



WIRTUALNI TERAPEUCI

AKADEMIA MASAŻU I KOSMETOLOGII KOMPLEMENTARNEJ

JAK WPROWADZIĆ

***NOWY ZABIEG DO
SALONU BEAUTY?***

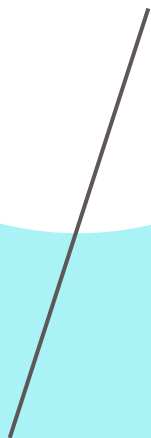
***TAK, ABY SPRZEDAŁ SIĘ
W SPEKTAKULARNYCH
ILOŚCIACH.***

MAGDALENA KAMIŃSKA

00



W S T E P



00

Temat

03

W P R O W A D Z E N I E

04

T R Z Y G R U P Y
K L I E N T Ó W

Być może zastanawiacie się po co ten ebook?
Przecież wystarczy powiedzieć klientom, że mamy nową usługę i będą walić drzwiami i oknami :), a sprzedaż będzie imponująca.

Jeżeli ktoś tak myśli to :

- a - albo nie prowadzi salonu masażu lub salonu kosmetycznego,
- b - nigdy nie sprzedawał usług w dużych ilościach (założenie, jak ktoś przyjdzie to dobrze, a jak nie no to trudno),
- c - nie wie jak się do tego zabrać.

Niestety w większości przypadków jest tak, że salony wprowadzając nowy zabieg robią tylko poniższe rzeczy

- a - wstawiają usługę do cennika,
- b - wstawiają post na facebooku,
- c - informują klientów, że jest nowa usługa.



Ale czy to wystarczy ?
Na pewno nie.

Klientów możemy podzielić na trzy kategorie
a - Tacy, którzy wszystko kupują i nie trzeba ich zachęcać. Oni stanowią 20% wszystkich klientów.
b - Tacy, którzy potrzebują czasu i wiedzy, aby dokonać zakupu. Czyli według badań potrzebują 5 styków z usługą, aby podjąć pozytywną decyzję. Oni stanowią 60% wszystkich klientów.
c - I klienci, którzy nigdy niczego nie kupią kiedy im to proponujesz. Tacy klienci stanowią 20 % wszystkich klientów .

Dla nas najważniejszą, grupą jest to grupa druga, czyli 60% naszych klientów i nimi będziemy się zajmować w tym ebooku.



Postanowiłam, że e-book będzie poświęcony takiemu zabiegowi jak masaż kamieniami.

A dlaczego?

Ten rodzaj usługi jest ciężiej sprzedać niż zabieg, który przynosi nam spektakularne widoczne efekty w bardzo krótkim czasie.

Pomimo tego, że ciężiej sprzedać ten zabieg to kiedy zastosujecie się do wytycznych zawartych w tym e-booku zobaczycie, że to wcale nie jest trudne, tylko trzeba odpowiednio do tego podejść.

Jeżeli z ręką na sercu przeprowadzicie tą kampanię skrupulatnie krok po kroku tak jak Wam ją rozpisałam, gwarantuję, że efekty sprzedaży będą imponujące i na pewno zadziwią Was samych :)

Ale pamiętajcie nic nie robi się samo :)

Samo przeczytanie ebooka nic nie da.

Przeczytanie i zrobienie zadań też nie przyniesie efektów.

Dopiero przeczytanie, zrobienie zadań i wdrożenie doprowadzi do rewelacyjnej sprzedaży :)

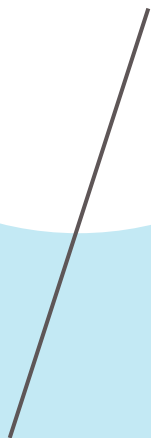


© CanStockPhoto.com

01



R O Z D Z I A Ł



01

Temat

08

K I M J E S T E M ?

09

J A K I E S A M O J E
K W A L I F I K A C J E ?

10

D L A C Z E G O T O Z E M N A
P O W I N N A Ś / P O W I N N E Ś
S I Ę U C Z Y Ć

Na początek chciałam Wam się przedstawić, abyście mieli pewność , że wiem o czym piszę i że znam się doskonale na sprzedaży zabiegów.

Nazywam się Magda Kamińska od ponad 20 lat jestem związana z branżą beauty, aczkolwiek na początku nic tego nie zapowiadało. Mój pierwszy kierunek to Finanse i Bankowość, czyli daleki od kosmologii :)

Kosmologia była w drugiej kolejności, ale finanse nie poszły na marne, gdyż ta wiedza jest bardzo pomocna przy prowadzeniu biznesu beauty.

Od 10 - lat jestem właścicielem sieci spa hotelowych na terenie woj. pomorskiego, a od 5 lat jestem Trenerem Biznesu i właścicielem Akademii Spa - Wirtualni Terapeuci.

Moje obie firmy prosperują obecnie znakomicie. Wszystkie rady, które daję moim kursantom są już przeciwiczone i wdroszone w moich salonach spa.

Oczywiście wszystkie obiekty działają perfekcyjnie. Kiedy ja pobierałam nauki i jeździłam na szkolenia, zawsze szukałam trenera, który nie będzie jedynie teoretykiem, ale również praktykiem.

Chciałam mieć pewność, że to co mi przekazuje naprawdę działa. Nie tylko w teorii, ale również w życiu codziennym .

Kiedy współpracuję z innymi salonami one też mają pewność, że nie mówię im tylko o tym co przeczytałam, ale co przerobiłam na własnej skórze, a dokładne na własnych salonach :)

Przez ostatnie 5 lat działalności Wirtualnych Terapeutów, podniosłam z upadku 20 salonów.

Z salonów nadających się do zamknięcia stały się salonami genialnie działającymi i generującymi duże zyski.

Nie jest to łatwa praca, bo ja mogę podać Wam wszystko na tacy skrojone na miarę Waszego salonu, ale to Wy musicie te procedury wdrożyć. Ja oczywiście przyjeżdżam i sprawdzam jak wygląda wdrażanie, na jakim jesteście etapie z czym macie ewentualnie problemy, ale ogrom pracy leży po Waszej stronie jako właścicieli.

Jestem w stanie wyprowadzić na prostą każdy salon, jeżeli tylko zastosuje to wszystko o czym mu powiem. Dlatego wiedza jaka zostanie Wam przekazana w tym e-booku również działa w 100%, ale tylko jeżeli zostanie wdrożona w życie.

E-book ten zawiera bardzo dużo ćwiczeń, które muszą być wykonane w kolejności w jakiej są napisane.



Jeżeli nie wykonaliście pierwszego ćwiczenia,
nie przechodźcie dalej, bo nie będzie miało to sensu.

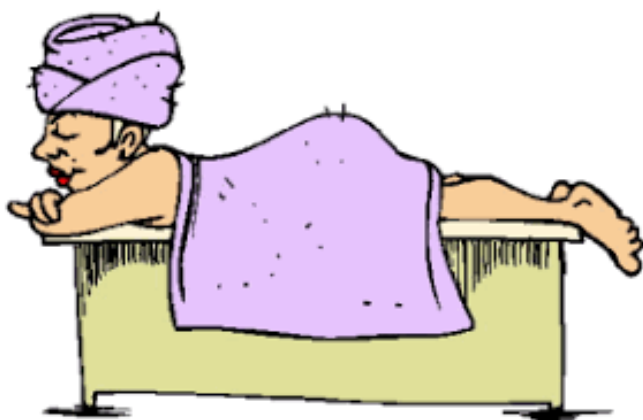
Być może w trakcie przerabiania e-booka pojawią się
pytania.

Jeżeli tak to śmiało pisz lub dzwoń.

kontakt@akademiaspa.eu

tel 609 220 730

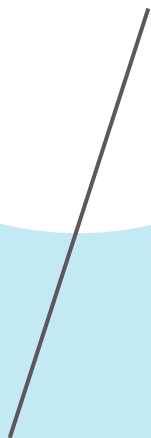
Zaczynamy kampanię :)



02



R O Z D Z I A Ł



02

Temat

13

CO JEST
WYRÓŻNIKIEM
DANEGO ZABIEGU?

15

7 GŁÓWNYCH
CZAKRAMÓW

19

DLACZEGO NIEKTÓRE
ZABIEGI CIĘŻKO SIĘ
SPRZEDAJĄ?

Co wyróżnia masaż kamieniami?

W tym ebooku przerobimy kampanię na trzech różnych zabiegach: Masaż Kamieniami, BB GLOW i KOBIDO.

Na pierwszy ogień idzie Masaż Kamieniami. Pierwszym krokiem jest znalezienie wyróżników danej usługi. Trzeba spokojnie przyjrzeć się, co jest takiego ciekawego w tym masażu.

Co Ciebie najbardziej zaciekało, kiedy poznałaś ten masaż?

Co zainteresuje Twoich klientów?

Na pewno nie możesz skupić się na relaksie ponieważ masaży relaksacyjnych jest wiele i w ten sposób spektakularnej sprzedaży nie będzie.

Każdy zabieg ma w sobie coś ciekawego:

- historię
- filozofię
- spektakularne efekty

Zrób kawę, usiąść wygodnie i wypunktuj co dla Ciebie jest najważniejsze w tym masażu:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie domowe nr 1

Teraz napiszę co my uznaliśmy za najbardziej ciekawe, na czym oprzemy całą kampanię.

Jeżeli wydaje Wam się, że masaż kamieniami jest nabytkiem naszych czasów to jesteście w wielkim błędzie.

Czy wiesz, że masaż gorącymi kamieniami jest bardzo starą metodą terapeutyczną stosowaną już 3000 lat p.n.e.? Początkowo był on wykonywany w Indiach oraz w kulturze Majów. Znany był również już w starożytnych Chinach. Wykonywali go także hawajscy szamani, używając przy tym skał wulkanicznych.

Terapia gorącymi kamieniami opiera się na specjalnych mapach rozmieszczenia czakramów na ciele.

A czy wiecie w ogóle co to są czakramy ?

Słyszeliście o nich wcześniej ?

Jeżeli nie to postaram się przybliżyć Wam tą tematykę w bardzo zwięzły sposób.



Kamienie są umieszczane na ciele masowanego zgodnie z mapą tzw. czakr. Według hinduskiej filozofii, są to punkty odpowiadające za odbieranie i przetwarzanie energii, która następnie jest wchłaniana do pola energetycznego człowieka. Masaż gorącymi kamieniami ma powodować ich otwarcie. Zamknięte czakramy są powodem wielu problemów zdrowotnych.

Takich punktów jest na ciele około 300, ale my przybliżymy Wam tylko 7 tych najważniejszych.

Dowiecie się również za jakie choroby jaki zamknięty czakram jest odpowiedzialny.

Poniżej 7 najważniejszych czakram.

Czakra korony – znajduje się na czubku głowy, wpływa na życie duchowe. Jej blokada może powodować choroby mózgu, zarówno psychiczne, jak i fizyczne;

Czakra trzeciego oka – znajduje się w środkowej części czoła, między brwiami. Opowiada za wyobraźnię. Jej blokady mogą prowadzić do bólów głowy i problemów ze wzrokiem;

Czakra gardła – mieści się na szyi. Oddziałuje na twórczość człowieka. Jej zaburzenia powodują m.in. astmę, bóle gardła, anginę i utratę głosu;

Czakra serca mieści się na piersi. Odpowiada za energię miłości. Blokada tej czakry może przyczyniać się do zaburzeń układu krążenia, oddechowego i odpornościowego;

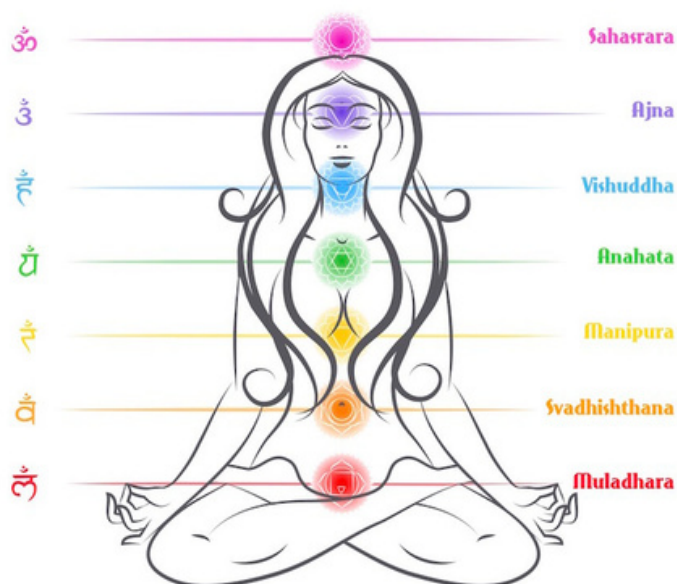
Czakra splotu słonecznego – reguluje życie uczuciowe. Jej zamknięcie powoduje alergie, zmęczenie, choroby układu pokarmowego, cukrzycę;

Czakra seksu – mieści się w podbrzuszu, kieruje życiem seksualnym; jej zamknięcie wywołuje bezpłodność i impotencję;

Czakra korzenia – znajduje się u podstawy kręgosłupa, przy kości ogonowej. Wpływa na układ odpornościowy i życiową energię. Jej zaburzenia mogą przyczyniać się do zapaleń stawów, artretyzmu i chorób kręgosłupa.







Bardzo dużo zabiegów nie sprzedaje się z powodu niewiedzy klientów.

Klienci nie wiedzą:

1. Jak wygląda zabieg?

Dla wielu klientów jest bardzo ważne jak wygląda ten zabieg w praktyce , czyli jak on przebiega.

Czy trzeba rozbierać się całemu, czy można zostać w swojej bieliźnie?

Czy ten zabieg boli, czy jest tylko nieprzyjemny?

Co dokładnie robi masażysta podczas zabiegu?

Dla nas są to rzeczy oczywiste, dla naszych klientów niekoniecznie. Niektórzy nigdy wcześniej nie byli na masażu i bardzo krępujące dla nich może być samo rozebranie się .

Naszym zadaniem jest przedstawić jak ten zabieg wygląda ze wszystkimi szczegółami.

Musimy im wyjaśnić wszystkie nasuwające się pytania.

Że np. mogą zostać w swojej bieliźnie, ale biustonosz trzeba ściągnąć, gdyż masujemy również plecy.

Że nie leżą nadzy, a masażysta odkrywa tylko masowane części ciała.

Że to klient decyduje o sile nacisku podczas masażu.

Jeżeli masaż jest dla niego zbyt mocny, wystarczy, że powie i poprosi o lżejszą wersję.

Klient musi czuć się komfortowo podczas zabiegu.

Ma to być dla niego przyjemność, a nie stres.

Jeżeli zbyt dużo rzeczy będzie dla niego nurtujących

i powodujących niepokój nie zakupi tego zabiegu,

a jeżeli już się zapisał to może po prostu odwołać wizytę.

2. Co da im ten zabieg?

Jak będzie wyglądało ich życie, jeżeli przyjdą na daną usługę.

Pokazujemy wszystkie plusy skorzystania z tego zabiegu:

- przedstawiamy dokładnie co zmieni się u klienta na plus, jakie będzie miał korzyści?
- jak poprawi się jego zdrowie?
- jeżeli poprawi się jego zdrowie to automatycznie będzie mógł robić więcej rzeczy, na które może miał wcześniej ochotę, ale nie mógł ich robić z powodu problemów zdrowotnych?
- jeżeli poprawi się zdrowie to automatycznie poprawi się wygląd. Np. nasze problemy z cerą mogą mieć podłoże w chorych organach. Jeżeli je wyleczymy, nasza cera będzie również piękna i promienna.

3. Jak będzie wyglądało jego życie jeżeli nie skorzysta z tego masażu?

Tutaj musimy uświadomić klienta o wszystkich skutkach negatywnych jakie będą, jeżeli jego choroba nie będzie leczona.

4. Jak często kładziemy się na ten zabieg?

Jak wiecie wszystkie zabiegi trzeba zrobić w serii.

Ten również. Koniecznie uświadomcie klienta, że np. musi przychodzić na masaż raz w tygodniu i musi zrobić serię 8 zabiegów. Klient musi uwzględnić to w swoim grafiku i zobaczyć czy może sobie na to pozwolić, czy czas mu na to pozwala.

Obecnie nasze społeczeństwo, żyje w dużym pośpiechu. Liczy się każda godzina i każda minuta. Dlatego jest to bardzo ważne, aby nie lekceważyć tego tematu.

Lepiej, aby takie szczegóły ustalić na początku.

Ostatnio w gabinecie z którym współpracowałam, Pani wykupiła karnet na KOBIDO i po zakupie dowiedziała się, że najlepsze efekty będą jeżeli położy się dwa razy w tygodniu. Pani karnet zwróciła gdyż jej czas pozwalał jedynie położyć się raz na dwa tygodnie. Oczywiście gdyby Pani przychodziła na zabieg raz na dwa tygodnie efekty też by były, ale nie takie jakich oczekujemy i my i klient. To tak jakbyśmy poszli na siłownię raz na dwa tygodnie i byli zdziwieni dlaczego nie rosną nam mięśnie.

Musimy pamiętać, że jeżeli klient nie będzie widział efektów nie będzie szukał winy u siebie.

Nie przyzna się sam przed sobą, że np. nie stosował się do systematycznych wizyt w salonie tylko stwierdzi, że trafił na złego terapeutę. Można oczywiście nie dopuścić do takiej sytuacji, wystarczy poinformować klienta wcześniej o częstotliwości wykonywanych zabiegów i dostosować zabieg do jego możliwości czasowych.

Trzeba o tym pamiętać.

**Teraz Twoja część
pracy :)**

Wypisz dokładnie odpowiedzi na poniższe pytania.

Co klient powinien wiedzieć na temat masażu kamieniami, a dokładnie na temat jego przebiegu? Napisz jak to wygląda w Twoim gabinecie.

[illegible]

Zadanie domowe nr 2

Teraz Twoja część pracy :)

Jak zmieni się jego życie, jeżeli wykupi serię masaży
kamieniami?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie domowe nr 3

**Teraz Twoja część
pracy :)**

This image shows a full page of white paper with horizontal blue dashed lines. The lines are evenly spaced and run across the entire width of the page, providing a guide for handwriting practice. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Zadanie domowe nr 4

**Teraz Twoja część
pracy :)**

Jaka jest częstotliwość przychodzenia na ten zabieg, tak, aby efekty były spektakularne? Ustal z klientem wirtualny grafik wizyt w Twoim salonie.

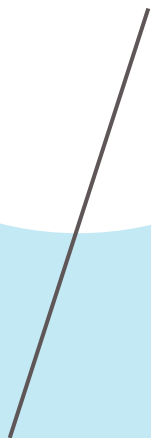
This image shows a full page of white paper with horizontal blue dashed lines, typical of notebook paper. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings present.

Zadanie domowe nr 5

03



R O Z D Z I A Ł



03

Temat

28

P O C O N A M G R U P A
D O C E L O W A ?

30

J A K W Y Z N A C Z Y Ć
G R U P Ę
D O C E L O W A ?

42

G O T O W Y A R T Y K U Ł D O
W Y S Y Ł K I N A S Z E G O
N E W S L E T T E R A

Teraz zamijmy się bardzo ważnym tematem, a mianowicie grupą docelową.

Przy wyodrębnianiu grupy docelowej popełniamy niestety najwięcej błędów.

Zapominamy o tym, że jeżeli coś jest dla każdego to jest do niczego i dla nikogo. Im nasza grupa będzie węższa tym lepiej.

Pomimo iż mogło by się nam wydawać, że jeżeli będziemy wszystkich informować to więcej osób się zainteresuje.

Niestety tak nie jest i zaraz wytłumaczę dlaczego tak się dzieje .

Na pewno każdy z nas ma skrzynkę meilową. Zapewne codziennie ją sprawdzacie, przynajmniej ja tak robię.

Niestety kiedy ją otwieram to już na wstępie podskakuje mi ciśnienie kiedy na 50 nowych wiadomości 40 to są reklamy.

Ale żeby jeszcze to były reklamy produktów czy usług, które zaspokoją moje potrzeby. Niestety, przeważnie są to reklamy od tzw czapy.

Podam Wam przykład.

Osobiście nie mam problemów z nadwagą. Nigdy ich nie miałam, mogę jeść wszystko i nie tyję. Taka przemiana materii i dużo ruchu. Przeważnie ważę 55 kg przy wzroście 170 cm.

Kiedyś zjechałam z wagi do 52 kg i szukałam sposobów jak przytyć.

A teraz zgadnijcie jakie przychodziły do mnie reklamy?

Nie zgadniecie:)

Reklamy dotyczyły jak szybko zrzucić zbędne kilogramy:))

Kiedy zobaczyłam taką reklamę pierwszy raz, to się uśmiechnęłam, kiedy przeczytałam następnego dnia kolejną to się zdziwiłam, ale przy 5-tej to już się po prostu wkur.....

I co robi taki wkurzony człowiek ?

Usuwa się z tego newslettera.

I teraz zobaczcie. Ja się kiedyś zapisałam do newslettera tych firm, które mi przysyłały informację jak schudnąć bo widocznie mieli produkt, który mnie interesował. Może mają nadal ten produkt, który mnie interesował i być może byłabym skłonna go kupić, ale przez błędną wysyłkę wiadomości do wszystkich nic już nie są w stanie mi sprzedać.

I tak samo jest w naszych biznesach. Jeżeli uporczywie będziecie wysyłać newslettera do klientek z zagadnieniem np. "Jak pielęgnować brzuch w czasie ciąży?", a klientki te albo już mają dzieci i nie planują więcej , albo są po menopauzie to możecie je po prostu stracić definitywnie.

