنید؛ از لحن مطمئن استفاده کنید. زمانی که از مشتری دعوت می‌کنید که از سالن زیبایی شما دیدن کند؛ از لحن مشتاق استفاده کنید و در هنگام شروع صحبت لحن خود را صمیمی و در عین حال احترام آمیز کنید.

۷- شناخت دلایل رضایت: برای هر کدام از خدماتی که در آرایشگاه خود انجام می‌دهید یک لیست رضایت تهیه کنید. به عنوان مثال لیست رضایت هایلایت مو، لیست رضایت رنگ و مش، لیست رضایت مانیکور و پدیکور، لیست رضایت میکاپ، لیست رضایت -شنیون و... می‌تواند جزو این لیست‌ها باشد. بررسی این لیست می‌تواند

به شما در شناسایی دلایل رضایت و عدم رضایت مشتریان کمک



کند. زمانی که دلیل رضایت یا عدم رضایت را شناسایی کنید؛ در هنگام **بازاریابی و فروش تلفنی** با مانور دادن روی این مسائل مشتری‌های زیادی را می‌توانید جذب کنید.

برای پر کردن این لیست دو راه وجود دارد؛ یک دفتر پیشنهادات و انتقادات تهیه کنید و در داخل آرایشگاه قرار دهید؛ از مشتریان حضوری خود بخواهید تا دلیل رضایت و عدم رضایت خود را از خدمات بنویسند یا در هنگام تماس با مشتریان قبلی و پیگیری، از آنها بخواهید رضایت یا عدم رضایت خود را بیان کنند. در مدت زمان -کوتاهی لیستی در اختیار شما قرار می‌گیرد که با استفاده از آن می‌توانید عملکرد خود را افزایش دهید.

ذکر مثال های ملموس: داشتن نمونه کار می‌تواند تاثیر بسیار زیادی در افزایش جذب مشتری داشته باشد. هنگام مکالمه در **بازاریابی و فروش تلفنی**؛ یک قرار ملاقات برای آنها تعیین کنید که آنها بتوانند از نزدیک نمونه کارهای شما را مشاهده کنند. می‌توانید فایلی از نمونه کارهای خود را در سیستم یا گوشی هوشمند خود ذخیره کنید؛ زمانی که مشتریان بالقوه از شما نمونه کار می‌خواهند بلافاصله می‌توانید نمونه کارهای خود را برای آنها ارسال کنید.



آموزش رایگان بازاریابی تلفنی و فروش تلفنی سالن زیبایی
ارایشگاه زنانه و ارایشگاه مردانه و عروس سرا

می‌توانید برخی از مشتریان ثابت خود را با کسب رضایت از آنها به
مشتریان بالقوه معرفی کنید. ایجاد یک حلقه رابط بین مشتریان
می‌تواند باعث افزایش مشتری در سالن زیبایی شود.

اشتباهات رایج در افزایش مشتری از طریق فروش تلفنی سالن آرایشی

برخی از اشتباهات رایج می‌تواند به جای افزایش مشتری باعث



کاهش مشتری در **فروش تلفنی** شود. شناخت این اشتباهات از اهمیت بالایی برخوردار است برخی از این اشتباه‌های رایج عبارتند از:

تماس بی موقع:

تماس گرفتن در روزهای تعطیل رسمی، تماس گرفتن در ساعات معمول استراحت مانند تماس بین ساعت ۱۲ تا ۳ بعد از ظهر، تماس گرفتن بین ساعت ۷ تا ۹ صبح توصیه نمی‌شود. زمانی که تماس می‌گیرید یادتان باشد که از مشتری برای ادامه صحبت اجازه بگیرید زیرا ممکن است مشتری در موقعیت مناسبی برای صحبت کردن نباشد.

مسلط نبودن به روند مکالمه:

یک فروشنده تلفنی باید به خوبی بر روند مکالمه در **بازاریابی و فروش تلفنی** مسلط باشد و بتواند مشتری را به چالش بکشد؛ به سوال‌های او به دقت پاسخ دهد؛ صبور باشد و به انتقادهای مشتریان با صبوری و رعایت ادب پاسخ دهد. داشتن یک اسکریپت در اینجا اهمیت پیدا می‌کند بسیاری از فروشندگان تلفنی به صورت رندومی تماس برقرار می‌کنند و به صورت ذهنی مکالمه‌ی خود را پیش می‌گیرند؛ این کار می‌تواند باعث اشتباهات آشکار در هنگام صحبت کردن شود.



آموزش فروش تلفنی

برای یادگیری عمیق اصول متقاعدسازی بر پایه مدل‌های کلاسیک، می‌توانید مقاله **هنر متقاعدسازی** را مطالعه کنید.

همچنین، برای تبدیل شدن به یک استاد در اصول متقاعدسازی، می‌توانید با سری جدید دانشجویان ما در **کارگاه متقاعدسازی پیشرفته** همراه شوید.

برای دریافت نکات روزانه و هر تکنیک فروش تلفنی جدید، **شبکه اجتماعی استاد بهزاد استقامت** را دنبال کنید.

نظر شما ارشمند است

اگر این مطلب برای شما مفید بوده خوشحال میشیم نظر خود را در بخش کامنت‌ها ارسال کنید و دوستان خود را به خواندن این مقاله دعوت کنید.