Tak właśnie się dzieje kiedy nie jest dobrze wybrana grupa docelowa do której reklamujemy usługę .



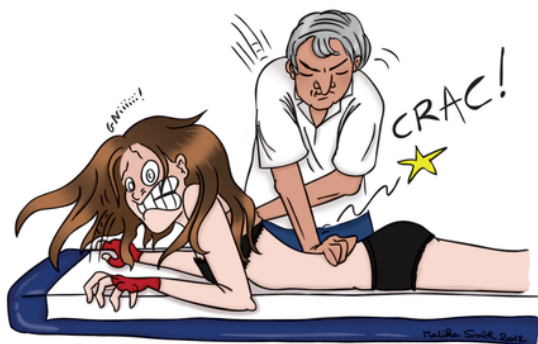
GRUPA DOCELOWA

Nie będziemy zajmowali się tutaj szukaniem odpowiedniej grupy do Twojego salonu, ale zabierzemy się jedynie do zdefiniowania grupy docelowej do sprzedaży masażu kamieniami.

Każdy salon powinien budować swoją bazę klientów. Z moich doświadczeń, kiedy jeżdżę po salonach z którymi współpracuję widzę różne metody budowania tej bazy.

- zwykły zeszyt , gdzie umawiane są wizyty
- kalendarz google
- profesjonalny program dla salonów beauty (np Versum, Gabinet)

My pracujemy na programie Versum. Powiem szczerze, że nie wyobrażam sobie lepszego sposobu gromadzenia danych o naszych klientach.



Wszystkie najważniejsze informacje zapisujemy w profilu klienta. Rzeczy dotyczące:

- chorób,
- upodobań,
- stylu życia,
- wszystko co jest nam promocje przy konwersacji, zabiegach i przy podtrzymaniu kontaktu
- z klientem.

Jeżeli masz taką bazę to jesteś w bardzo dobrym położeniu i powoła pracy jest zrobiona. Jeżeli nie to będziesz musiała wykonać tej pracy znacznie więcej.



Teraz musimy ustalić komu chcemy ten masaż sprzedać.

Jaka będzie ta nasza grupa docelowa.

Jak myślicie, co weźmiemy pod uwagę szukając grupy docelowej?

Być może powiecie, że lista chorób, czyli skupimy się na siedmiu czakrach:

Czakra korony – Jej blokada może powodować choroby mózgu, zarówno psychiczne, jak i fizyczne;

Czakra trzeciego oka – Jej blokady mogą prowadzić do bólów głowy i problemów ze wzrokiem;

Czakra gardła – Jej zaburzenia powodują m.in. astmę, bóle gardła, anginę i utratę głosu;

Czakra serca – Blokada tej czakry może przyczyniać się do zaburzeń układu krążenia, oddechowego i odpornościowego;

Czakra splotu słonecznego – Jej zamknięcie powoduje alergie, zmęczenie, choroby układu pokarmowego, cukrzycę;

Czakra seksu – Jej zamknięcie wywołuje bezpłodność i impotencję;

Czakra korzenia – Jej zaburzenia mogą przyczyniać się do zapaleń stawów, artretyzmu i chorób kręgosłupa.

Ale czy to na pewno wystarczy ?

Pomyśl, jeżeli masz klienta, który jest racjonalistą, umysł ścisły, wierzy tylko w to co widzi, sprawy duchowe są dla niego obce, nie wierzy w zabobony, przesady, czarne koty i piątki 13-tego. To kiedy powiesz mu, że jego astma spowodowana jest blokadą czakry gardła i że masażem gorącymi kamieniami musimy odblokować przepływ energii - to może stwierdzić, że z Tobą jest coś nie w porządku i że coś Cię nawiedziło:)

Tak tylko możemy stracić klienta, a nie zbudować grupę docelową.

Więc koniecznie pod uwagę musisz wziąć też osobowość klienta, jego duchowość, otwartość na nowe rzeczy.

Jeżeli z Twojego opisu klienta możesz wywnioskować, którzy klienci nie pomyślą, że Cię coś nawiedziło, tylko się tym zainteresują to masz kawał pracy znowu gotowy, ale jeżeli z Twoich opisów to nie wynika to musisz wykonać kolejną pracę.

Są dwie najprostsze możliwości:

1. Zaplanuj kampanię sprzedaży tego masażu np. na listopad, a sierpień, wrzesień i październik, przeznacz na uzupełnienie karty klientów biorąc pod uwagę choroby, które są spowodowane blokadą czakr oraz jakie jest ich zdanie na temat filozofii hinduskiej, ich podejścia do chorób .
2. Porozmawiaj z nimi podczas zabiegu właśnie o przepływie energii o tym, że dużo chorób bierze się właśnie z braku tego przepływu. Jeżeli klient będzie zainteresowany tą tematyką, zaznacz go jako skład Twojej grupy docelowej. Jeżeli usłyszysz, że to są bzdury i tylko medycyna konwencjonalna ma rację bytu, skreśl klienta z kampanii.



Jeżeli byłaś na, którymś z moich szkoleń to wiesz jaką wielką wagę przywiązuję do wywiadu z klientem.

Moje pracownice muszą zapisywać na temat klienta wszystko, nawet rzeczy, które wydają się błahe i mało ważne.

Oczywiście przy tym wszystkim bardzo poważnie podchodzimy do RODO i do ochrony danych osobowych.

Zapisujemy np. czy klientka pije kawę czarną czy białą, ile sładzi. Może się komuś wydać nieistotne, ale teraz wyobraź sobie, że wchodzisz na drugi zabieg do nowego salonu, a Pani z recepcji pyta Ciebie :

"Pani Aniu kawa taka jak zwykle, czarna z dwiema łyżeczkami cukru?"

Jesteś w siódmym niebie, ale również bardzo zdziwiona, że Pani to pamiętała. Czujesz się wyróżniona, zauważona, zaopiekowana i doceniona jako klient. A Pani kosmetyk tylko zapisała tę informację w Twojej karcie.

Po takim rozpoczęciu wizyty może być już tylko lepiej. Wysoka sprzedaż detalu jest gwarantowana, bo jeżeli wiesz co Pani lubi to będziesz też wiedziała jaki krem jest dla niej dobry. Czysta psychologia.

2. Drugi sposób jeżeli nie masz pełnych informacji o kliencie jest równie prosty jak pierwszy.

Na końcu tego rozdziału znajdziesz artykuł na temat masażu kamieniami.

Zaplanuj newsletter właśnie z wysyłką tego artykułu tym razem do wszystkich Twoich klientów.

Na końcu artykułu wstaw link do ankiety i poproś swoich klientów o wypełnienie.

Oczywiście w zamian musisz coś dać. Może to być np. dodatkowy zabieg przy kolejnej wizycie, masaż twarzy, masaż stóp lub inna usługa, która kosztuje Cię tylko Twoją pracę.

Ankietę ustawiasz logując się do Twojego profilu google przez gmaila. Jeżeli jeszcze nie masz gmaila to go porostu załóż.

Jak zrobić taką ankietę nagram filmik i mogę do Ciebie wysłać jeżeli tylko będziesz mieć taką potrzebę. Myślę, że filmik będzie bardziej pomocny niż słowo pisane.

Poniżej pytania do ankiety.

W ankiecie większość odpowiedzi będzie już gotowa do zaznaczenia przez klienta. Takie ankiety klienci chętniej wypełniają.

Są to tzw. pytania zamknięte. Na końcu ankiety wstawiamy jedno pytanie otwarte.

ANKIETA

1. Czy zainteresował Cię artykuł na temat masażu kamieniami? *(tak, nie)*

2. Czy myślisz, że być może choroby mają związek z brakiem przepływu energii w naszym organizmie? *(zgadzam się, kompletna bzdura)*

3. Czy gdybyś mogła użyć medycyny niekonwencjonalnej, bo to mogłoby pomóc na Twoje dolegliwości, to czy byś się zgodziła?
(tak, nie)

4 Czy byłabyś skłonna położyć się na masaż gorącymi kamieniami w celu odblokowania przepływu energii w poszczególnych czakrach?
(tak, nie)

5. Czy nurtuje Cię może jakieś pytanie, na które ja jako specjalista w dziedzinie tego masażu mogłabym Ci odpowiedzieć?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Teraz Twoja część pracy :)

Ankieta gotowa, artykuł gotowy, więc jak przypuszczasz teraz Twoja część pracy.

1. Wyślij newsletter z artykułem i ankietą do Twoich klientów
2. Przygotuj zestaw pytań i to o czym będziesz rozmawiała ze swoimi klientami w najbliższych trzech miesiącach, aby wy badać jakie jest ich zdanie na temat teorii przepływu energii (oprzyj się na artykule z końca rozdziału)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie domowe nr 6

Teraz Twoja część pracy :)

3. Jeżeli jesteś nowym salonem i nie masz jeszcze dużej listy klientów, utwórz post na Facebooka i na Instagram z przekierowaniem na bloga i do ankiety. A to jest moja propozycja posta.

Kochani napisałam ostatnio artykuł na temat Masażu Kamieniami, na temat jego historii, filozofii i medycyny hinduskiej, która ma mocny związek właśnie z tym masażem.

Jestem bardzo ciekawa Waszego zdania na temat tego artykułu.

Dlatego też zwracam się z prośbą o przeczytanie go i wypełnienie krótkiej ankiety.

Wyświadczyć mi tym bardzo dużą przysługę, a ja odwdziczę się prezentem:)

Chcesz wiedzieć jaki to prezent kliknij w poniższy link i przejdź do artykułu.

tutaj wstawiasz link

Zadanie domowe nr 7

Teraz Twoja część pracy :)

Jeżeli nie masz bloga, zawsze można stworzyć Landing Pages.

Jeżeli nie wiesz co to jest napisz, wytłumaczę i przekieruję do osoby, która stworzy taką stronę specjalnie dla Ciebie.

A teraz zadanie dla Ciebie. Jeżeli niekoniecznie podoba Ci się moja propozycja posta napisz swoją.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie domowe nr 8

**Teraz Twoja część
pracy :)**

4. Biorąc pod uwagę powyższe rzeczy zrób swoją grupę docelową. Stwórz listę klientów, do których będzie skierowana kampania.

Oczywiście to jest Twoja prywatna lista , mi wystarczy
Twoje zapewnienie, że ją zrobiłaś.

[illegible]

Zadanie domowe nr 9

ARTYKUŁ

CZY WIESZ KTÓREMU KLIENTOWI NAJBARDZIEJ PRZYDAŁBY SIĘ MASAŻ GORĄCYMI KAMIENIAMI ?

Jeżeli wydaje Wam się, że masaż kamieniami jest nabytkiem naszych czasów to jesteście w wielkim błędzie. Czy wiesz, że masaż gorącymi kamieniami jest bardzo starą metodą terapeutyczną stosowaną już 3000 lat p.n.e. ? Początkowo był on wykonywany w Indiach oraz w kulturze Majów. Znany był również już w starożytnych Chinach wykonywali go także hawajscy szamani, używając przy tym skał wulkanicznych.

Terapia gorącymi kamieniami opiera się na specjalnych mapach rozmieszczenia czakramów na ciele.

A czy wiecie w ogóle co to są czakramy ? Słyszeliście o nich wcześniej ?

Jeżeli nie to postaram się przybliżyć Wam tą tematykę w bardzo zwięzły sposób.

Masaż gorącymi kamieniami a filozofia Wschodu

Kamienie są umieszczane na ciele masowanego zgodnie z mapą tzw. czakr. Według hinduskiej filozofii, są to punkty odpowiadające za odbieranie i przetwarzanie energii, która następnie jest wchłaniana do pola energetycznego człowieka. Masaż gorącymi kamieniami ma powodować ich otwarcie. Zamknięte czakramy są powodem wielu problemów zdrowotnych.

Takich punktów jest na ciele około 300, ale my przybliżymy Wam tylko 7 tych najważniejszych jak również dowiecie się za jakie choroby jaki zamknięty czakram jest odpowiedzialny.

Czakra korony – znajduje się na czubku głowy, wpływa na życie duchowe. Jej blokada może powodować choroby mózgu, zarówno psychiczne, jak i fizyczne;

Czakra trzeciego oka – znajduje się w środkowej części czoła, między brwiami. Opowiada za wyobraźnię, jej blokady mogą prowadzić do bólów głowy i problemów ze wzrokiem;

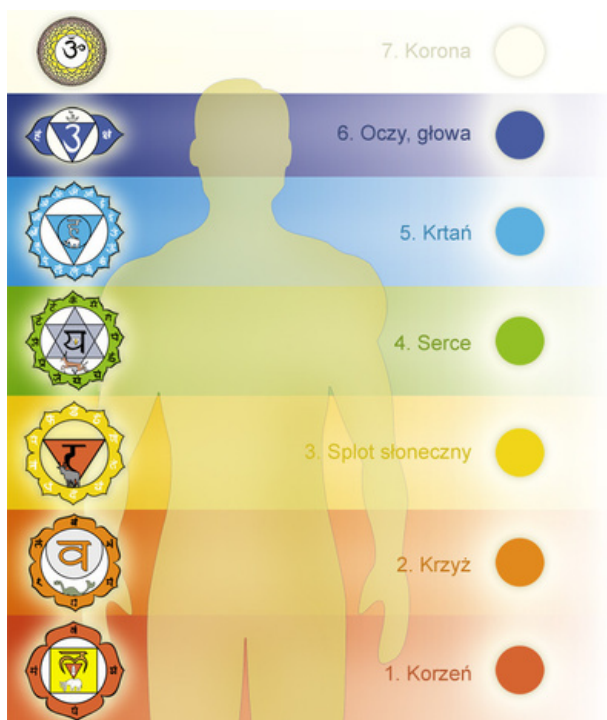
Czakra gardła – mieści się na szyi. Oddziałuje na twórczość człowieka. Jej zaburzenia powodują m.in. astmę, bóle gardła, anginę i utratę głosu;

Czakra serca mieści się na piersi. Odpowiada za energię miłości. Blokada tej czakry może przyczyniać się do zaburzeń układu krążenia, oddechowego i odpornościowego;

Czakra splotu słonecznego – reguluje życie uczuciowe. Jej zamknięcie powoduje alergie, zmęczenie, choroby układu pokarmowego, cukrzycę;

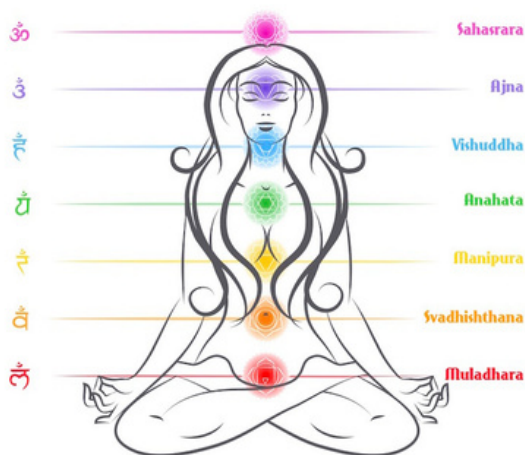
Czakra seksu – mieści się w podbrzuszu, kieruje życiem seksualnym; jej zamknięcie wywołuje bezpłodność i impotencję;

Czakra korzenia – znajduje się u podstawy kręgosłupa, przy kości ogonowej. Wpływa na układ odpornościowy i życiową energię. Jej zaburzenia mogą przyczyniać się do zapaleń stawów, artretyzmu i chorób kręgosłupa.



Tak jak już pisałam wyżej czakry (czakramy) są to wirujące skupiska subtelnej energii, usytuowane wzdłuż kręgosłupa od jego podstawy do korony głowy.

Ale jeżeli jeszcze do końca nie wiecie jak działają czakramy, wytłumaczę to na bardzo prostym przykładzie. Załóżmy, że czakry stanowią siedem pięter budynku. Kiedy znajdujemy się na najniższym piętrze i wyglądamy przez okno, mamy przed sobą inny widok niż z pozostałych pięter. Na każdym kolejnym piętrze stopniowo widzimy coraz więcej. Jeśli okna na wszystkich piętrach są czyste, widok jest niezmaćony. Jednak szyby okien są zaciemnione przez nasze przekonania. Musimy być gotowi do zweryfikowania wszelkich przekonań, żeby je wyczyścić.



Na każdym kolejnym piętrze powiększa się zakres naszego postrzegania. Stajemy się świadomi coraz rozleglejszej perspektywy – do tego, co widzieliśmy poprzednio, dochodzi to, co aktualnie spostrzegamy. Celem jest przejrzystość postrzegania: czyste okna, nieprzesłonięte przekonaniami uwarunkowanymi kulturowo.

Czakry decydują o tym, jak wykorzystujemy energię. Swobodny przepływ energii pomiędzy nami, a wszechświatem jest bezpośrednio uzależniony od naszego ogólnego zdrowia i zadowolenia.

Wszelkie zablokowania i ograniczenia w pobieraniu i manifestowaniu się energii życiowej powodują zaburzenia w pracy całego organizmu, co objawia się chorobą, złym samopoczuciem, brakiem energii, lękiem lub zachwianiem równowagi emocjonalnej. Wiedząc, jak powinien działać system czakr, możemy wykryć własne zablokowania i ograniczenia oraz zastosować odpowiednie techniki, aby je wyeliminować. To, co nazywamy blokadami, to właściwie nieco większe ograniczenia, gdyż całkowite zablokowanie przepływu energii oznacza odłączenie się od kosmicznej siły życiowej, a więc fizyczną śmierć.

Z CZEGO WYKONANE SĄ KAMIENIE

Kamienie do masażu wykonane są z bazaltu, czyli zastygłej lawy wulkanicznej, która bardzo długo utrzymuje ciepło (duża pojemność cieplna) i powoli oddaje je otoczeniu (małe przewodnictwo cieplne).

Kamienie są pozyskiwane ze specjalnie selekcjonowanych obszarów o dużej aktywności wulkanicznej, a zarazem czystych ekologicznie (np. Hawaje, Bali). Istnieje przekonanie, że kamienie bazaltowe oprócz cech fizykochemicznych posiadają również właściwości pozanaukowe – lecznicze. Dzięki różnorodności kształtu kamieni można je przykładać w dowolne miejsca na ciele zarówno wzdłuż kręgosłupa jak i między palcami.

Mają one gładką powierzchnię, co ułatwia ich poślizg na skórze. Największe układa się na brzuchu, kości krzyżowej i pod szyją. Kamienie mniejszych rozmiarów trzymane są w dłoniach masowanego, a jeszcze mniejsze układa się między palcami stóp i na twarzy.

Są również kamienie marmurowe, ale one służą do masażu ciała na zimno i o nich nie będziemy się więcej rozpisywać w tym artykule.

Masaż gorącymi kamieniami krok po kroku

By wykonać masaż gorącymi kamieniami, należy je najpierw rozgrzać w wodzie o temperaturze od 42 do 50°C. Najczęściej wykorzystuje się do tego specjalne podgrzewacze. Dokładna temperatura musi być dostosowana do indywidualnych preferencji osoby poddającej się zabiegowi. Wyciągnięte z wody i osuszone kamienie należy następnie natrzeć oliwą. Masowany powinien wcześniej umyć całe ciało i zdjąć biżuterię. Jego skóra musi być odpowiednio natłuszczona.

Masaż gorącymi kamieniami trwa zazwyczaj od 60 do 90 minut. Jeżeli w jego trakcie kamienie wystygną, należy je wymienić. Najpierw masuje się przednią, a później tylną część ciała.

W trakcie masażu gorącymi kamieniami wykorzystuje się takie techniki, jak:

Głaskanie – polega na przesuwaniu kamieni wzdłuż ciała. Bardzo ważny jest dobór odpowiedniego kształtu i rozmiaru kamienia, tak by jego powierzchnia jak najściślej przylegała do ciała masowanego;

Rozcieranie - czyli masowanie ciała ruchami okrężnymi;

Ugniatanie – masujący zbliża do siebie dwa kamienie o podobnym kształcie i rozmiarze, po czym ugniata powstałą między nimi fałdkę.

Po zakończeniu masażu kamienie należy najpierw opłukać w zimnej wodzie, a następnie umyć w ciepłej z dodatkiem mydła i zdezynfekować środkiem antybakteryjnym.

By nie utraciły swoich właściwości, po każdym zabiegu trzeba je umieścić na 20 minut w wodzie z dodatkiem soli morskiej. Na koniec kamienie powinny zostać natłuszczone, np. oliwą z oliwek.



Co dobrego daje nam masaż kamieniami ?

Masaż gorącymi kamieniami ma pozytywny wpływ na:

Układ krwionośny – poprawia krążenie, rozszerza naczynia krwionośne, ułatwia odpływ krwi żylnej, podwyższa puls i przyspiesza pracę serca;

Układ chłonny – poprawia cyrkulację limfy, przyspiesza wydalanie przez komórki produktów przemiany materii;

Układ nerwowy – łagodzi objawy stresu, działa uspokajająco i relaksująco;

Układ mięśniowy – wspomaga regenerację po długotrwałym wysiłku, poprawia napięcie i elastyczność mięśni;

Skórę – wysoka temperatura powoduje otwieranie porów skóry, przyspiesza obieg krwi i limfy w naczyniach skórnych, poprawia jej wygląd, nadaje jędrności, pomaga zwalczać cellulit.



A dodatkowo:

- ułatwia oddychanie skórne,
- poprawia odżywianie skóry,
- przyspiesza obieg krwi i limfy w naczyniach skórnych,
- poprawia jej elastyczność i jędrność, a co za tym idzie wygląd,
- pomaga zwalczać cellulit,
- zwiększa zdolność mięśni do pracy,
- poprawia napięcie i elastyczność mięśni,
- regeneruje po długotrwałym wysiłku fizycznym,
- poprawia pracę układów (gimnastyka naczyń),
- ułatwia odpływ krwi żylnej,
- zmniejsza opór krwi w tętnicach, ułatwia pracę serca,
- działa uspokajająco i relaksująco,
- łagodzi objawy stresu,
- bardzo skuteczny i przyjemny,
- głęboko rozgrzewa organizm,
- rozluźnia napięcia mięśniowe,
- poprawia wygląd skóry,
- głęboko relaksuje umysł i ciało,
- korzystny w dolegliwościach reumatycznych, mięśniowych,
- zmniejsza bóle korzonkowe, (ciepło podnosi próg odczuwania bólu)



- zwiększa podstawową przemianę materii, daje ogólne oczyszczenie organizmu,
- korzystny przy nadciśnieniu tętniczym, (zmniejsza ciśnienie krwi, ponieważ ciepło prowadzi do rozszerzenia naczyń krwionośnych),
- bardzo korzystny przy cellulicie,
- w obrębie powłok skórnych pod wpływem kontaktu z ciepłym podłożem dochodzi do zwiększenia mikrokrążenia i przyspieszenia procesów metabolicznych organizmu.

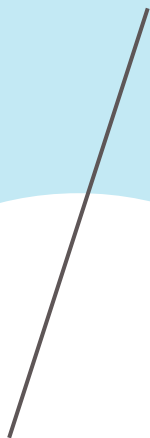
Jak do każdego masażu tu również istnieją przeciwwskazania

Przeciwwskazania do masażu gorącymi kamieniami:

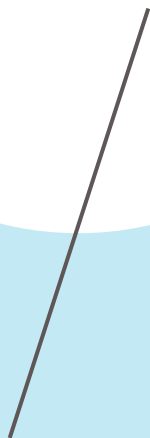
- stany zapalne i alergiczne skóry,
- zapalenia węzłów chłonnych,
- zakrzepy
- świeże zapalenie żył,
- nowotwory,
- gorączka,
- owrzodzenie podudzi,
- tętniaki.

Tak jak widzicie jest to bardzo ciekawy masaż, niezwykle relaksujący, ale też rewelacyjnie działający na nasz organizm. Myślę, że wielu naszych klientów nie wie lub nie ma świadomości jaki to jest masaż i na czym on polega. Warto uświadomić naszych klientów o działaniu tego masażu i dokładnie na czym on polega.

04



R O Z D Z I A Ł



04

Temat

55

J A K I E S A T W O J E
Z A S O B Y ?

57

S T A R T K A M P A N I I
O N L I N E

78

K A M P A N I A O F F L I N E

Zanim przejdziemy do głównej kampanii, musisz się zastanowić jakie są Twoje zasoby, gdzie kampania będzie prowadzona.

A zasoby to :

- Facebook
- Instagram
- Blog
- Youtube
- Newsletter
- Tik Tok
- Linked IN

Jeżeli przestraszyła Was liczba zasobów to spokojnie nie musicie prowadzić tego wszystkiego.

I wiem, że większość salonów ogranicza się do Facebooka i Instagrama.

My posiadamy wszystkie media oprócz Tik Toka i najprawdopodobniej nie będziemy rozwijać swojego profilu na tej platformie.

Być może spytacie dlaczego ?

Jest taka zasada, która mówi, że prowadzisz media tam gdzie są Twoi klienci.

Jeżeli Twoi klienci to osoby po 40 roku życia, prowadzenie Tik Toka byłoby nierozsądne i byłaby to kompletna strata czasu.

Kiedy Twoi klienci w głównej mierze to nastolatki lub osoby do 25 roku życia, borykające się z trądzikiem i do nich chcesz dotrzeć, stratą czasu byłoby prowadzenie Linked in, który jest skierowany do osób pracujących na wysokich szczeblach.

Najważniejszym narzędziem po facebooku czy Instagramie jest newsletter.

To powinien mieć każdy salon to jest wasz must have. A dlaczego?

Wyobraź sobie, że prowadzisz facebooka, który jest głównym źródłem kontaktu z Twoimi klientami.

Tam wysyłasz im wiadomości, informujesz o nowych zabiegach i produktach, prowadzisz konkursy, webinary, to tam klienci zadają pytania, komentują.

Ale może się zdarzyć z różnych przyczyn, że Facebook przestaje działać, lub Twoje konto ulega dezaktywacji lub ktoś po prostu je kradnie.

Co wtedy ?

Jaki jest Twój kontakt z klientem?

Właściwie żaden.

Nie możesz dopuścić do takiej sytuacji.

Bazę meilingową musisz mieć w programie, w którym nie ma możliwości stracenia tych kontaktów.

Jeżeli nawet będziesz chciała zrezygnować z danego programu wtedy możesz przekopiować wszystkie Twoje kontakty do nowego programu lub po prostu rzucić na Twój komputer.

Program do wysyłki newsletterów, który ja rekomenduję jest MeilerLite.

Ale oczywiście decyzja należy do Ciebie.

START KAMPANII - ONLINE

Masz już wszystko co potrzebujesz do startu kampanii.
Teraz czeka Cię główna praca.

Kampania powinna trwać około 2 tygodnie.

W trakcie kampanii bombardujesz z każdej strony swoich klientów tematem związanym z gorącymi kamieniami , wręcz wyskakujesz im z lodówki :)

Zakładamy start kampanii 1 października i kampania trwa do 14 października.

Datę kampanii zaplanuj sobie wcześniej, tak, aby nie kolidowała z innymi ważnymi dla Ciebie datami. Urodziny , imieniny, ważne święta rodzinne.

W tych dwóch tygodniach Twoja głowa musi być w pełni zajęta masażem kamieniami i pozyskiwaniem klientów, nic nie może Ciebie rozpraszać, ani od tego odciągać.

To teraz zadanie dla Ciebie.

Zaplanuj datę kampanii Masażu Kamieniami w Twoim salonie, biorąc pod uwagę fakt, że jest to masaż, który najlepiej wykonywać w miesiącach kiedy temperatura jest niższa. Jest od wtedy bardziej przyjemny.

Zadanie domowe nr 10

Bardzo ważne jest również ustalenie promocji na daną usługę tak, aby w tych dwóch tygodniach sprzedaż była największa, gdyż klientów zachęca Twoja promocja. Jak powinna wyglądać usługa promocyjna

1. Możesz dać lepszą cenę.

Cena lepsza to nie niższa o 10 zł, ale różnica musi być znaczna, czyli minimum 35%. Ja nie jestem zwolenniczką obniżania cen, ale decyzja należy do Ciebie.

2. Dodatkowo usługa gratis.

No właśnie spytacie jak nie cena niższa to co może być jeszcze bardziej atrakcyjnego?

Może do być dodatkowy zabieg za 0 zł.

Np. do masażu gorącymi kamieniami klient otrzymuje masaż twarzy gratis, albo masaż tajski stóp gratis albo peeling rękawicą kessa przed masażem.

Zabieg gratisowy wybierz taki gdzie zużycie materiałów jest znikome, a liczy się przede wszystkim praca terapeuty.

Taki dodatkowy zabieg ustalamy na 20 minut.

I teraz Twoje zadanie. Ustal promocję dla swojego gabinetu na pierwsze dwa tygodnie sprzedaży masażu.

.....
.....

Zadanie domowe nr 11

1 PAŹDZIERNIKA

Post na Facebooku kierujący do artykułu na blogu. Artykuł macie dostępny w pierwszych rozdziałach tego ebooka, więc automatycznie możecie go wstawić na swojego bloga. W poście na Facebooku i na Instagramie nie zapomnijcie o hasztagach, zwiększy to wasze zasięgi.

O tym na pewno jeszcze porozmawiamy, ale to już temat do kolejnego ebooka :) Jeżeli nie masz problemu z wystąpieniami publicznymi, zaprosz w poście swoich klientów na webinar, na którym pokażesz jak przebiega taki masaż.

Nie musi to być godzinny webinar tak jak np. nasze. Możesz zrobić krótką relację 20 minutową, gdzie również odpowiesz na nurtujące Twoich klientów pytania.

Jeżeli jednak występy na żywo to jest dla Ciebie dramat, nagraj wcześniej taki masaż w skrócie, nawet bez słów tylko z muzyką i zrób na Facebooku zapowiedź, kiedy dokładnie przedstawiś film z przebiegu masażu.

Ważne, aby Twoi klienci wiedzieli o tym wcześniej, a ich ciekawość rosła wraz z Twoimi nowymi wpisami. Poniżej wstawiłam przykładową treść posta i grafikę. To samo możesz wstawić na Instagramie, ale warto zmienić grafikę na ładne zdjęcie. Na Instagramie wszystko co piękne lepiej się sprzedaje .





1 października wysyłasz również newsletter do swoich klientów z treścią i grafiką taką jaką udostępniłaś na Facebooku.

Oczywiście ktoś się może oburzyć i powiedzieć, że powinno się na każde media robić inne grafiki.

A kto tak powiedział ?

Po pierwsze my przedsiębiorcy mamy mało czasu, zrobienie grafik jest pracochłonne, chyba że komuś zlecisz i zapłacisz, ale naprawdę nie ma takiej potrzeby. Wykorzystując takie same grafiki powodujesz, że klient od razu kojarzy dany wpis z Twoją firmą i wie czego to dotyczy.

Nie zapominaj również o tym, że klient potrzebuje 5 styków, aby dokonać decyzji zakupowej.

Jeżeli grafiki będzie kojarzył z Twoją firmą jest większe prawdopodobieństwo, że do 5 styków dojdzie szybciej, gdyż większość społeczeństwa jest wzrokowcami :)

Dlatego nic nie stoi na przeszkodzie, aby grafiki wykorzystać dwa razy te same.

Jeżeli jednak chcesz do każdego posta robić inną grafikę pamiętaj, by ich mianownik był wspólny . Całość musi być spójna i elegancka.

Dzień dobry Kochani w ten piękny jesienny dzień.

Mam do Was kilka pytań:)

1.Czy wiesz, że masaż gorącymi kamieniami jest bardzo starą metodą terapeutyczną stosowaną już 3000 lat p.n.e. ?

2.Czy wiesz, że kamienie muszą być umieszczone na ciele zgodnie z mapą tzw.czakr?

3. A wiesz co to takiego są czakra?

4.Czy wiesz, że na naszym ciele jest ok.300 czakr? Spokojnie, ja Ci przekażę tylko 7 najważniejszych:)!

Jeżeli do tej pory nie słyszałeś powyższych informacji, to nic strasznego! Właśnie po to jesteśmy, aby o wszystkim Ci opowiedzieć!

Kliknij link poniżej i odwiedź naszego bloga, na którym wszystko wyjaśniłam krok po kroku.

<http://blog.wirtualniterapeuci.pl/>

Z artykułu między innymi dowiesz się:

Co to są czakra? Za jakie choroby są odpowiedzialne zamknięte czakramy . I dużo innych ciekawych informacji . Skomentuj wpis i podziel się swoją opinią.

A już 10.10.2021r godz. 9:00 webinar z masażu kamieniami!

Nie może Ciebie zabraknąć!

Na pierwsze dwa tygodnie mamy dla Was rewelacyjną promocję !!!!

Przy zakupie masażu kamieniami , masaż liftingujący twarzy otrzymujesz gratis!!!!

Grzech nie skorzystać !!!! Zapraszamy do zapisów :)

#masaż #wiedza #masażkamieniami #akademiaspa
#szkolamasażu #najlepszemasażysta #masażystanamedal
#kursonline #webinar #blog

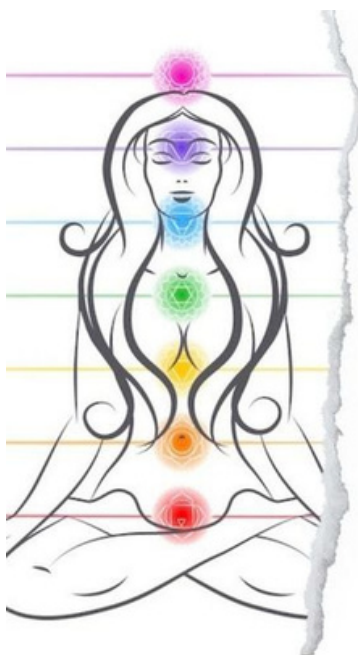
1 PAŹDZIERNIKA/ Grafika nr 1

Jeżeli potrafisz pracować w programie Canva i chciałbyś wykorzystać poniższą grafikę wstawiając swoje logo, przyslij na adres akademii swojego meila i numer grafiki.

kontakt@akademiaspa.eu

My wtedy udostępniemy Wam wszystkie grafiki, którymi jesteście zainteresowani.

I oczywiście wyrażamy zgodę na ich użycie.



WIRTUALNI TERAPEUCI
AKADEMIA MASAŻU I KOSMETOLOGII KOMPLEMENTARNEJ

MASAŻ KAMIENIAMI- CZAKRAMY

KONIECZNIE ZOBACZ
NASZ NOWY WPIS
NA BLOGU!
WSZYSTKO WYJAŚNIŁAM
TOBIE KROK PO KROKU!

SPODOBAŁ SIĘ WPIS?
DAJ ZNAĆ W
KOMENTARZU!

4 PAŹDZIERNIKA/ Grafika nr 2

4 października w poniedziałek działasz tak samo jak 1 października. Czyli ?

Post na Facebooku - teraz już bez przekierowania na bloga, a z informacją na temat webinaru. Na webinar możesz zrobić zapisy tak aby pozyskać adresy meilowe Twoich nowych potencjalnych klientów. Pamiętaj jak pisałam wcześniej, że bazę adresów musisz mieć koniecznie. Nie możesz opierać się jedynie na Facebooku lub Instagramie i spać spokojnie, bo masz tam np. dużo followersów. Jeżeli z jakichkolwiek przyczyn Ci followersi znikną, zostajesz z zerem. Natomiast adresy w innym programie zawsze będą Twoje.

Post na Instagramie - treść ta sama co na FB zmień jedynie grafikę na ładne zdjęcie. Możesz wykorzystać jedno z tych wstawionych wyżej. Możesz również spróbować dać tą samą grafikę co na Facebooku i zobaczyć jak będą na nią reagować Twoi followersi.

Newsletter - wysyłamy newsletter do Twoich klientów. My to robimy na dwa sposoby: z programu Meiller Lite oraz z Versuma.

Post na FB dodajesz do relacji natomiast wpis z Instagrama dodajesz do stories. Jeżeli nie boisz się kamery opowiedz na stories i relacji o tym, że zachęcasz do przeczytania nowego wpisu i zapisania się na webinar na którym pokażesz krok po kroku jak wygląda taki masaż i będziesz odpowiadała na pytania klientów.

4 PAŹDZIERNIKA/ Grafika nr 2 cd...

Być może chodzi Ci po głowie pytanie
Po co ten głupi webinar ?

Pamiętaj, że dużo osób boi się nowości. Przez to, że paraliżuje ich strach przed nieznanym często w ogóle rezygnują z zabiegu, nawet jeżeli bardzo by chcieli spróbować.

Pokaż swoim klientom, że nie będą się czuli w żadnym momencie skrępowani, że terapeuta dba o intymność i dobre samopoczucie, że masaż jest przyjemny i leczniczy.

Poniżej treść kolejnego wpisu.

Dzień dobry Kochani!

Jak się czujecie po weekendzie? Odpoczęliście? Mamy nadzieję, że tak !

Nowy tydzień, nowa energia więc powracamy do naszego masażu kamieniami, bo już w najbliższą niedzielę odbędzie się darmowy webinar o godz. 9:00, a zaraz po nim będziesz mógł/mogła zakupić szkolenie Już się nie możesz doczekać?

To tak samo jak my!

Jeżeli jeszcze nie zobaczyłeś/aś wpisu na naszym blogu to kliknij link poniżej !

<http://blog.wirtualniterapeuci.pl/czy-wiesz-ktoremu.../>

A teraz mam do Ciebie bardzo ważne pytanie.

Czy wiesz jakie są rodzaje kamieni i z czego one są dokładnie wykonane?

Nie?

To nic się nie martw! Zapraszam Cię do krótkiego posta, w którym uchylę kolejny rąbek tajemnicy.

Kamienie do masażu wykonane są z bazaltu, czyli zastygłej lawy wulkanicznej, która bardzo długo utrzymuje ciepło (duża pojemność cieplna) i powoli oddaje je otoczeniu (małe przewodnictwo cieplne).

Kamienie są pozyskiwane ze specjalnie selekcionowanych obszarów o dużej aktywności wulkanicznej, a zarazem czystych ekologicznie (np. Hawaje, Bali). Istnieje przekonanie, że kamienie bazaltowe oprócz cech fizykochemicznych posiadają również właściwości pozanaukowe – lecznicze.

Dzięki różnorodności kształtu kamieni można je przykładac w dowolne miejsca na ciele zarówno wzdłuż kręgosłupa jak i między palcami.

Mają one gładką powierzchnię, co ułatwia ich poślizg na skórze.

Największe układa się na brzuchu, kości krzyżowej i pod szyją. Kamienie mniejszych rozmiarów trzymane są w dłoniach masowanego, a jeszcze mniejsze układa się między palcami stóp i na twarzy.

Są również kamienie marmurowe ale one służą do masażu ciała na zimno i o nich więcej powiemy następnym razem.

Spodobał Ci się post?

Kliknij „lubię to”

A jak chcesz być na bieżąco co się u nas dzieje
Zaobserwuj naszą stronę!

Kliknij link poniżej i zapisz się na darmowy webinar,
który odbędzie się na głównej platformie Akademii Spa-
Wirtualni Terapeuci

<https://www.subscribepage.com/darmowywebinarmasazkamieniami>

I oczywiście nie zapominaj o naszej promocji:)

Przez najbliższe 13 dni przy zakupie masażu kamieniami
masaż liftingujący twarzy otrzymujesz gratis !!!!!

Pięknego dnia .

4 PAŹDZIERNIKA/ Grafika nr 2

Jeżeli potrafisz pracować w programie Canva i chciałbyś wykorzystać poniższą grafikę wstawiając swoje logo, przyślij na adres akademii swojego meila i numer grafiki. My wtedy udostępnimy wszystkie grafiki którymi jesteście zainteresowani. I oczywiście wyrażamy zgodę na ich użycie.



6 PAŹDZIERNIKA/ Grafika nr 1

6 października powtarzamy wszystko z 1 października tylko zmieniamy treść posta . Grafikę użyj tą samą, aby klient zaczął identyfikować się z Twoim salonem i zaczął rozpoznawać Twoje logo po pierwszym rzucie okiem na post

Dzień dobry w ten piękny poranek!

*Czy czujesz się przytłoczony pracą i obowiązkami domowymi?
Może masz tyle pracy, że nie masz już czasu na rozrywkę
i przyjemności ?*

*A może masz małe dzieci, które ograniczają Twoje wyjścia
z domu ?*

Mam idealnie rozwiązanie dla każdego!

Zapisz się już dzisiaj na Masaż Gorącymi Kamieniami.

*Totalnie się rozluźnisz i zrelaksujesz, nabierzesz nowych sił
i wyeliminujesz dolegliwości z którymi być może się borykasz.
A jeżeli zrobisz to w ciągu najbliższych 9 dni masaż liftingujący
twarzy otrzymujesz od nas zupełnie gratisowo:)*

*A jeżeli wcześniej chciałbyś zobaczyć jak wygląda taki masaż,
przygotowaliśmy specjalnie dla Ciebie DARMOWY WEBINAR
na którym pokażemy przebieg masażu krok po kroku.*

Kiedy?

10.10.2021r. - najbliższa niedziela

O której? - 9:00

Gdzie? - Główna Platforma Akademii SPA na Facebooku

Co musisz zrobić?

Ciepłą kawę i nas włączyć!

*Też nie możesz się doczekać? Super, bo my już odliczamy
godziny aby znowu się z Wami zobaczyć!*

Pięknego dnia.

*#masaz #masazgoracymikamieniami #akademiaspa
#akademia #spa #najlepszemasazysta #szkolimy
#szkolamasazu #szkola #nauka #kwalifikacje #certyfikaty
#kamienie #zdrowecialo #trojmiasto #zdrowyduch #online
#webinar #darmowywebinar*

7 PAŹDZIERNIKA/ Grafika nr 3

7 października powtarzamy wszystko z 4 października tylko zmieniamy treść posta. Grafikę tym razem zmień.

My przedstawiamy Ci nową grafikę, ale bardzo spójną z poprzednią.

Dzień dobry

Mam dobre wieści! Już jest czwartek, a więc coraz bliżej do weekendu i do naszego darmowego webinaru z masażu kamieniami

Dzisiaj chciałabym Wam krótko napisać o tym czy masaż kamieniami jest dla każdego?

Tutaj muszę Was zmartwić, tak jak do każdego masażu tutaj również istnieją przeciwwskazania.

Między innymi są to:

- *stany zapalne i alergiczne skóry,*
- *zapalenia węzłów chłonnych,*
- *zakrzepy*
- *świeże zapalenie żył,*
- *nowotwory*

Chcesz wiedzieć więcej? Lubisz inwestować w siebie i swój organizm?

Kliknij link poniżej i przenieś się w świat naszego bloga

<http://blog.wirtualniterapeuci.pl/czy-wiesz-ktoremu.../>

Konieczniesz zapisz się już dzisiaj na Masaż Gorącymi Kamieniami oraz pamiętaj o naszej promocji z dodatkowym zabiegiem gratisowym o której pisaliśmy w poprzednim poście.

A w niedzielę o godz.9:00 bądź z nami na darmowym webinarze. Pięknego dnia

*#masaz #masazkamieniami #branzabeauty #akademiaspa
#akademia #szkolamasazu #uczymy #wirtualniterapeuci
#najlepszymasazysta #masazysta #masazystka #kamienie
#webinar #kursonline #kursy #szkolenia #szkolenieonline*

7 PAŹDZIERNIKA/ Grafika nr 3

Jeżeli potrafisz pracować w programie Canva i chciałbyś wykorzystać poniższą grafikę wstawiając swoje logo, przyślij na adres akademii swojego meila i numer grafiki. My wtedy udostępnimy wszystkie grafiki którymi jesteście zainteresowani.

I oczywiście wyrażamy zgodę na ich użycie.



8 PAŹDZIERNIKA/ Grafika nr 4

8 października powtarzamy wszystko to co poprzednio, ale z nowym tekstem i nową grafiką .

Czy wiesz że podczas masażu kamienie są umieszczane na ciele masowanego zgodnie z mapą tzw. czakr. Według hinduskiej filozofii, są to punkty odpowiadające za odbieranie i przetwarzanie energii, która następnie jest wchłaniana do pola energetycznego człowieka. Masaż gorącymi kamieniami ma powodować ich otwarcie. Zamknięte czakramy są powodem wielu problemów zdrowotnych.

Takich punktów jest na ciele około 300, ale my przybliżymy Wam tylko 7 tych najważniejszych.

Dowiecie się również za jakie choroby jaki zamknięty czakram jest odpowiedzialny.

Dzisiaj przedstawię Ci 3 pierwsze czakram.

Cakra korony – znajduje się na czubku głowy, wpływa na życie duchowe. Jej blokada może powodować choroby mózgu, zarówno psychiczne, jak i fizyczne;

Cakra trzeciego oka – znajduje się w środkowej części czoła, między brwiami. Opowiada za wyobraźnię. Jej blokady mogą prowadzić do bólów głowy i problemów ze wzrokiem;

Cakra gardła – mieści się na szyi. Oddziałuje na twórczość człowieka. Jej zaburzenia powodują m.in. astmę, bóle gardła, anginę i utratę głosu;

Zapisz się już dzisiaj na serię Masaży Gorącymi Kamieniami !!!

I pamiętaj o naszej promocji!!!!.

Jeżeli do 14 października zakupisz masaż kamieniami , otrzymujesz od nas w prezencie masaż liftingujący twarzy :)

#gorącekamienie

#czakry

#filozofiawschodu

#kamieniebazaltowe

#masażkamieniami

#czakragardła

#czakratrzeciegooka #czakrakorony

8 PAŹDZIERNIKA/ Grafika nr 4

Jeżeli potrafisz pracować w programie Canva i chciałbyś wykorzystać poniższą grafikę wstawiając swoje logo, przyślij na adres akademii swojego maila i numer grafiki. My wtedy udostępniemy wszystkie grafiki którymi jesteście zainteresowani. I oczywiście wyrażamy zgodę na ich użycie.



MASAŻ KAMIENIAMI
CZY WIESZ JAKIE CHOROBY
JEST W STANIE
WYELIMINOWAĆ MASAŻ
GORĄCYMI KAMIENIAMI ?



WIRTUALNI TERAPEUCI
AKADEMIA SPA

9 PAŹDZIERNIKA/ Grafika nr 5

9 października powtarzamy wszystko to co poprzednio, ale z nowym tekstem i nową grafiką .

Dzisiaj przedstawiam kolejne cztery najważniejsze czakry

Cakra serca mieści się na piersi. Odpowiada za energię miłości. Blokada tej czakry może przyczyniać się do zaburzeń układu krążenia, oddechowego i odpornościowego;

Cakra splotu słonecznego – reguluje życie uczuciowe. Jej zamknięcie powoduje alergie, zmęczenie, choroby układu pokarmowego, cukrzycę;

Cakra seksu – mieści się w podbrzuszu, kieruje życiem seksualnym; jej zamknięcie wywołuje bezpłodność i impotencję;

Cakra korzenia – znajduje się u podstawy kręgosłupa, przy kości ogonowej. Wpływa na układ odpornościowy i życiową energię. Jej zaburzenia mogą przyczyniać się do zapaleń stawów, artretyzmu i chorób kręgosłupa.

Czy pamiętasz o jutrzejszym webinarze ?

Już jutro o godzinie 9:00 zapraszam na bezpłatny webinar na którym pokaże Wam przebieg masażu kamieniami.

Jeżeli jeszcze się na niego nie umówiliście bo macie pytania i wątpliwości, teraz jest niesamowita okazja, aby zadać nurtujące pytania i rozwiązać wszelkie wątpliwości .

Przypominamy również o naszej promocji i gratisowym zabiegu, który otrzymujesz przy zakupie masażu kamieniami :)

#masażgoręcymikamieniami #czakry #czakrakorzenia #czakraseksu #czakeakorzenia #czakrasplotusłonecznego #masaż #masażysta

9 PAŹDZIERNIKA/ Grafika nr 5

Jeżeli potrafisz pracować w programie Canva i chciałbyś wykorzystać poniższą grafikę wstawiając swoje logo, przyślij na adres akademii swojego maila i numer grafiki. My wtedy udostępniemy wszystkie grafiki którymi jesteście zainteresowani. I oczywiście wyrażamy zgodę na ich użycie.



11 PAŹDZIERNIKA/ Grafika nr 6

11 października powtarzamy wszystko to co poprzednio, ale z nowym tekstem i nową grafiką .

Kochani wczoraj odbył się webinar na którym pokazaliśmy jak wygląda przebieg masażu kamieniami.

Wszystkim ogromnie dziękujemy za obecność i czynny udział. Było rewelacyjnie:)

Jeżeli ktoś nie mógł być z nami tego dnia na webinarze, nic straconego.

Webinar jest zapisany na naszej platformie na Facebooku i na Instagramie.:)

Oczywiście zapraszamy do zapisów na masaż do naszego gabinetu. W tym tygodniu mamy jeszcze parę wolnych miejsc.

Więc nie zwlekaj tylko zadzwoń koniecznie i wybierz termin najbardziej dla Ciebie dogodny. A dodatkowo do masażu kamieniami otrzymujesz od nas drugi zabieg gratis:)

A tym zabiegiem jest masaż liftingujący twarzy :)

#masażgoręcymikamieniami #czakry #czakrakorzenia #czakraseksu #czakeakorzenia #czakrasplotustonecznego #masaż #masażysta

11 PAŹDZIERNIKA/ Grafika nr 6

Jeżeli potrafisz pracować w programie Canva i chciałbyś wykorzystać poniższą grafikę wstawiając swoje logo, przyślij na adres akademii swojego meila i numer grafiki. My wtedy udostępnimy wszystkie grafiki którymi jesteście zainteresowani. I oczywiście wyrażamy zgodę na ich użycie.



12 PAŹDZIERNIKA/ Grafika nr 7 cd...

12 października powtarzamy wszystko to co poprzednio, ale z nowym tekstem i nową grafiką .

Kochani jeżeli jeszcze jakimś cudem nie umówiliście się na masaż gorącymi kamieniami to teraz jest na to szansa:)

Podajemy wolne terminy w najbliższych dniach.

.....

.....

*A jeżeli po raz pierwszy jesteś na naszej stronie i nigdy wcześniej nie słyszałeś/aś o tym zabiegu to wejdź na naszego bloga i przeczytaj wszystko o masażu gorącymi kamieniami .
Zakochasz się w nim zapewniam.*

<http://blog.wirtualniterapeuci.pl/czy-wiesz-ktoremu.../>

#masażgoręcymikamieniami #czakry #czakrakorzenia #czakraseksu #czakeakorzenia #czakrasplotusłonecznego #masaż #masażysta

12 PAŹDZIERNIKA/ Grafika nr 7 cd.....

Jeżeli potrafisz pracować w programie Canva i chciałbyś wykorzystać poniższą grafikę wstawiając swoje logo, przyślij na adres akademii swojego meila i numer grafiki. My wtedy udostępniemy wszystkie grafiki którymi jesteście zainteresowani. I oczywiście wyrażamy zgodę na ich użycie.



OSTATNIE WOLNE
TERMINY NA
MASAŻ GORĄCYMI
KAMIENIAMI

13.10 - GODZ 12:00
14.10 - GODZ 18:00
15.10 - GODZ 15:00
16.10 - GODZ 15:30
17.10 - GODZ 17:00

START KAMPANI OFF-LINE

Jeżeli myślisz , że to już koniec to niestety muszę Cię zmartwić , ale jeszcze nie :)

Aczkolwiek jeżeli zatrudniasz pracowników to duża część kampanii off-line będzie należała do nich .

A co obejmuje taka kampania.

- 1.Ulotki dla klientów.
- 2.Plakat w najbardziej widocznym miejscu.
- 3.Informacja ustna dla klientów w gabinecie.
- 4.Smsy do klienta.

Być może zadasz pytanie:

A po co nam kampania off-line?

Pamiętaj o paru rzeczach.

Nie wszyscy Twoi klienci mają media społecznościowe.

Ja osobiście znam bardzo dużo osób w różnym wieku, którzy nie mają ani konta na Facebooku, ani konta na Instagramie. Co więcej mam przyjaciółkę, która prowadzi bardzo dużą firmę budowlaną i nie posługuje się meilem.

Może dla Ciebie jest to dziwne, ale tak też się dzieje, więc jeżeli będziecie tylko zakładać, że wszyscy dowiedzą się wszystkiego z Facebooka, możecie być w bardzo dużym błędzie.

Druga strona medalu jest taka, że są osoby które mają media społecznościowe, ale są w tak dużym biegu, że bardzo rzadko z nich korzystają. Czasami spojrzą na czyjś profil raz na dwa tygodnie lub raz na miesiąc.

Wtedy jest pewne , że taki klient może dowiedzieć się o Twojej kampanii po jej zakończeniu.

I ostatnia sprawa. Zarówno Facebook jak i Insatgram bardzo tną zasięgi.

Co to znaczy?

Kiedyś ten sam post docierał do większej liczby osób, a teraz do znacznie mniejszej.

Mówimy tutaj o postach niepromowanych.

Oczywiście zawsze możesz utworzyć reklamę na dany post. Jeżeli zrobisz to poprawnie w Managerze Reklam to jesteś wygrany, ale nie każdy to potrafi.

Temat reklam na Facebooku i Instagramie jest tematem bardzo szerokim i ten temat będzie poruszany w osobnym ebooku.

Więc sami widzicie, że nie możemy się opierać jedynie na kampanii ONLINE.

No dobrze to prześledźmy krok po kroku wszystkie punkty do kampanii OFF-LINE.

ULOTKI DLA KLIENTÓW

Ja wiesz sama nazwa "ulotka" może być źle odbierana.

Mi chodzi tutaj bardziej o specyfikację do zabiegu jakim jest masaż kamieniami. Czyli coś co klient może zabrać do domu, poczytać i dowiedzieć się najważniejszych informacji.

A co powinno się znaleźć na takiej ulotce, aby zainteresowała, ale nie zawierała rzeczy niepotrzebnych ?

- nazwa zabiegu,
- cena zabiegu,
- czas trwania,
- historia najważniejsze rzeczy,
- informacja o kamieniach,
- 7 czakr i co nam dobrego robią,
- kto nie może korzystać z tego zabiegu

Na takiej ulotce możesz również umieścić datę i godzinę webinaru , link do zapisów oraz aktualną promocję.

Każdy klient po zabiegu powinien otrzymać taką ulotkę.

Dobrze gdyby była wydrukowana na sztywnym papierze, wygląda to wtedy bardzo elegancko i nie przypomina zwykłych ulotek, których pełno wszędzie. A dzięki temu, że jest wydrukowana na sztywnym papierze, nie pogniecie się kiedy klient schowa ją do torebki a tym samym jest większe prawdopodobieństwo, że od razu po przyjeździe do domu jej nie wyrzuci, kiedy wyciągnie ją w idealnym stanie, a nie całą pomiętą. Jeżeli chcemy podnieść prestiż takiej ulotki, włóżmy ją w ładną kopertę.

A poniżej nasz przykład. Zauważ, że ulotka nie musi być formatu A5. Format wybierasz taki, który tobie pasuje.



PRZYKŁAD ULOTKI

dla klienta

**ULOTKA WYDRUKOWANA NA TWARDYM
PAPIERZE PLUS TURKUSOWA KOPERTA.
CAŁOŚĆ ELEGANCKA I SPÓJNA**

INFORMACJA USTNA.

Tutaj dużą rolę będą mieli twoi pracownicy zarówno terapeuci jak i recepcja. To oni będą informować klienta o kampanii na Masaż Kamieniami.

Jest tylko jedna ważna zasada.

Oni o tym zabiegu muszą wiedzieć wszystko.

Przepytaj ich lub zrób mały sprawdzian.

Nie wychodź z założenia, że masażysta musi wszystko wiedzieć na temat danego masażu. Niestety często jest tak, że nawet podstawy leżą, czyli np. anatomia twarzy i ciała.

Smutne, ale prawdziwe.

Twoi pracownicy muszą tak nauczyć się mówić o tym zabiegu, aby w ich ustach było to coś bardzo interesującego. Poćwiczcie sobie takie opowiadanie o masażu. Niech jeden terapeuta próbuje zachęcić drugiego terapeuta do zakupu tego zabiegu. Osoba która słuchała niech da komentarz zwrotny. Co ją zainteresowało, co było niepotrzebne, a czego zabrakło.

Jak to mówią trening czyni Mistrza w każdej dziedzinie.

To samo tyczy się osoby pracującej na recepcji.

Ona już podczas rozmowy telefonicznej może powiedzieć, że teraz macie miesiąc promujący masaż gorącymi kamieniami i że bardzo chętnie opowie coś więcej na ten jakże interesujący temat.

PLAKAT W WIDOCZNYM MIEJSCU

Jak myślicie, które miejsce w gabinecie kosmetycznym jest najbardziej widoczne?

Są takie dwa miejsca:

- drzwi wejściowe do salonu
- toaleta - na przeciwko WC lub jeżeli masz szatnię w spa to wieszasz go na przeciwko ławki na której przebierają się klienci.

Oczywiście zdaję sobie sprawę, że większość osób wywiesza taki plakat w recepcji, i nie ma nic w tym złego. Ale jeżeli będzie on wisiał na ścianie to stanie się niewidoczny. W recepcji jest dużo rozpraszaczy i innych rzeczy, które zwracają uwagę, kosmetyki, kawa, inni klienci. Jeżeli chcesz umieścić go w recepcji, kup sztalugę i na niej postaw plakat w antyramie. Klient będzie go miał na wysokości wzroku.



SMSY do klienta

Smsy to kolejna ważna rzecz , której nie możesz pominąć. Pamiętaj, że są klienci, którzy przychodzą do Ciebie raz w miesiącu. I może akurat nie przyjdą w trakcie trwania kampanii. Koniecznie musisz ich poinformować, a najlepiej zrobić to smsem, bo wiadomo, że sms każdy odczytuje. Poniżej przedstawiam Ci harmonogram wysyłki smsów z tematem. Harmonogram ten dotyczy oczywiście czasu trwania kampanii.

Przed rozpoczęciem kampanii , wszyscy pracownicy powinni poinformować swoich klientów, że taką kampanię zaczynacie, czego będzie dotyczyła i jakie profity klient otrzyma zapisując się na masaż kamieniami w trakcie trwania kampanii. Najlepiej jeżeli zrobią to telefonicznie, nie smsem. Pamiętajmy, że zaraz będziemy wysyłać co drugi dzień smsy do klientów, dlatego pierwszy kontakt i informacja na ten temat powinna być telefoniczna.

1.10 - Informacja, że na blogu jest niesamowicie ciekawy artykuł. Wklejamy linka z przekierowaniem na bloga. (klient musi za jednym kliknięciem w link przenieść się bezpośrednio do artykułu. Nie karz mu szukać, bo większość osób nie będzie tego robiła). Poinformuj także o dodatkowym zabiegu gratisowym, który otrzymuje klient przy zakupie masażu kamieniami

4.10 - Informacja na temat webinaru z linkiem do zapisów na niego.

SMSY do klienta cd....

6.10 - Pytanie, czy jesteś już zapisany na masaż kamieniami. Jeżeli nie najlepiej link z przekierowaniem do programu BOOKSY gdzie są zapisy online. Jeżeli ich nie posiadasz to podaj numer telefonu pod którym można takiego zapisu dokonać. Przypomnienie o gratisowym zabiegu przy zakupie masażu kamieniami .

11.10 Informacja o tym, że odbył się webinar.
Wstaw link do jego retransmisji dla osób które jeszcze go nie widziały.

12. 10 - poinformuj klientów o ostatnich wolnych terminach na masaż kamieniami w promocyjnej cenie. Przypomnienie o gratisowym zabiegu przy zakupie masażu kamieniami .

05

R O Z D Z I A Ł

05

Temat

91

P O D S U M O W A N I E
K A M P A N I I

Podsumowanie kampanii

Jeżeli myślisz znowu, że to już koniec to znowu jesteś w błędzie:)

Konieczniesz musisz zrobić podsumowanie kampanii.

A co będzie jeżeli nie zrobię takiego podsumowania?

Takie pytania otrzymywałam od kursantek.

Wtedy nie będziesz wiedziała czy Twoja praca przyniosła oczekiwane rezultaty.

Musisz wiedzieć co przyniosło największą sprzedaż, a co jednak w Twoim gabinecie nie zadziało.

Jeżeli nie zadziało to z jakiego powodu.

Czy to Ty nawaliłaś czy może Twoi pracownicy.

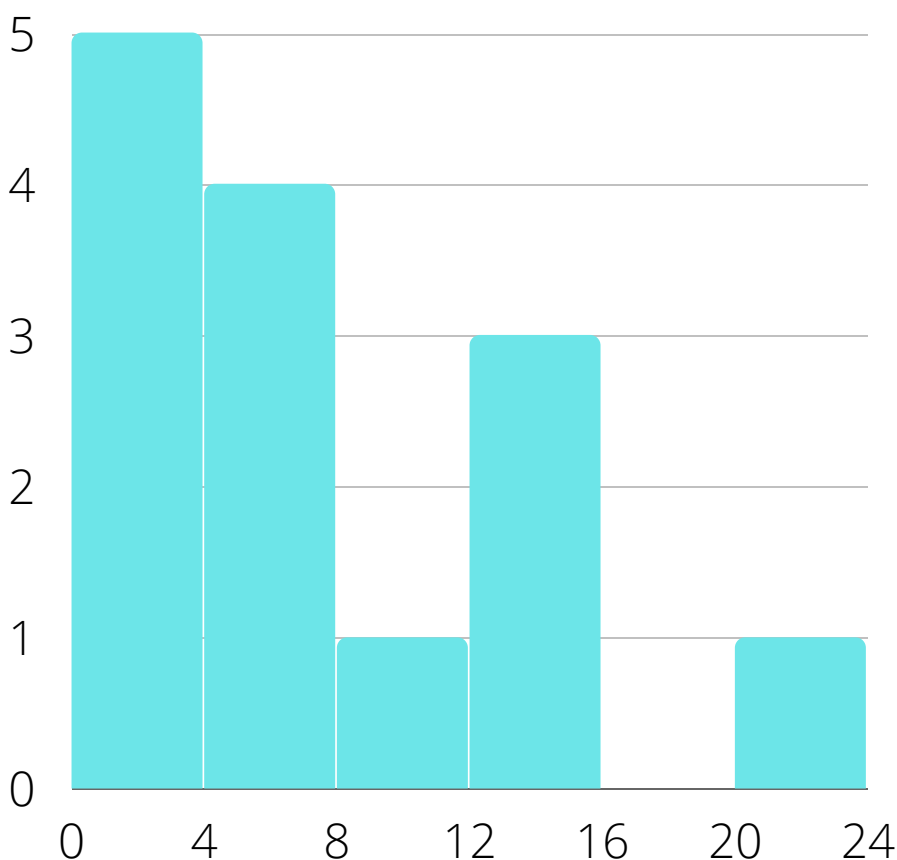
Wnioski musisz wyciągnąć po to aby w przyszłych kampaniach nie popełniać tych samych błędów i aby Twoje kampanie były jeszcze lepsze i przynosiły jeszcze większą sprzedaż.

No dobrze to teraz być może zapytacie to co musimy zrobić, aby mieć takie podsumowanie?

Weź zeszyt, komputer, zrób dobrą kawę i odpowiedz na poniższe pytania :)

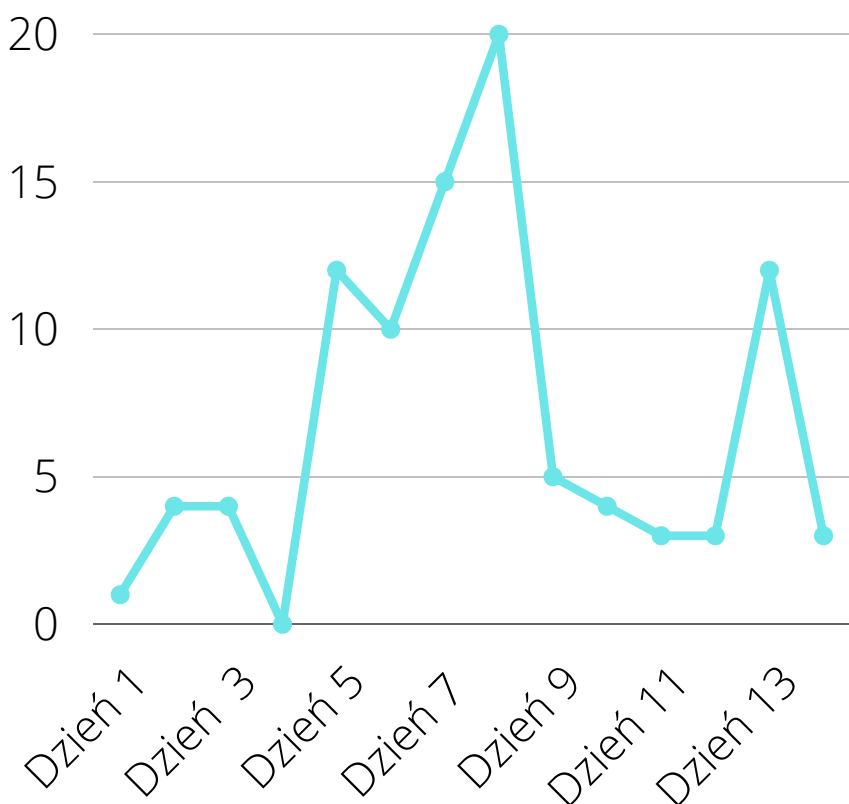
Podsumowanie kampanii cd...

Kampanię ustaliliśmy na 2 dwa tygodnie.
Spisz proszę jaka była sprzedaż usługi każdego dnia.
Zrób sobie wykres tak, abyś spojrzała z lotu ptaka na te dwa tygodnie .



Podsumowanie kampanii cd...

Kampanię ustaliliśmy na 2 dwa tygodnie.
Spisz proszę jaka była sprzedaż usługi każdego dnia.
Zrób sobie wykres tak, abyś spojrzała z lotu ptaka na te dwa tygodnie.



Podsumowanie kampanii

Zobacz w którym dniu mieliście największą sprzedaż i co w tym dniu i w dniu poprzedzającym robiliście.

Jakie to były działania?

Czy to może był newsletter?

Czy może nowy post i temat tam poruszony?

Czy może smsy Twoich pracowników?

Poniżej napisz w który dzień miałaś największą sprzedaż i jakie działania wtedy były podjęte.

Pod uwagę weź trzy największe liczby.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie domowe nr 12

Podsumowanie kampanii

To samo zrób z trzema najmniejszymi sprzedażami. Wypisz, które to były dni i co wtedy robiliście lub czego nie zrobiliście.

Być może w dniu kiedy była najmniejsza sprzedaż i dzień wcześniej miały być wysłane smsy do klientów. Jeżeli pomimo smsów nie było sprzedaży sprawdź czy te smsy rzeczywiście były wysłane. Gwarantuję, że nie były. Sprawdź czy treść smsa była poprawna.

Czy był tam link przekierowujący do zakupu masażu lub do programu gdzie klient może zapisać się na zabieg.

Jeżeli linku nie było masz odpowiedź. Klient nie będzie sam szukał gdzie może się zapisać.

Poniżej wypisz te dni i co wtedy robiliście.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie domowe nr 13

Podsumowanie kampanii

Teraz wyciągnij wnioski, co jest do poprawy, co nie zadziałało, a co sprawdziło się najlepiej w Twoim gabinecie.

Napisz swoje wnioski końcowe. To ważne abyście wnioski napisali na kartce lub w komputerze, a nie tylko pomyśleli o nich . Jeżeli spytasz jaka to różnica to już spieszę z odpowiedzią.

Różnica jest taka jak w momencie kiedy myślisz o seksie i kiedy go uprawiasz :)

Przyznasz rację, że różnica jest :)

Tak samo w innych rzeczach. Kiedy piszemy nasz mózg lepiej działa i więcej rzeczy analizuje i zapamiętuje. Przy samym myśleniu takie rzeczy się nie dzieją.

To teraz czas na Twoje wnioski końcowe.

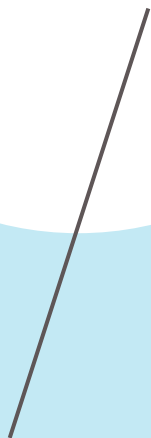
Zadanie domowe nr 14

C Z Ę Ś Ć
D R U G A
B B G L O W

06



R O Z D Z I A Ł



06

Temat

100

C O T O J E S T Z A B I E G
B B G L O W ?

110

Z A B I E G B B G L O W
K R O K P O K R O K U

116

C O W Y R Ó Ź N I A
B B G L O W ?

Co to jest zabieg BB GLOW

Masaż kamieniami znają najprawdopodobniej wszyscy, ale zabieg BB GLOW niekoniecznie .

Więc, aby zacząć mówić jak go wprowadzić do salonu to najpierw powiem o nim coś więcej.

Aby wprowadzić zabieg do salonu będziecie potrzebowali urządzenie, które nazywa się Mezopen lub Dermapen do mezoterapii mikroigłowej. Tutaj macie zdjęcia razem z firmą i ceną .



Co to jest zabieg BB GLOW cd....

Urządzenie 1

Najtańsze i je na Allegro możecie kupić już za 159 zł.



Co to jest zabieg BB GLOW cd....

Urządzenie 2

To kwota wcale nie wiele większa. Koszt 299 zł.



Co to jest zabieg BB GLOW cd...

Urządzenie 3

Troszkę droższe 789 zł.



Co to jest zabieg BB GLOW cd.....

Jak widzicie nie są to drogie sprzęty, a w zupełności wystarczy ten Mezopen za 159 zł.

Dodatkowo musicie zakupić fluidy.

Poniżej pokazuję jak to wygląda i jakie są tego ceny .

Zestaw 1

MESO FOUNDATION CAMO1 10 szt./ BOX

585 zł

https://estetycznahurtownia.pl/pl/p/PHYSIOLAB-Meso-Foundation-CAMO1-10-sztBOX/837?gclid=Cj0KCQjw_fILBhDOARIsAF4khR2oznP2z7bCvow81jVbYWDC70jVUWshRNOnsrBEHXiChiiSTxHzjx4aAsp6EALw_wcB



Co to jest zabieg BB GLOW cd.....

Zestaw 2

BOX MESO BB GLAM ODORYLAN 10 SZTUK

499 zł.

[https://www.beauty-direct.pl/product-pol-10748-Meso-BOX-BB-Glam-Glow-serum-z-pigmentem-8ml-zestaw-10-ampulek-4-odcienie.html?](https://www.beauty-direct.pl/product-pol-10748-Meso-BOX-BB-Glam-Glow-serum-z-pigmentem-8ml-zestaw-10-ampulek-4-odcienie.html?utm_source=iai_ads&utm_medium=google_shopping&curr=PLN)

[utm_source=iai_ads&utm_medium=google_shopping&curr=PLN](https://www.beauty-direct.pl/product-pol-10748-Meso-BOX-BB-Glam-Glow-serum-z-pigmentem-8ml-zestaw-10-ampulek-4-odcienie.html?utm_source=iai_ads&utm_medium=google_shopping&curr=PLN)



Co to jest zabieg BB GLOW cd.....

Zestaw 3

MESO BB GLAM serum z pigmentem 5x10ml

299 zł.

https://estetycznahurtownia.pl/pl/p/MATRIGEN-MESO-BB-GLAM-serum-z-pigmentem-5x10ml-/787?gclid=Cj0KCQjw_fiLBhDOARisAF4khR0eYXE0nm9pWVKrVKuV04m_X4L-MWfSimvwQjZDq_-zJKHrRSYlKEEaAqrkEALw_wcB



Co to jest zabieg BB GLOW cd.....

Zestaw 4

BB Glow Mezo-serum ampułki 10 x 5ml

449 zł.

[https://www.permanent24.pl/pl/p/BB-Glow-Mezo-serum-ampulki-10-x-5ml-kolor-CC-Naturalny209?](https://www.permanent24.pl/pl/p/BB-Glow-Mezo-serum-ampulki-10-x-5ml-kolor-CC-Naturalny209?gclid=Cj0KCQjw_fiLBhDOARIsAF4khR1xVT_ElJUTjSbh9r4Np4walv2paHbMmIYbFdIg2Rwg7VfpKjLxxvlaArAGEALw_wcB)

[gclid=Cj0KCQjw_fiLBhDOARIsAF4khR1xVT_ElJUTjSbh9r4Np4walv2paHbMmIYbFdIg2Rwg7VfpKjLxxvlaArAGEALw_wcB](https://www.permanent24.pl/pl/p/BB-Glow-Mezo-serum-ampulki-10-x-5ml-kolor-CC-Naturalny209?gclid=Cj0KCQjw_fiLBhDOARIsAF4khR1xVT_ElJUTjSbh9r4Np4walv2paHbMmIYbFdIg2Rwg7VfpKjLxxvlaArAGEALw_wcB)



Co to jest zabieg BB GLOW

Czyli, aby rozpocząć sprzedawać zabiegi potrzebujecie koszt inwestycji rzędu 800 zł.

Jak sami widzicie nie jest to kwota przerażająca.

Do tego może jeszcze dojść przeszkolenie z mezoterapii mikroigłowej. Te szkolenia zaczynają się od 500 zł i są to szkolenia jednodniowe.

Do nas też na takie zapraszamy :)

Osobą, która w naszej Akademii szkoli z zakresu mezoterapii mikroigłowej jest Marta Jałowiecka, kosmetolog oraz certyfikowany trener branży Spa&Wellness.



Co to jest zabieg BB GLOW

No dobrze, a czym jest sam zabieg ?

W internecie, ale również wśród kosmetologów możecie znaleźć bardzo dużo różnych określeń czym jest ten zabieg i co on nam daje.

Na pewno nie jest to makijaż permanentny twarzy, jak niestety wiele portali opisuje.

BB Glow, to rodzaj makijażu permanentnego, który polega na trwałej pigmentacji skóry twarzy. To idealne rozwiązanie dla wszystkich pań, które zmagają się z poszarzałą skórą z zaczerwienieniami i przebarwieniami. Zabieg ten zapewnia efekt lekkiego podkładu na twarzy. Koloryt zostaje wyrównany, cera rozświetlona, a niedoskonałości zakryte. W rezultacie możemy cieszyć się promienną i gładką skórą bez grama makijażu.

Czyli z pierwszym zdaniem się absolutnie nie zgadzam, ale z pozostałymi już tak :)



BB GLOW krok po kroku

BB Glow – krok po kroku

Przed rozpoczęciem zabiegu BB Glow skóra jest dokładnie oczyszczana. W przypadku cer tłustych warto tydzień wcześniej wykonać delikatne złuszczenie. Dzięki temu pozbędziemy się starego naskórka, co ułatwi wniknięcie preparatu.

Następnie stosowane jest znieczulenie miejscowe, na którego działanie trzeba poczekać około 20 minut. Nakładanie znieczulenia jest zalecane przez producentów preparatów do zabiegu, ale np. w naszych gabinetach nie wszystkim klientkom nakładamy znieczulenie. Po pierwsze ból nie jest straszny, a właściwie bym powiedziała, że bardzo mały. Nakładamy jedynie tym klientkom, które mają bardzo niski poziom bólu i my to wiemy i one też :)

Ostatnim etapem przed właściwym zabiegiem jest wybór odcienia serum BB, które zostanie wprowadzone w skórę.

BB GLOW krok po kroku cd...

BB Glow wykonuje się metodą mikroigłową. Skóra jest nakłuwana przy pomocy głowicy z małutkimi igłami, przez które wprowadzany jest preparat BB. Zabieg jest bardziej powierzchowny niż w przypadku tradycyjnej mezoterapii mikroigłowej. Nie możemy doprowadzić do krwawienia, gdyż wtedy cały preparat wypłynie nam razem z krwią, a nam zależy na tym, aby pozostał w naskórku.

Na koniec stosowana jest maska nawilżająco-odżywcza, na przykład hialuronowa, która nawilża i uszczelnia skórę.

Cały proces trwa ok. 1 godziny do 1,5 godziny.



Efekty zabiegu

Najważniejszym efektem zabiegu BB Glow jest rozjaśnienie i wyrównanie kolorytu cery. Cera wygląda, jak gdyby został na nią nałożony lekki krem BB. Nie powinniśmy jednak spodziewać się pełnego krycia. Zabieg nie polega bowiem na tatuowaniu twarzy kolorem, ale jej pigmentacji.

BB Glow ma o wiele więcej pozytywnych efektów. Serum BB stosowane w czasie zabiegu zawiera w swoim składzie nie tylko pigment, ale też składniki pielęgnacyjne, a są to między innymi kwas hialuronowy. Dobroczynne substancje w połączeniu z działaniem mikronakłuwania dają rezultaty zbliżone do mezoterapii mikroigłowej.

Po pierwsze cera zostaje dogłębnie nawilżona i odżywiona.

Po drugie mikrouszkodzenia powstałe w wyniku nakłuwania pobudzają komórki do produkcji kolagenu i elastyny. W efekcie drobne zmarszczki i blizny zostają spłycone, a cała skóra ujędrniona i wygładzona.

Skóra po zabiegu BB GLOW

Warto podkreślić, że zabieg BB Glow nie tylko kamufluje niedoskonałości i sprawia, że cera wygląda na zdrowszą i bardziej wypoczętą, ale faktycznie przyczynia się do poprawy jej kondycji

BB Glow – jak dbać o skórę po zabiegu?

Ponieważ nakłuwanie podczas zabiegu BB Glow jest dosyć płytkie, po zabiegu nie potrzebna jest dłuższa rekonwalescencja. Przez kilka pierwszych godzin po wizycie możemy spodziewać się lekkiego dyskomfortu i zaczerwienienia, ale nie są one tak intensywne jak po tradycyjnej mezoterapii mikroigłowej. Ponadto trzeba uważać na kilka aspektów pielęgnacji.

Przez pierwszą dobę po zabiegu najlepiej nie myć twarzy. Z kolei przez kolejne dwa tygodnie trzeba pamiętać o ochronie przeciwsłonecznej. Z uwagi na podrażnienie i mikrouszkodzenia skóry najlepiej jest unikać kosmetyków z retinolem czy kwasami.

Przeciwwskazania do BB GLOW

BB Glow – jak długo utrzymują się efekty?

Chociaż różnica jest widoczna już po pierwszym wykonaniu BB Glow, najlepsze efekty osiągniemy po odbyciu serii 2-4 zabiegów co 2-3 tygodnie. Wtedy możemy spodziewać się, że efekt będzie utrzymany od pół roku do roku. Wiele zależy od indywidualnych cech naszej skóry oraz użytego serum.

BB Glow – jakie są przeciwwskazania?

Z uwagi na to, że BB Glow jest zabiegiem inwazyjnym istnieje spora lista przeciwwskazań. Nie powinny wykonywać go kobiety w ciąży oraz karmiące piersią. Ponadto nie jest to zabieg dla osób z chorobami zakaźnymi, z zaburzeniami krzepnięcia krwi, czy chorujących na padaczkę oraz choroby nowotworowe. Niewskazany jest również w przypadku osób z aktywnym trądzikiem, czy skłonnością do powstawania blizn.

BB GLOW w domu

BB Glow w domu?

Zabieg BB Glow, pomimo iż nie jest bardzo inwazyjny, nie powinien być wykonywany samodzielnie.

W przypadku tego typu zabiegów istnieje duże ryzyko infekcji skórnych, blizn i przebarwień, jeśli nie są one przeprowadzane w sterylnych warunkach i przez doświadczonego specjalistę.

Z tego względu należy też ostrożnie wybierać profesjonalistę, w którego ręce mamy zamiar się oddać - powinien być to sprawdzony gabinet medycyny estetycznej. Przed umówieniem wizyty warto też sprawdzić w sieci opinie na temat danego miejsca.

BB Glow – ile kosztuje zabieg?

Ceny zabiegu BB Glow zaczynają się w granicach 300zł. Najbardziej opłacalne jest kupienie serii zabiegów.

Co wyróżnia zabieg BB GLOW

Tak samo jak szukaliśmy wyróżników w masażu kamieniami, tak samo musicie je znaleźć w zabiegu BB GLOW. Na pewno musicie na ten zabieg spojrzeć szerzej i niekonwencjonalnie. Przypomnijcie sobie jak podeszliśmy do tego przy Masażu Gorącymi Kamieniami. Jakie wtedy wypisywaliśmy wyróżniki. 80% masażyстів skupiłaby się głównie na relaksie, a my poszliśmy o wiele wiele dalej .

Tak samo robimy i przy tym zabiegu.

Najpierw zróbcie to sami, a potem zobaczycie jak ja do tego podeszłam.

Zrób kawę, usiądź wygodnie i wypunktuj co dla Ciebie jest najważniejsze w tym zabiegu :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie domowe nr 1

Teraz napiszę co my uznaliśmy za najbardziej ciekawe, na czym oprzemy całą kampanię.

Jak przeczytaliście zabieg daje nam dużo dobrego i działa na różne przypadłości . A więc do zabiegu BB Glow można podejść wieloetapowo, w zależności od tego jaką macie grupę klientek docelowych.

I tutaj najważniejszym wyznacznikiem na czym można oprzeć całą kampanię będzie właśnie docelowa Grupa Klientów, gdyż zabieg ten możemy skierować do:

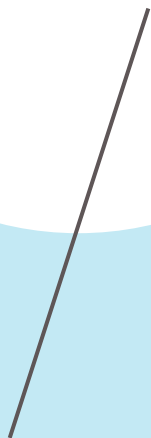
- 1.Młodych matek.
- 2.Do mężów młodych matek.
- 3.Do kobiet z widocznymi zmarszczkami 34-44.
- 4.Do bizneswoman.



07



R O Z D Z I A Ł



07



Temat

120

G R U P Y D O C E L O W E

127

Z A D B A J

O W I E D Z E K L I E N T A

GRUPA DOCELOWA - KLIENTKI 34-44

Na początek weźmy BB Glow, jako zabieg przeciwzmarszczkowy i kierujemy go do grupy 34-44 lat.

Zobaczcie - klientki, które chcą się zdecydowanie odmłodzić wybierają typowe zabiegi na pozbycie się zmarszczek, napinające, liftingujące.

I nic w tym złego, gdyby nie jeden mały fakt, że jeżeli ich cera będzie szara, ziemista, z plamami i przebarwieniami to efektu zabiegu typowo liftingującego nie będzie widać.



Jeżeli zastosujemy zabieg BB GLOW używając fluidów 1,2 czyli tych najjaśniejszych , będziemy działać typowo rozjaśniająco, a co za tym idzie rozjaśnimy cerę, pozbędziemy się przebarwień i plam. Skóra będzie w jednolitym kolorze, pięknie porcelanowa, a zmarszczki automatycznie wygładzone i to nie tylko optycznie, ale i w rzeczywistości.

Dlaczego w rzeczywistości ?

Pamiętamy przecież, że używając mezopena robimy przy okazji mezoterapię igłową, powodując mikronakłucia, a więc uszkodzając skórę która będzie potrzebowała się zregenerować .

To działa tak jak gojąca się rana na nodze. Na pewno wiele z Was w dzieciństwie upadło i miało zdarte kolana. Pamiętacie zapewne, że był strup i potem jak ten strup odpadał to skóra była piękna błyszcząca i super napięta i jasna przy okazji.

Tak też działa mezoterapia mikroigłowa, więc za jednym zamachem mamy spłycenie zmarszczek oraz rozjaśnienie cery i pozbycie się plam i przebarwień. Buzia wygląda pięknie, a klientka jest w siódmym niebie.

GRUPA DOCELOWA - MŁODE MATKI

Pewnie nie jedna z Was się teraz śmieje,
dlaczego młode matki co to ma wspólnego
z BB GLOW i z efektem fluidu na buzi.

A no dużo.

Jeżeli ktoś z Was jest lub był młodą matką to wie,
że młode matki:

- też chcą wyglądać tak dobrze jak kobiety pracujące,
- starają się łączyć obowiązki domowe związane z dzieckiem i dobrym samopoczuciem,
- bardzo często mają dużo nieprzespanych nocy, rano jak tylko wstają muszą zająć się maluchem
- mają po prostu zdecydowanie mniej czasu, jeżeli dziecko jest absorbujące.

Jak skorzystają z zabiegu BB GLOW, wtedy na makijaż przeznaczają o wiele mniej czasu, gdyż odpada fluid i konturowanie.

Nawet jeżeli mają nieprzespaną noc to i tak wyglądają perfekcyjnie tak, jakby nałożyły fluid i wykonturowały twarz.

Jeżeli śpieszą się z dzieckiem do lekarza to wystarczy jak pomalują oko tuszem i wyglądają super, bo podkład zrobiony u kosmetyczki.

Oprócz tego wyglądają promiennie, pomimo nieprzespanych nocy. One same czują się dobrze, mają patrzy na nie z zachwytem. Jest porostu ogólna sielanka. Można iść dalej i powiedzieć, że BB GLOW ratuje młode rodziny :):)

GRUPA DOCELOWA - MŁODE MATKI

Oczywiście z ostatnim zdaniem trochę pojechałam, ale kto odważniejszy wygrywa.

Pamiętajcie, że czasami hasła reklamowe nawet te bardzo humorystyczne, a zwłaszcza te działają najlepiej.

Przytoczę Wam tutaj krótką historię związaną z reklamą materacy.

Pewna firma produkowała i sprzedawała materace. Długo zastanawiali się nad reklamą, która miała pokazywać ich materace i doprowadzić do dużej sprzedaży.

Mogli tak, jak podobne firmy reklamować materace biorąc pod uwagę ich materiał, wygodę, to co zawierają w środku i dużo haseł, jak się na nich dobrze śpi. Ale wtedy sprzedaż nie byłaby imponująca, bo byli by jedną firmą z wielu, które produkują i sprzedają materace.

Oni poszli znacznie dalej.

1. Jeżeli śpisz na odpowiednio dobranym materacu to przede wszystkim masz przespaną noc i czujesz się wypoczęty/a.

2. Jeżeli jesteś wypoczęty/a Twój mózg pracuje lepiej, więc szybciej możesz dojść do wyznaczonego celu.

3. Możesz wtedy awansować w pracy, spełniać marzenia, rozwijać się pod każdym względem.

4. Twoje życie rodzinne kwitnie, bo oboje z mężem jesteście wyspani, zadowoleni i w pełni wigoru.

Ich sprzedaż była imponująca. Wyszli poza schematy zwykłej reklamy, spojrzeli szerzej na kwestię przespanej nocy, tak jak my spojrzeliśmy szerzej na potrzeby Młodych Matek :)

Ale możemy pójść o krok dalej.

GRUPA DOCELOWA - mężowie MŁODYCH MATEK

Kto powiedział, że zabiegu nie możemy skierować do mężczyzn, aby nakłonić ich do zakupu vouchera na zabieg dla swoich żon. Oni przecież chcą, aby wyglądały pięknie, były szczęśliwe i zadowolone oraz miały dla nich czas pomimo małego dziecka w domu :)

To może być wasza najlepsza grupa docelowa. Przypomnijcie sobie i oczywiście nie chcę tutaj generalizować, ale wiadomo młoda matka czasami nie przypomina tej pięknej kobiety sprzed ciąży. Ja też to przeszłam i to trzy razy.

Jeżeli jest coś co sprawi, że będzie wyglądała pięknie i czuła się lepiej to każdy zakochany mąż zrobi wszystko, aby tak właśnie poczuła się jego żona. Dzięki zabiegowi BB GLOW będzie wyglądała pięknie i oczywiście będzie miała więcej czasu dla męża bo z codziennych rytuałów odpadnie jej makijaż twarzy. Czasu będzie miała więcej rano i wieczorem .

Pamiętajmy, że zmycie makijażu jest bardziej pracochłonne niż po prostu umycie buzi bez fluidu. A wieczorem czas z mężem jest bardzo cenny, każda minuta.:)

Ktoś może powie, że chyba za daleko poszłam w tych rozważaniach .

Ale przypomnę Wam reklamę z materacem. Tam skojarzono dobry sen ze spełnieniem marzeń i była to bardzo dobra droga, na którą klienci zareagowali.

Teraz Twoja część pracy :)

Także wybór grupy docelowej zależy od Was.

Ja dałam propozycję trzech, ale myślę, że jeszcze dwie można by wyedukować.

To może spróbujecie?

Kolejne Wasze zadanie domowe.

Pomyślcie do jakiej jeszcze grupy docelowej można skierować promocję tego zabiegu i dlaczego akurat na taką się zdecydowałaś/eś.

Zadanie domowe nr 2

Teraz kolejna bardzo ważna rzecz, którą już opisywaliśmy przy masażu gorącymi kamieniami.

A mianowicie dokładne opisanie zabiegu klientowi, ponieważ bardzo dużo zabiegów nie sprzedaje się z powodu niewiedzy klientów.

Ja opisałam Wam dokładnie zabieg powyżej. Teraz Twoja praca odpowiedz na poniższe pytania.

Pytania te są takim małym sprawdzianem Twojej wiedzy na temat zabiegu (możesz zerkać parę stron wyżej), ale również będzie to ściągą dla Twoich pracowników.

Czyli najważniejsze rzeczy jakie musi wiedzieć pracownik, aby przedstawić zabieg klientowi i aby to przedstawienie rozwiąło wszelkie wątpliwości klienta.

Możesz wrócić sobie do część pierwszej z Masażem Gorącymi Kamieniami na stronę 20, aby przypomnieć co powinniśmy zawrzeć w danym punkcie.

**Teraz Twoja część
pracy :)**

Wypisz dokładnie odpowiedzi na poniższe pytania.

Co klient powinien wiedzieć na temat zabiegu BB GLOW, a dokładnie na temat jego przebiegu? Napisz jak to wygląda w Twoim gabinecie.

This image shows a full page of blank primary-ruled paper. It features ten sets of horizontal lines, each consisting of a solid top line, a dashed midline, and a solid bottom line, providing a guide for letter height and placement. The paper is otherwise empty, with no text or markings.

Zadanie domowe nr 2

Teraz Twoja część pracy :)

Jak zmieni się jego życie, jeżeli wykupi serię zabiegów BB GLOW?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie domowe nr 3

**Teraz Twoja część
pracy :)**

This image shows a full page of white paper with horizontal blue dashed lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a guide for handwriting practice. There are no margins, text, or other markings on the page.

Zadanie domowe nr 4

**Teraz Twoja część
pracy :)**

Jaka jest częstotliwość przychodzenia na ten zabieg, tak, aby efekty były spektakularne? Ustal z klientem wirtualny grafik wizyt w Twoim salonie.

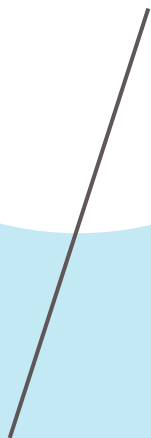
[illegible]

Zadanie domowe nr 5

08



R O Z D Z I A Ł



08

Temat

134

Z A C Z Y N A M Y
K A M P A N I E

140

P R A C U J
Z T A B E L K A M I
K R O K P O K R O K U

Kampania

Pierwszym krokiem, aby rozpocząć kampanię jest ustalenie jej daty. Kampanię będziemy prowadzić przez dwa tygodnie czasu. W środku kampanii zaplanujcie sobie wywiad z kosmetologiem, webinar, na którym pokażecie jak przebiega zabieg.

Jeżeli Ty go wykonujesz to live z Tobą :)

Poniżej udostępniamy grafiki kalendarzy, gdzie możecie sobie wydrukować kartkę i zaznaczyć wszystkie ważne daty .

Start kampanii ustalamy na 5 maja.

Ale w kalendarzu trzeba zaznaczyć kampanię szybciej, aby mieć czas na przygotowanie grafik oraz treści do postów i newsletterów. Może to być tydzień lub dwa tygodnie szybciej.

May 2022

MONTHLY PLANNER

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
25	26	27	28	29	30	01
02	03	04	05	06	07	08
09	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	01	02	03	04	05

NOTES

KAMPANIA BB GLOW

DATA ROZPOCZĘCIA :

DATA ZAKOŃCZENIA :

NO	CO DO ZROBIENIA	DATA PUBLIKACJI	CZY ZROBIONE
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			

MÓJ PLAN NA DZISIAJ

DATE:

S M T W T F S

RZECZY ZWIĄZANE Z KAMPANIĄ

TOP 3 PRIORYTETY

06:00

07:00

08:00

09:00

10:00

11:00

12:00

13:00

14:00

15:00

16:00

17:00

18:00

19:00

20:00

21:00

22:00

23:00

KONIECZNIE MUSZE TO
ZROBIĆ.

IŁOŚĆ WYPITYCH
SZKLANEK WODY



NOTES:

Kampania BB GLOW

Date : _____

Podwykonawcy

Co ma zrobić?

Rzeczy do wykonania

Rzeczy do omówienia

Moje notatki

Kampania BB GLOW

Date : _____

Plan publikacji

Facebook

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Instagram

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Kampania BB GLOW

Date : _____

Plan publikacji

Media.....

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Media

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Po krótko opowiem do czego nam są potrzebne te wszystkie tabelki. Oczywiście, jeżeli stwierdzisz, że nie chcesz ze wszystkich korzystać to absolutnie nie musisz. Rób tak, aby Tobie było wygodnie.

May 2022

MONTHLY PLANNER

Grafika pierwsza, czyli cały miesiąc. Tutaj zaznacz początek kampanii, koniec kampanii, datę live'u, od kiedy rozpoczynają się przygotowania do kampanii, kiedy zaczynasz pisać posty. Jeżeli będziesz to miała zaznaczone nie wrzucisz w ten czas innych rzeczy, które mogą kolidować z kampanią.

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
25	26	27	28	29	30	01
02	03	04	05	06	07	08
09	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	01	02	03	04	05

NOTES

Rozpisz dokładnie co jest do zrobienia punkt po punkcie.

Zapisz datę do kiedy to musisz zrobić.

Jak zrobisz, odhacz, że wykonane.

Dzięki temu o niczym nie zapomnisz.

Ja mam np. tak

rozpisany początek miesiąca.

KAMPANIA BB CLOW			
DATA ROZPOCZĘCIA :		DATA ZAKOŃCZENIA :	
NO.	CO DO ZROBIENIA	DATA PUBLIKACJI	CZY ZROBIONE
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			

Być może masz podwykonawców z którymi współpracujesz. Wykorzystaj do tego ten szablon. Ułatwi Ci to pracę i nadzór nad podwykonawcami.

Kampania
BB NOW Date: _____

Podwykonawcy _____

Co ma zrobić? _____

Rzeczy do wykonania	Rzeczy do omówienia

Moje notatki

Kolejno grafika do publikacji postów na platformach społecznościowych, do wysyłki newsletterów. Tutaj wszystko dokładnie rozpisujesz i robisz sobie taki szczegółowy plan publikacji. Jedna karta jest z wykropkowanymi miejscami, więc możesz tam wpisać takie platformy na jakich pracujesz.

Kampania
BB NOW Date: _____

Plan publikacji

Facebook

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Instagram

_____	_____
_____	_____
_____	_____

MÓJ PLAN NA DZISIAJ

DATE:

S M T W T F S

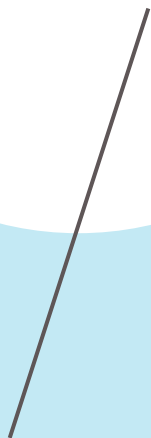
RZECZY ZWIĄZANE Z KAMPANIĄ	TOP 3 PRIORYTETY
06:00	
07:00	
08:00	
09:00	KONIECZNIE MUSZE TO ZROBIĆ.
10:00	
11:00	
12:00	
13:00	
14:00	
15:00	
16:00	
17:00	ILOŚĆ WYPITYCH SZKŁANEK WODY
18:00	🍷🍷🍷🍷🍷🍷
19:00	
20:00	
21:00	
22:00	
23:00	
24:00	
25:00	
NOTES:	

I ostatnia karta "Mój Plan na dzisiaj".
 Wydrukuj go tyle razy ile potrzebujesz i wpisz szczegółowy plan dnia. Dzięki temu będziesz bardziej zorganizowana, o niczym nie zapomnisz i Twoja praca będzie prężnie szła do przodu.

09



R O Z D Z I A Ł



09

Temat

146

P O D S T A W Y
P R Z E P R O W A D Z A N E J
K A M P A N I I

153

S T A R T K A M P A N I I
O N L I N E

Mamy już wybraną grupę docelową, wiemy wszystko na temat zabiegu, mamy wszystkie materiały potrzebne do wykonania zabiegu, więc możemy zacząć kampanię.

Podstawą każdej kampanii będzie artykuł o danym zabiegu. Jeżeli masz blog to wstawiasz artykuł na bloga. Jeżeli nie masz bloga ale masz stronę internetową zawsze możesz zrobić tam zakładkę "wszystko na temat zabiegu" i tam wstawić artykuł o BBGlow.

Być może zadasz pytanie a czemu nie na Facebooka albo na Instagrama.?

Całego artykułu nie ma sensu tam wstawiać, bo będzie on za długi i nikt go nie będzie czytał.

Na Facebooku sprawdzają się krótkie treści, a na Instagramie piękne zdjęcia.

Oczywiście będziesz informować swoich klientów w Mediach Społecznościowym o tym artykule ale będzie to parę wpisów podzielonych na główne informacje o zabiegu. O tym w dalszej części kampanii. Na razie skupmy się na artykule.

ARTYKUŁ - BB GLOW JAK MAKIJAŻ PERNAMENTY

Szara cera, blizny czy nieestetyczne przebarwienia, które wpędzają nas w kompleksy, od teraz mogą być skutecznie pokonane. Zabieg pigmentacji skóry twarzy – BB Glow – to zupełna nowość, na którą wielu od lat czekało. Na czym polega i dla kogo jest przeznaczony opowiemy Wam w dzisiejszym artykule.

Wiele kobiet nie akceptuje blizn, piegów czy przebarwień skumulowanych na skórze twarzy. Skutkiem bywa często utrata pewności siebie czy złe samopoczucie, które buduje kolejne bariery w relacjach międzyludzkich. Nowość na rynku kosmetycznym – zabieg BB Glow – stał się rozwiązaniem trosk tysięcy kobiet na świecie, a teraz i w Polsce. Dzięki niemu, każda z nas może znowu mieć piękną, gładką i rozjaśnioną skórę z efektem glow, bez używania kosmetyków.

Na czym polega BB Glow?

BB Glow to zabieg polegający na pigmentacji skóry twarzy. Do tej pory korzystano z dorobku pigmentacji medycznej, która była zbawienna w powrocie do normalnego życia np. po wypadku czy poważnej operacji, gdy chcieliśmy ukryć blizny.

ARTYKUŁ - BB GLOW JAK MAKIJAŻ PERNAMENTY

Doszliśmy do etapu, gdzie potrafimy zrekonstruować brodawkę sutkową czy wyrównać kontur ust. Teraz poszliśmy o krok dalej, tworząc BB Glow. Dzięki temu zabiegowi możemy skutecznie zlikwidować drobne blizny czy przebarwienia, takie jak piegi, ślady po trądziku, przebarwienia posłoneczne czy spowodowane fotostarzeniem (tzw. plamy starcze). Po wprowadzeniu specjalnych preparatów, koloryt skóry jest wyrównywany, zatem wszelkie nierówności zostają ukryte.

Jak wygląda zabieg BB Glow?

Do pigmentacji skóry twarzy stosuje się preparaty koreańskiego pochodzenia, m.in. serum przeznaczone do bezpiecznych i intensywnych zabiegów wybielania oraz wygładzania koloru skóry

- Wprowadzenie preparatu na skórę odbywa się przy użyciu specjalnego urządzenia zakończonego kartridżem z mikroigłami. Trzeba zaznaczyć, że stosujemy znieczulenie, dzięki czemu zabieg jest zupełnie bezbolesny

Doszliśmy do etapu, gdzie potrafimy zrekonstruować brodawkę sutkową czy wyrównać kontur ust. Teraz poszliśmy o krok dalej, tworząc BB Glow. Dzięki temu zabiegowi możemy skutecznie zlikwidować drobne blizny czy przebarwienia, takie jak piegi, ślady po trądziku, przebarwienia posłoneczne czy spowodowane fotostarzeniem (tzw. plamy starcze). Po wprowadzeniu specjalnych preparatów, koloryt skóry jest wyrównywany, zatem wszelkie nierówności zostają ukryte

Jak wygląda zabieg BB Glow?

Do pigmentacji skóry twarzy stosuje się preparaty koreańskiego pochodzenia, m.in. serum przeznaczone do bezpiecznych i intensywnych zabiegów wybielania oraz wygładzania koloru skóry. Wprowadzenie preparatu na skórę odbywa się przy użyciu specjalnego urządzenia zakończonego kartridżem z mikroigłami. Trzeba zaznaczyć, że stosujemy znieczulenie, dzięki czemu zabieg jest zupełnie bezbolesny

Jednorazowym efektem zabiegu jest delikatne rozjaśnienie i wyrównanie kolorytu utrzymujące się od 6 do 12 miesięcy. Bezpośrednio po BB Glow należy unikać promieni słonecznych przez około dwa tygodnie. Zaleca się, by zabieg wykonywać w serii oraz stosować zabiegi przypominające. Dzięki temu efekt będzie się utrzymywał, a my będziemy wglądać świeżo.

Dlaczego warto poddać się BB Glow?

BB Glow to nowość, dzięki której szybko i bezboleśnie można pozbyć się niedoskonałości, które od lat nam towarzyszyły i sprawiały, że musiałyśmy nakładać duże ilości podkładu, bo ukryć niechciane punkty na twarzy. Dzięki BB Glow jest łatwiej, można zapomnieć o bliznach czy niechcianych piegach, a w efekcie mieć skórę twarzy, o jakiej od lat marzyłyśmy.

Warto także podkreślić, że zabiegi czy rekonstrukcje pomogły wielu pacjentkom pożegnać się z długotrwałą depresją, która determinowała ich każdy dzień. W takich przypadkach szczególnie warto rozważyć poddanie się BB Glow, które pozwoli bezpiecznie i pewnym krokiem wejść w nowy, piękniejszy etap życia, bez kompleksów, czy przykrych wspomnień, jakie powodowały choćby blizny.

ANKIETA

1. Czy zainteresował Cię artykuł na temat zabiegu BB GLOW? *(tak, nie)*

2. Czy taki zabieg zmieniłby coś w Twoim życiu? *(pewnie, kompletna bzdura)*

3. Czy chciałabyś mieć tak jednolitą cerę, aby nie używać podkładu? *(tak, nie)*

4 Czy aby osiągnąć spektakularny efekt byłabyś w stanie zrobić serię zabiegową? *(tak , nie)*

5. Czy nurtuje Cię może jakieś pytanie, na które ja jako specjalista w dziedzinie zabiegu mogłabym Ci odpowiedzieć?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Kampania start

Teraz już jedziemy ostro z kampanią. Na pierwszy rzut wstaw artykuł na bloga, a następnie poinformuj na wszystkich swoich mediach, że ten artykuł jest. Zaplanuj newsletter właśnie z wysyłką tego artykułu do wszystkich Twoich klientów.

Na końcu artykułu wstaw link do ankiety. Poproś swoich klientów o wypełnienie tej krótkiej ankiety.

Oczywiście w zamian musisz coś dać. Może to być np. dodatkowy zabieg przy kolejnej wizycie, masaż twarzy, masaż stóp lub inna usługa, która kosztuje Cię tylko Twoją pracę.

Ankietę ustawiasz logując się do Twojego profilu google przez gmaila. Jeżeli jeszcze nie masz gmaila to go porostu załóż. Jeżeli nie wiesz jak to zrobić napisz do mnie wyślę Ci instrukcję :)

kontakt@akademiaspa.eu

Wstaw post informujący na Facebook i Instagram.

Teraz Twoja część pracy :)

3. Jeżeli jesteś nowym salonem i nie masz jeszcze dużej listy klientów, utwórz post na Facebooka i na Instagram z przekierowaniem na bloga i do ankiety. A to jest moja propozycja na post.

Kochani napisałam ostatnio artykuł na temat Zabiegu BB GLOW. Opisałam tam dokładnie co to jest za zabieg , dlaczego jest tak bardzo popularny wśród gwiazd Hollywood i jakie spektakularne efekty możesz po nim osiągnąć.

Jestem bardzo ciekawa Waszego zdania na temat tego artykułu.

Dlatego też zwracam się z prośbą o przeczytanie go i wypełnienie krótkiej ankiety.

Wyświadczyście mi tym bardzo dużą przysługę, a ja odwdziczę się prezentem:)

Chcesz wiedzieć jaki to prezent kliknij w poniższy link i przejdź do artykułu.

tutaj wstawiasz link

Zadanie domowe nr 7

Teraz Twoja część pracy :)

Jeżeli nie masz bloga, zawsze można stworzyć Landing Pages.

Jeżeli nie wiesz co to jest napisz, wytłumaczę i przekieruję do osoby, która stworzy taką stronę specjalnie dla Ciebie.

A teraz zadanie dla Ciebie. Jeżeli niekoniecznie podoba Ci się moja propozycja post, napisz swoją.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie domowe nr 8

A teraz propozycja grafik .

Wstawiam tutaj różne grafiki zrobione w Canva.

Jeżeli chcesz z nich skorzystać, a pracujesz w Canva to wyślij do mnie mail, a ja Ci je udostępnię.

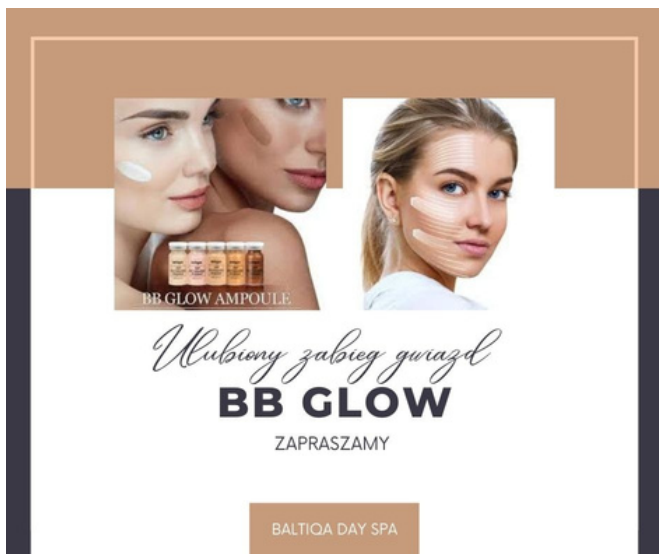
Będziesz mógł/mogła wstawić swoje logo, zrobić swoje kolory i gotowe. Pamiętajmy o jednym. Wszystkie następne grafiki dotyczące BB GLOW będą musiały być spójne. w tej samej nucie graficznej i kolorystycznej.

Nie zapominaj również o tym, że klient potrzebuje 5 styków, aby dokonać decyzji zakupowej. Jeżeli grafiki będzie kojarzył z Twoją firmą jest większe prawdopodobieństwo, że do 5 styków dojdzie szybciej, gdyż większość społeczeństwa jest wzrokowcami :)

Dlatego nic nie stoi na przeszkodzie, aby grafiki wykorzystać dwa razy te same.

Jeżeli jednak chcesz do każdego posta robić inną grafikę pamiętaj, aby jednak ich mianownik był wspólny. Całość musi być spójna i elegancka.

GRAFIKA 1.



GRAFIKA 2



GRAFIKA 3



GRAFIKA 4



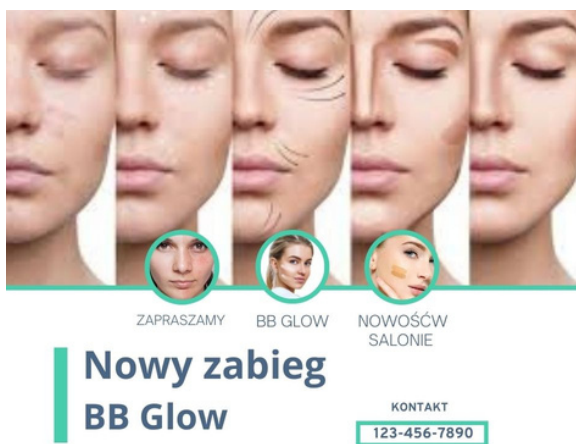
GRAFIKA 5



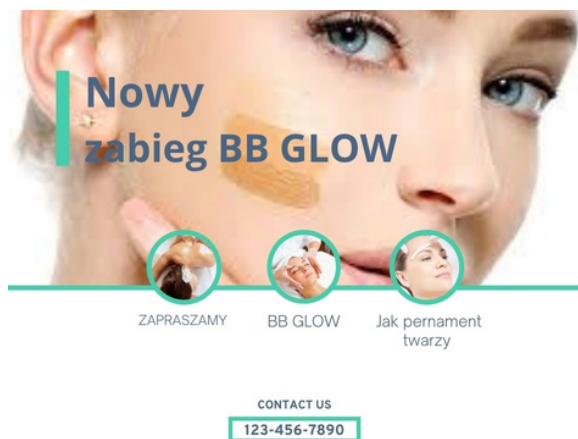
GRAFIKA 6



GRAFIKA 7



GRAFIKA 8



GRAFIKA 9



START KAMPANII - ONLINE

Masz już wszystko co potrzebujesz do startu kampanii.
Teraz czeka Cię główna praca.

Kampania powinna trwać około 2 tygodnie.

W trakcie kampanii bombardujesz z każdej strony swoich klientów tematem związanym z zabiegiem BB Glow, wręcz wyskakujesz im z lodówki :)

Zakładamy start kampanii od 5 maja do 19 maja.

Datę kampanii zaplanuj sobie wcześniej, tak aby nie kolidowała z innymi ważnymi dla Ciebie datami.

Urodziny , imieniny, ważne święta rodzinne.

W tych dwóch tygodniach Twoja głowa musi być w pełni zajęta zabiegiem BB GLOW i pozyskiwaniem klientów, nic nie może Ciebie rozpraszać, ani od tego odciągać.

To teraz zadanie dla Ciebie.

Zaplanuj datę kampanii BB GLOW w Twoim salonie, biorąc pod uwagę fakt, że jest to zabieg, który niekoniecznie powinniśmy wykonywać w 30 stopniowym upale ani w 30 stopniowym mrozie.

.....
.....

Zadanie domowe nr 10

Bardzo ważne jest również ustalenie promocji na daną usługę tak, aby w tych dwóch tygodniach sprzedaż była największa, gdyż klientów zachęca Twoja promocja. Jak powinna wyglądać usługa promocyjna?

1. Możesz dać lepszą cenę.

Cena lepsza to nie niższa o 10 zł, ale różnica musi być znaczna, czyli minimum 35%. Ja nie jestem zwolenniczką obniżania cen. Ale decyzja należy do Ciebie.

2. Dodatkowo usługa gratis.

No właśnie spytacie, jak nie cena niższa to co może być jeszcze bardziej atrakcyjnego?

Może do być dodatkowy zabieg za 0 zł.

Np. do tego zabiegu możesz dołożyć oczyszczanie twarzy przed zabiegiem peelingiem kawitacyjnym, lub zabieg na dłonie, lub masaż głowy i karku.

Zabieg gratisowy wybierz taki gdzie zużycie materiałów jest znikome, a liczy się przede wszystkim praca terapeuty.

Taki dodatkowy zabieg ustalamy na 20 minut.

I teraz Twoje zadanie. Ustal promocję dla swojego gabinetu na pierwsze dwa tygodnie sprzedaży zabiegu.

.....
.....

Zadanie domowe nr 11

5 MAJA /Grafika nr 1

Post na Facebooku kierujący do artykułu na blogu. Artykuł macie dostępny w pierwszych rozdziałach tego ebooka, więc automatycznie możecie go wstawić na swojego bloga. W poście na Facebooku i na Instagramie nie zapomnijcie o hasztagach, zwiększy to wasze zasięgi.

Propozycja hasztagów do tego zabiegu

#bbgłow #zabieggwiazd #zabiegcelebrytek
#pieknacerabezpodkładu #bezpodkładu
#nowośćwgabinecie #nowyzabieg #10latmniej

Jeżeli nie masz problemu z wystąpieniami publicznymi, zaproś w poście swoich klientów na webinar, na którym pokażesz jak przebiega taki masaż.

Nie musi to być godzinny webinar tak jak np. nasze.

Możesz zrobić krótką relację 20 minutową, gdzie również odpowiesz na nurtujące Twoich klientów pytania.

Jeżeli jednak występy na żywo to jest dla Ciebie dramat, nagraj wcześniej taki masaż w skrócie, nawet bez słów tylko z muzyką i zrób na Facebooku zapowiedź, kiedy dokładnie przedstawiś film z przebiegu masażu.

Ważne, aby Twoi klienci wiedzieli o tym wcześniej i aby ich ciekawość rosła wraz z Twoimi nowymi wpisami.

Poniżej wstawiłam przykładową treść posta i grafikę. To samo możesz wstawić na Instagramie, ale warto by było zmienić grafikę na ładne zdjęcie. Na Instagramie wszystko co piękne lepiej się sprzedaje .

Grafika nr 1



6 maja /GRAFIKA nr 2

Czy wiesz na czym polega zabieg BB GLOW?

Zabieg który pokochały gwiazdy Hollywood?

Jeżeli jeszcze o nim nie słyszałaś to już spieszę z wyjaśnieniem.

Na czym polega BB Glow?

BB Glow to zabieg polegający na pigmentacji skóry twarzy. Do tej pory korzystano z dorobku pigmentacji medycznej, która była zbawienna w powrocie do normalnego życia np. po wypadku czy poważnej operacji, gdy chcieliśmy ukryć blizny.

Doszliśmy do etapu, gdzie potrafimy zrekonstruować brodawkę sutkową czy wyrównać kontur ust.

Teraz poszliśmy o krok dalej, tworząc BB Glow. Dzięki temu zabiegowi możemy skutecznie zlikwidować drobne blizny czy przebarwienia, takie jak piegi, ślady po trądziku, przebarwienia posłoneczne czy spowodowane fotostarzeniem (tzw. plamy starcze). Po wprowadzeniu specjalnych preparatów, koloryt skóry jest wyrównywany, zatem wszelkie nierówności zostają ukryte

Jeżeli do tej pory nie słyszałaś powyższych informacji, to nic strasznego! Właśnie po to jesteśmy, aby o wszystkim Ci opowiedzieć!

Kliknij link poniżej i odwiedź naszego bloga, na którym znajduje się cały artykuł o zabiegu i gdzie wszystko wyjaśniłam krok po kroku.

<http://blog.wirtualniterapeuci.pl/>

**#blog #bbglow #nowyzabieg #kobietapo30
#kobietapo40 #kobietapo50 #kobiecosc
#kobietazadbana #kobieta**

6 maja /GRAFIKA nr 2



9 MAJA / Grafika nr 3

Jak przebiega zabieg BB Glow?

Do pigmentacji skóry twarzy stosuje się preparaty koreańskiego pochodzenia, m.in. serum przeznaczone do bezpiecznych i intensywnych zabiegów wybielania oraz wygładzania koloru skóry. - Wprowadzenie preparatu na skórę odbywa się przy użyciu specjalnego urządzenia zakończonego kartridżem z mikroigłami. Trzeba zaznaczyć, że stosujemy znieczulenie, dzięki czemu zabieg jest zupełnie bezbolesny.

Już 13 maja chciałam Cię zaprosić na bezpłatny webinar w którym pokaże na naszej modelce cały zabieg i będę odpowiadała na Wasze pytania.

#bbglow #zabieg #nowyzabieg #zadbanakobieta #pielegnacja #pielegnacja twarzy #zabiegkosmetyczny

BB GLOW

KROK PO KROKU OPISUJEMY PRZEBIEG ZABIEGU



Post na Facebooku -

Teraz już bez przekierowania na bloga. A z informacją na temat webinaru. Na webinar możecie zrobić zapisy tak, aby pozyskać adresy mailowe Twoich nowych potencjalnych klientów. Pamiętajcie jak pisałam wcześniej, że bazę adresów musicie mieć koniecznie.

Nie możecie opierać się jedynie na Facebooku lub Instagramie i spać spokojnie bo macie tam np. dużo followersów. Jeżeli z jakichkolwiek przyczyn Ci obserwatorzy znikną, zostajecie z zerem. Natomiast adresy w innym programie zawsze będą Wasze.

Post na Instagramie -

Treść ta sama co na FB zmień jedynie grafikę na ładne zdjęcie. Możecie wykorzystać jedno z tych wstawionych wyżej. Możecie również spróbować dać tą samą grafikę co na Facebooku i zobaczyć jak będą na nią reagować Wasi obserwatorzy.

Newsletter -

Wysyłamy newsletter do Waszych klientów. My to robimy na dwa sposoby: z programu Meiller Lite oraz z Versuma.

Post na FB dodajecie do relacji natomiast wpis z Instagrama dodajesz do stories. Jeżeli nie boisz się kamery opowiedz na stories i relacji o tym, że zachęcasz do przeczytania nowego wpisu i zapisania się na webinar na którym pokażecie krok po kroku jak wygląda taki zabieg i będziecie odpowiadała na pytania klientów.

Być może chodzi Wam po głowie pytanie
Po co ten webinar ?

Pamiętajcie, że dużo osób boi się nowości. Przez to, że paraliżuje ich strach przed nieznanym często w ogóle rezygnują z zabiegu, nawet jeżeli bardzo by chcieli spróbować.

Pokażcie swoim klientom, że nie będą się czuli w żadnym momencie skrępowani, że terapeuta dba o intymność i dobre samopoczucie, że zabieg jest przyjemny i leczniczy.

Poniżej treść kolejnego wpisu.

A czy wiecie jaki jest efekt zabiegu. Co zyskasz po serii zabiegowej ?

Jak zmieni się Twoja skóra i Twój komfort życia, kiedy zakończysz kurację ?

Jednorazowym efektem zabiegu jest delikatne rozjaśnienie i wyrównanie kolorytu utrzymujące się od 6 do 12 miesięcy. Bezpośrednio po BB Glow należy unikać promieni słonecznych przez około dwa tygodnie. Zaleca się, by zabieg wykonywać w serii oraz stosować zabiegi przypominające. Dzięki temu efekt będzie się utrzymywał, a my będziemy wglądać świeżo.

*I nie zapomnijcie o zapisaniu się na webinar, który odbędzie się 13 maja o godzinie 20:00
Poniżej wklejam link do zapisów.*

<http://blog.wirtualniterapeuci.pl/czy-wiesz-ktoremu.../>

[#blog](#) [#nowywpis](#) [#nowyzabieg](#) [#bbglow](#)
[#kobietazadbana](#) [#kobietapo30](#) [#kobietapo40](#)



CO ZYSKASZ DZIĘKI
ZABIEGOWI BB GLOW?

Dlaczego warto poddać się BB Glow?

BB Glow to nowość, dzięki której szybko i bezboleśnie można pozbyć się niedoskonałości, które od lat nam towarzyszyły i sprawiały, że musiałyśmy nakładać duże ilości podkładu, bo ukryć niechciane punkty na twarzy. Dzięki BB Glow jest łatwiej, można zapomnieć o bliznach czy niechcianych piegach,

a w efekcie mieć skórę twarzy, o jakiej od lat marzyłyśmy.

Warto także podkreślić, że zabiegi czy rekonstrukcje pomogły wielu pacjentkom pożegnać się z długotrwałą depresją, która determinowała ich każdy dzień. W takich przypadkach szczególnie warto rozważyć poddanie się BB Glow, które pozwoli bezpiecznie i pewnym krokiem wejść w nowy, piękniejszy etap życia, bez kompleksów, czy przykrych wspomnień, jakie powodowały choćby blizny

I oczywiście przypominam o zapisaniu się na webinar,

który odbędzie się 13 maja o godzinie 20:00

Poniżej wklejam link do zapisów.

<http://blog.wirtualniterapeuci.pl/czy-wiesz-ktoremu.../>

#webinar #zapiszsie #bbglow #zabieg #nowość #salonbeauty #beauty #kobieta #dbamyokobiety



Dlaczego warto poddać się zabiegowi BB GLOW

Przeczytaj nasz najnowszy wpis

BALTICA DAY SPA

12 MAJA / Grafika nr 5

Dla wszystkich naszych kochanych klientek i dla tych Pań, które jeszcze u nas nie były przygotowałyśmy rewelacyjną ofertę właśnie na ten zabieg .

A więc jak już zapewne wiesz zabieg ten jak zresztą każdy inny, aby był skuteczny trzeba wykonać w serii zabiegowej .

Dla Pań, które wykupią 5 zabiegów mamy 10% rabatu. na całą serię.

Dla Pań, które wykupią 7 zabiegów mamy 10 % rabatu plus kawitacja przed pierwszym zabiegiem i zabieg regenerujący na dłonie przy każdej kolejnej wizycie. Zabieg na dłonie to koszt 59zł więc zobacz ile dostajesz od nas w prezencie.

Wykupując serię zabiegową będziesz miała nie tylko piękną cerę , ale również gładkie i zadbane oraz wypielęgnowane ręce.

Kliknij link poniżej i zapisz się na liva który odbędzie się 13 maja
<http://blog.wirtualniterapeuci.pl/czy-wiesz-ktoremu.../>

OFERTA
NIE DO
ODRZUCENIA

PROMOCJA

RABAT 15%

PRZY ZAKUPIE ZABIEGU
W SERII

WWW.BALTIQADAYSPA.PL

Wczoraj na live pokazałam jak przebiega cały zabieg, widzisz już, że nie ma się czego bać. O zabiegu wiecie już wszystko, ale nie pokazywaaliśmy jeszcze efektów zabiegowych.

Efekty te pokazujemy u naszych klientek, które już przeszły całą serię i teraz mogą cieszyć się wspaniałą cerą, gładką, porcelanową, bez przebarwień, cieni i plam.

A poniżej podajemy link do naszego salonu na platformie booksy, gdzie możesz o każdej porze dnia i nocy umówić się na zabieg.

**#booksy #salonbeauty #efektbbglow #bbglow #zapiszsie
#nowosc #zabiegoskmetyczny**



Kolejną naszą klientką, która zgodziła się pokazać efekty zabiegu jest Pani Kasia lat 48.

Pani Kasi borykała się przez długi okres z bardzo mocnymi przebarwieniami, których nabawiła się za młodych lat kiedy to uważała że filtr przeciwsłoneczny jest zbędny. Chodziła na różne zabiegi ale nic jej nie pomagało nic nie przynosiło poprawy.

Dzisiaj jest szczęśliwą kobietą bez przebarwień, z piękną porcelanową cerą.

Jeżeli też chcesz się cieszyć cerą bez przebarwień

tak jak Pani Kasia już dzisiaj umów się na zabieg na platformie BOOKSY.



18 MAJA/ Grafika nr 8

Pani Ania jest naszą klientką od 4 lat. To młoda mama, bizneswoman, kobieta dla której czas jest czymś bardzo ważnym. Wszystko od niej możesz pożyczyć oprócz czasu.

Dlatego też zdecydowała się na zabieg, który pozwoli jej skrócić czas porannego makijażu, gdyż nie będzie musiała nakładać fluidu.

I czy rzeczywiście czas się skrócił zapytaliśmy Panią Anię.

I Wy i ten zabieg spadł mi z nieba.

Jestem kobietą bardzo zorganizowaną i każda minuta jest dla mnie cenna. Przy trójce dzieci i dużej firmie muszę każdą minutę szanować.

Ponieważ już wcześniej miałam zrobioną permanentną kreskę na oku, permanentne brwi i oczu nie musiałam malować, została mi tylko kwestia podkładu.

Niestety nie jestem mistrzynią w makijażu i nakładanie podkładu zajmowało mi sporo czasu. Potem to wszystko trzeba było przykryć pudrem sybkim i zrobić konturowanie. Teraz jedynie co robię to nakładam rozświetlacz, gdyż po zabiegach moja cera nie wymaga fluidu wygląda tak, jakbym go miała nałożonego przez wybitnego makijażystę i co więcej przy ostatnich zabiegach Pani kosmetyk zrobiła mi również konturowanie ciemniejszym preparatem, dzięki czemu i to mi odpadło.

Jestem przeszczęśliwa. O każdej porze dnia i nocy wyglądam rewelacyjnie.



19 maja / Grafika nr 9

*Kochani to już ostatni dzień naszej wspaniałej
promocji na jeszcze wspanialszy zabieg,
jeżeli jeszcze jakimś cudem nie umówiliście się na
BB GLOW to teraz jest na to szansa:)
Podajemy wolne terminy w najbliższych dniach.*

.....
.....

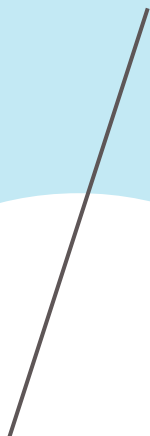
*A jeżeli po raz pierwszy jesteś na naszej stronie
i nigdy wcześniej nie słyszałeś/aś o tym zabiegu to
wejdź na naszego bloga i przeczytaj wszystko
o BB GLOW
Zakochasz się w nim zapewniam.*

*[http://blog.wirtualniterapeuci.pl/czy-wiesz-
ktoremu.../](http://blog.wirtualniterapeuci.pl/czy-wiesz-ktoremu.../)*

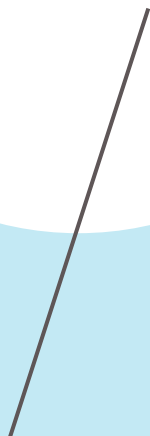
*#umowsienawizyte #kobieta #zadbanakobieta #bbglow
#salonkosmetyczny #zabiegnatwarz #zabieggkosmetyczny*



10



R O Z D Z I A Ł



10



Temat

179

S T A R T K A M P A N I I
O F F - L I N E

181

M A T E R I A Ł Y
D O K A M P A N I I

START KAMPANII OFF-LINE

Jeżeli myślisz, że to już koniec to niestety muszę Cię zmartwić , ale jeszcze nie :)

Aczkolwiek, jeżeli zatrudniasz pracowników to duża część kampanii off-line będzie należała do nich .

A co obejmuje taka kampania.

- 1.Ulotki dla klientów.
- 2.Plakat w najbardziej widocznym miejscu.
- 3.Informacja ustna dla klientów w gabinecie.
- 4.Smsy do klienta.

Być może zadasz pytanie:

A po co nam kampania off-line?

Pamiętaj o paru rzeczach.

Nie wszyscy Twoi klienci mają media społecznościowe.

Ja osobiście znam bardzo dużo osób w różnym wieku, którzy nie mają ani konta na Facebooku, ani konta na Instagramie. Co więcej mam przyjaciółkę, która prowadzi bardzo dużą firmę budowlaną i nie posługuje się mailem.

Może dla Ciebie jest to dziwne, ale tak też się dzieje, więc jeżeli będziecie zakładać, że wszyscy dowiedzą się wszystkiego z Facebooka, możecie być w bardzo dużym błędzie.

Druga strona medalu jest taka, że są osoby które mają media społecznościowe, ale są w tak dużym biegu, że bardzo rzadko z nich korzystają. Czasami spojrzą na czyjś profil raz na dwa tygodnie lub raz na miesiąc.

Wtedy jest pewne, że taki klient może dowiedzieć się o Twojej kampanii po jej zakończeniu.

I ostatnia sprawa.

Zarówno Facebook jak i Instagram bardzo tną zasięgi. Co to znaczy?

Kiedyś ten sam post docierał do większej liczby osób, a teraz do znacznie mniejszej.

Mówimy tutaj o postach niepromowanych.

Oczywiście zawsze możesz utworzyć reklamę na dany post. Jeżeli zrobisz to poprawnie w Managerze Reklam to jesteś wygrany. Ale nie każdy to potrafi.

Temat reklam na Facebooku i Instagramie jest tematem bardzo szerokim i ten temat będzie poruszany w osobnym ebooku.

Więc sami widzicie, że nie możemy się opierać jedynie na kampanii ONLINE.

No dobrze to prześledźmy krok po kroku wszystkie punkty do kampanii OFF-LINE.

ULOTKI DLA KLIENTÓW

Dokładnie opisana ulotka jest w rozdziale pierwszym.

Jeżeli nie pamiętasz możesz do tego wrócić.

Przypomnę tylko co musi się znaleźć na takiej ulotce, aby zainteresowała, ale nie zawierała rzeczy niepotrzebnych.

- nazwa zabiegu,
- cena zabiegu,
- czas trwania,
- informacja o BB GLOW,
- opinia trzech klientów
- kto nie może korzystać z tego zabiegu

Na takiej ulotce możesz również umieścić datę i godzinę webinaru, link do zapisów oraz aktualną promocję.

Każdy klient po zabiegu powinien otrzymać taką ulotkę.

Dobrze gdyby była wydrukowana na sztywnym papierze, wygląda to wtedy bardzo elegancko i nie przypomina zwykłych ulotek, których pełno wszędzie. A dzięki temu, że jest wydrukowana na sztywnym papierze, nie pogniecie się kiedy klient schowa ją do torebki a tym samym jest większe prawdopodobieństwo, że od razu po przyśściu do domu jej nie wyrzuci, kiedy wyciągnie ją w idealnym stanie, a nie całą pomiętą. Jeżeli chcemy podnieść prestiż takiej ulotki, włóżmy ją w ładną kopertę.

A poniżej nasz przykład pierwszej strony ulotki. Zauważ, że ulotka nie musi być formatu A5. Format wybierasz taki, który tobie pasuje.



INFORMACJA USTNA.

Tutaj dużą rolę będą mieli twoi pracownicy zarówno terapeuci jak i recepcja. To oni będą informować klienta o kampanii na zabieg BB GLOW.

Jest tylko jedna ważna zasada.

Oni o tym zabiegu muszą wiedzieć wszystko.

Przepytaj ich lub zrób mały sprawdzian.

Nie wychodź z założenia, że masażysta musi wszystko wiedzieć na temat danego masażu.

Niestety często jest tak, że nawet podstawy leżą, czyli np. anatomia twarzy i ciała.

Smutne, ale prawdziwe.

Twoi pracownicy muszą tak nauczyć się mówić o tym zabiegu, aby w ich ustach było to coś bardzo interesującego.

Poćwiczcie sobie takie opowiadanie o zabiegu.

Niech jeden terapeuta próbuje zachęcić drugiego terapeutę do zakupu tego zabiegu.

Osoba która słuchała niech da komentarz zwrotny.

Co ja zainteresowało, co było niepotrzebne, a czego zabrakło.

Jak to mówią trening czyni Mistrza w każdej dziedzinie.

To samo tyczy się osoby pracującej na recepcji.

Ona już podczas rozmowy telefonicznej może powiedzieć, że teraz macie miesiąc promujący zabieg BB GLOW i że bardzo chętnie opowie coś więcej na ten jakże interesujący temat.

PLAKAT W WIDOCZNYM MIEJSCU

Jak myślicie, które miejsce w gabinecie kosmetycznym jest najbardziej widoczne?

Są takie dwa miejsca:

- drzwi wejściowe do salonu
- toaleta - na przeciwko WC lub jeżeli masz szatnię w spa to wieszasz go na przeciwko ławki na której przebierają się klienci.

Oczywiście zdaję sobie sprawę, że większość osób wywiesza taki plakat w recepcji i nie ma nic w tym złego.

Ale jeżeli będzie on wisiał na ścianie to stanie się niewidoczny. W recepcji jest dużo rozpraszaczy i innych rzeczy, które zwracają uwagę, kosmetyki, kawa, inni klienci. Jeżeli chcesz umieścić go w recepcji, kup sztalugę i na niej postaw plakat w antyramie. Klient będzie go miał na wysokości wzroku.



SMSY do klienta

Smsy to kolejna ważna rzecz, której nie możesz pominąć. Pamiętaj, że są klienci, którzy przychodzą do Ciebie raz w miesiącu. I może akurat nie przyjdą w trakcie trwania kampanii. Koniecznie musisz ich poinformować.

A najlepiej zrobić to smsem, bo wiadomo, że sms każdy odczytuje.

Poniżej przedstawiam Ci harmonogram wysyłki smsów z tematem. Harmonogram ten dotyczy oczywiście czasu trwania kampanii.

Przed rozpoczęciem kampanii, wszyscy pracownicy powinni poinformować swoich klientów, że taką kampanię zaczynacie, czego będzie dotyczyła i jakie profity klient otrzyma zapisując się na zabieg BB GLOW w trakcie trwania kampanii. Najlepiej, jeżeli zrobią to telefonicznie, nie smsem. Pamiętajmy, że zaraz będziemy wysyłać co drugi dzień smsy do klientów, dlatego pierwszy kontakt i informacja na ten temat powinna być telefoniczna.

5.05 - Informacja, że na blogu jest niesamowicie ciekawy artykuł. Wklejamy linka z przekierowaniem na bloga.

(klient musi za jednym kliknięciem w link przenieść się bezpośrednio do artykułu. Nie karz mu szukać bo większość osób nie będzie tego robiła. Poinformuj także o dodatkowym zabiegu gratisowym, który otrzymuje klient przy zakupie zabiegu BB GLOW.

7.05- Informacja na temat webinaru z linkiem do zapisów na niego

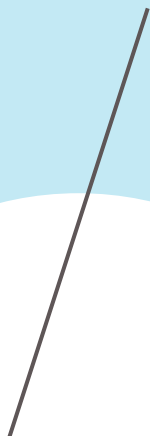
SMSY do klienta cd....

8.05 - Pytanie czy jesteś już zapisany na zabieg BB GLOW. Jeżeli nie - podaj najlepiej link z przekierowaniem do programu BOOKSY, gdzie są zapisy online. Jeżeli ich nie posiadasz to podaj numer telefonu pod którym można takiego zapisu dokonać. Przypomnienie o gratisowym zabiegu przy zakupie zabiegu BB GLOW

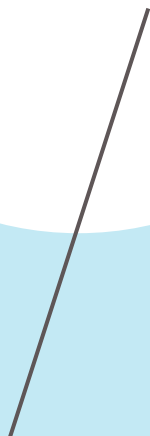
14.05 Informacja o tym, że odbył się webinar. Wstaw link do jego retransmisji dla osób które jeszcze go nie widziały.

16. 05 - poinformuj klientów o ostatnich wolnych terminach na zabieg BB GLOW w promocyjnej cenie. Przypomnienie o gratisowym zabiegu przy zakupie serii zabiegowej

11



R O Z D Z I A Ł



11



Temat

188

P O D S U M O W A N I E
K A M P A N I I

Podsumowanie kampanii

Jeżeli myślicie, że to już koniec to jesteście w błędzie:)

Koniecznacie musicie zrobić podsumowanie kampanii. A co będzie, jeżeli nie zrobicie takiego podsumowania?

Takie pytania otrzymywałam od kursantek.

Wtedy nie będziesz wiedziała/wiedział czy Twoja praca przyniosła oczekiwane rezultaty.

Musicie wiedzieć co przyniosło największą sprzedaż, a co jednak w Twoim gabinecie nie zadziało.

Jeżeli nie zadziało - to z jakiego powodu.

Czy to Ty nawaliłaś/eś czy może Twoi pracownicy.

Wnioski musicie wyciągnąć po to, aby w przyszłych kampaniach nie popełniać tych samych błędów i aby Wasze kampanie były jeszcze lepsze i przynosiły jeszcze większą sprzedaż.

No dobrze to teraz być może zapytacie to co musimy zrobić, aby mieć takie podsumowanie ?

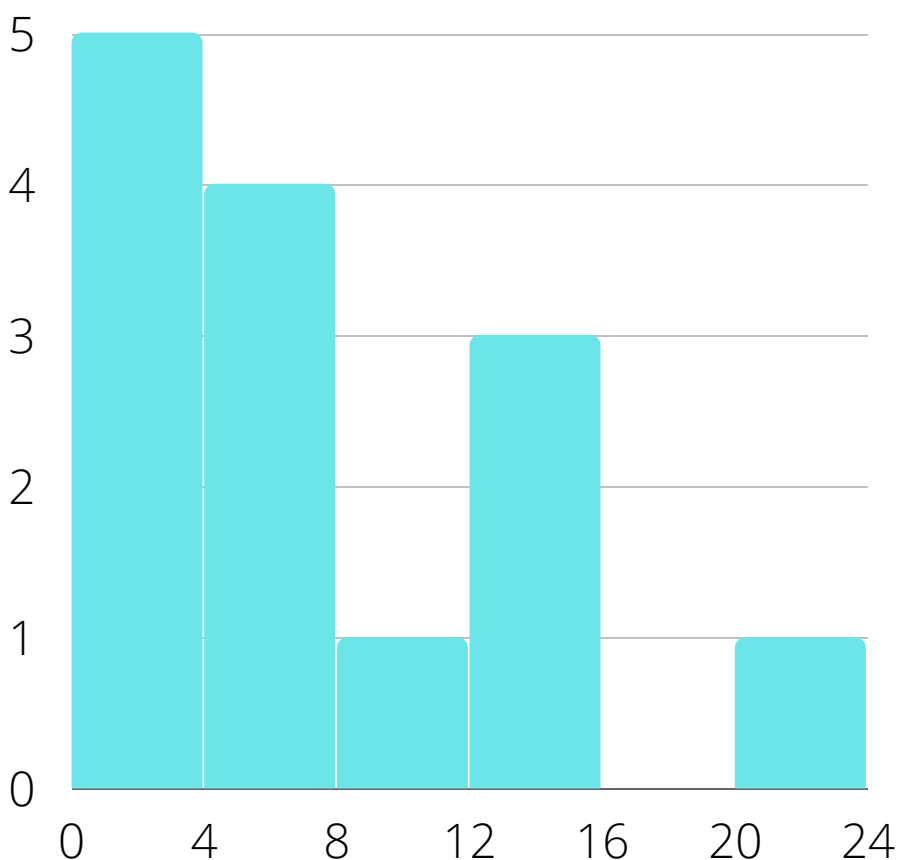
Weź zeszyt, komputer , zrób dobrą kawę i odpowiedz na poniższe pytania :)

Podsumowanie kampanii cd...

Kampanię ustaliliśmy na 2 dwa tygodnie.

Spiszcie proszę jaka była sprzedaż usługi każdego dnia.

Zróbcie sobie wykres tak, abyś spojrzeli z lotu ptaka na te dwa tygodnie .

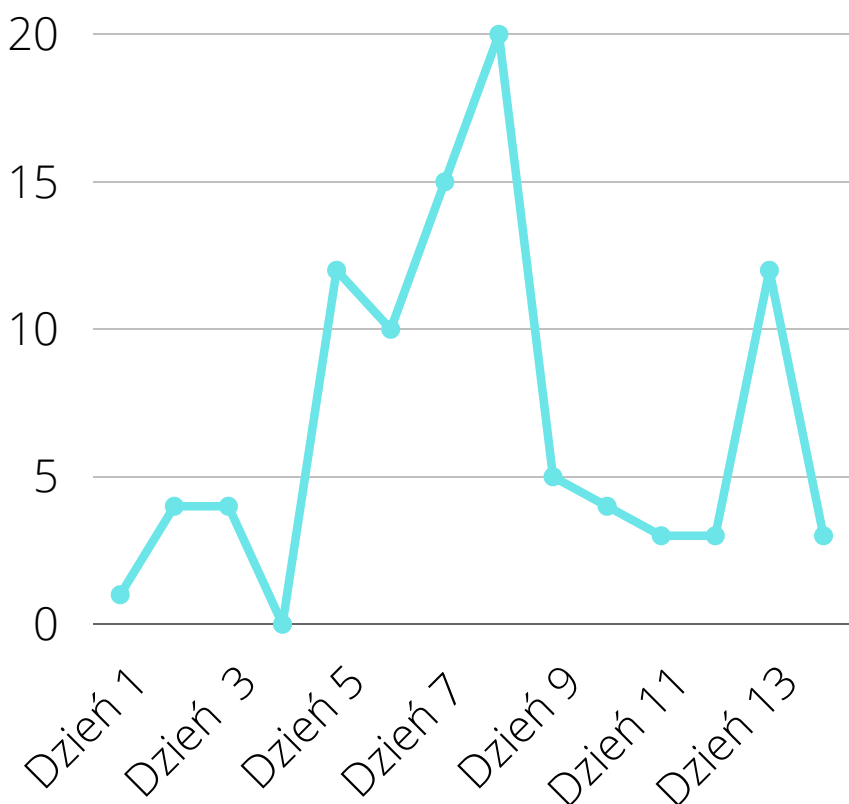


Podsumowanie kampanii cd...

Kampanię ustaliliśmy na 2 dwa tygodnie.

Spiszcie proszę jaka była sprzedaż usługi każdego dnia.

Zróbcie sobie wykres tak, abyście spojrzeli z lotu ptaka na te dwa tygodnie.



Podsumowanie kampanii

Zobaczcie w którym dniu mieliście największą sprzedaż i co w tym dniu i w dniu poprzedzającym robiliście.

Jakie to były działania?

Czy to może był newsletter?

Czy może nowy post i temat tam poruszony?

Czy może smsy twoich pracowników?

Poniżej napisz w który dzień miałaś/miałeś największą sprzedaż i jakie działania wtedy były podjęte.

Pod uwagę weź trzy największe liczby.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie domowe nr 12

Podsumowanie kampanii

To samo zróbcie z trzema najmniejszymi sprzedażami. Wypiszcie, które to były dni i co wtedy robiliście lub czego nie zrobiliście.

Być może w dniu kiedy była najmniejsza sprzedaż i dzień wcześniej miały być wysłane smsy do klientów. Jeżeli pomimo smsów nie było sprzedaży sprawdź czy te smsy rzeczywiście były wysłane. Gwarantuję, że nie były lub sprawdźcie czy treść smsa była poprawna.

Czy był tam link przekierowujący do zakupu zabiegu lub do programu, gdzie klient może zapisać się na zabieg.

Jeżeli linku nie było masz odpowiedź. Klient nie będzie sam szukał gdzie może się zapisać.

Poniżej wypisz te dni i co wtedy robiliście.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie domowe nr 13

Podsumowanie kampanii

Teraz wyciągnijcie wnioski, co jest do poprawy, co nie zadziałało, a co sprawdziło się najlepiej w Waszym gabinecie.

Napiszcie swoje wnioski końcowe.

To ważne, abyście wnioski napisali na kartce lub w komputerze, a nie tylko pomyśleli o nich .

Jeżeli spytacie, jaka to różnica to już spieszę z odpowiedzią.

Różnica jest taka jak w momencie, kiedy myślicie o seksie i kiedy go uprawiacie :)

Przyznasz rację, że różnica jest :)

Tak samo w innych rzeczach.

Kiedy piszemy nasz mózg lepiej działa i więcej rzeczy analizuje i zapamiętuje. Przy samym myśleniu takie rzeczy się nie dzieją.

To teraz czas na Wasze wnioski końcowe.

.....

.....

.....

.....

.....

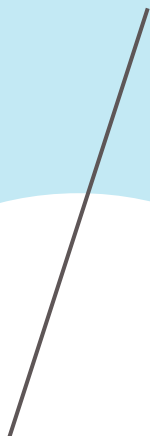
.....

.....

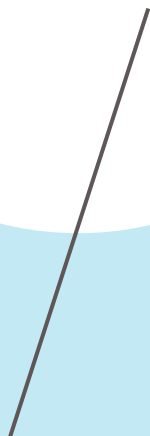
Zadanie domowe nr 14

**T R Z E C I A
C Z Ę Ś Ć
K O B I D O**

12



R O Z D Z I A Ł



12

Temat

197

C O T O J E S T
M A S A Ż K O B I D O ?

204

E F E K T Y
I P R Z E C I W S K A Z A N I A
M A S A Ż U K O B I D O

210

G D Z I E , Z A I L E
I C O W Y R Ó Ź N I A
M A S A Ż K O B I D O ?

Co to jest Masaż KOBIDO

I dotarliśmy do trzeciej części naszego Ebooka, w której skupimy się na Masażu KOBIDO. Aby zacząć mówić jak go wprowadzić do salonu to najpierw powiem o nim coś więcej.

Kobido nazywane inaczej alternatywą dla medycyny estetycznej lub niechirurgicznym liftingiem twarzy. Jest to masaż twarzy, szyi i dekolту. W 80% jest to masaż liftingujący, ale posiada też inne zalety. Bardzo polecany jest dla osób które borykają się z bruksizmem lub dla osób z notorycznymi bólami głowy. Od razu napiszę, że nie chodzi tutaj o bóle migrenowe.

Japoński masaż Kobido to starożytna technika, która w nieinwazyjny sposób poprawi owal twarzy, ujędrni skórę i wygładzi zmarszczki.

Co to jest Masaż KOBIDO

Ten rodzaj masażu został stworzony w XV wieku w Japonii, ale jego korzenie wywodzą się z tradycyjnej medycyny chińskiej. Kobido łączy w sobie elementy masażu tkanek głębokich, drenażu limfatycznego i akupresury. Efekty tego zabiegu można porównać do zmian, które pozwala osiągnąć na twarzy lifting. I widać je już po pierwszym masażu!

Wymasowana skóra jest lepiej ukrwiona, dotleniona i odżywiona. Masaż tkanek głębokich działa na struktury mięśniowo-powięziowe skutkuje między innymi zmniejszeniem napięcia mięśniowego i w efekcie spłyceniem zmarszczek mimicznych. Zabieg działa na głębokie struktury skóry. Dzięki niemu skóra staje się mocniejsza, a ponieważ działamy na nią głębiej, możemy ją również intensywniej odżywić, dzięki składnikom aktywnym zawartym w kosmetykach użytych do masażu. Na opanowanie tego masażu potrzebujemy 2-3 dni.

Co to jest Masaż KOBIDO

KOBIDO można wykonywać o dowolny porze roku. Najlepiej popołudniu lub wieczorem.

Najbardziej spektakularne efekty są po odbyciu pełnej kuracji, czyli 12 sesji masażu najlepiej 2 razy w tygodniu.

Masaż ten ma działanie liftingujące i co ważne, ten lifting odbywa się na wielu poziomach: skóry, tkanki podskórnej, tłuszczu, powięzi i mięśni. Dzięki różnym naprzemiennym mniej lub bardziej intensywnym technikom masowania pozwala na zmniejszenie napięcia mięśni mimicznych, dzięki czemu wygładzają się zmarszczki mimiczne, choćby kurze łapki w kącikach oczu.



Co to jest Masaż KOBIDO

Masaż aktywuje też pozostałe, głębiej położone mięśnie twarzy, które dzięki niemu uczą się pracy na nowo, podnosząc owal twarzy ku górze. Intensywny ucisk stymuluje produkcję kolagenu i elastyny w skórze, dzięki czemu poprawia się jej jędrność i napięcie. Z kolei ruch drenujący pomaga odprowadzać z twarzy nadmiar nagromadzonej limfy. Pobudza też krążenie, dzięki czemu skóra staje się lepiej dotleniona i odżywiona. Poprzez uciskanie określonych punktów na twarzy możemy stymulować organy wewnętrzne. Dzięki temu zaczynają pracować lepiej i sprawniej. Poprawia się na przykład trawienie.



Co to jest Masaż Kobido

Większość metod masażu twarzy działa na jej powierzchni. Kobido poprzez swoją złożoność i intensywność technik, działa na głębszych warstwach skóry i mięśni. To najbardziej zaawansowana technicznie forma japońskiego masażu twarzy — można powiedzieć, że Kobido ma największą liczbę i najbardziej złożony zestaw technik manualnych.

Masaż jest głęboką kombinacją tradycyjnych japońskich koncepcji medycznych i różnych technik manipulacji ręką. Charakteryzuje się głównie szybkością rąk i palców. Szybkość, z jaką terapeuta wykonuje masaż i wszystkie etapy, zmierza do oddziaływania w różnych aspektach. Kiedy ruch jest powolny, klient ma się zrelaksować, a intensywne etapy masażu mają stymulować skórę i produkcję składników skóry w celu osiągnięcia oczekiwanego efektu liftingującego.

Co to jest Masaż KOBIDO

Aby wprowadzić zabieg do salonu nie potrzebujecie żadnego dodatkowego sprzętu. Wystarczy łóżko do masażu lub łóżko kosmetyczne, które zapewne macie.

Jedynie w co warto zainwestować to dobre szkolenie.

Oczywiście ja zachęcam do odbycia szkolenia w naszej firmie. Specjalizujemy się właśnie w szkoleniach z masażu KOBIDO. Przeszkoliliśmy już ponad 1500 terapeutów w ciągu dwóch lat.

Nasz trener Przemek jest genialnym wykładowcą, ma ogromną wiedzę i jest przede wszystkim praktykiem.

Szkolenie prowadzone jest w trybie stacjonarnym, dwudniowym lub można również skorzystać ze szkolenia online.

Szkolenie online jest genialnie nagrane i również można uzyskać certyfikat po jego ukończeniu.

A jak ?

Co to jest Masaż KOBIDO

Wystarczy, że nagraasz masaż, który wykonujesz na modelce i wyślesz je do nas. Może to być mailowo, we transferem lub możesz nagrać na nośnik i przesłać do nas pocztą.

Nasz szkoleniowiec sprawdza każdy masaż, jeżeli wszystko jest wykonane bezbłędnie wystawiamy certyfikat.

Jeżeli coś jest do poprawy piszemy o tym w mailu i trzeba niestety poprawić błędnie wykonane etapy i raz jeszcze przesłać nam nagrany już poprawnie masaż.

Kurs online robiliśmy z myślą o osobach, które mają problem, aby np. z południa polski przyjechać do nas na północ, nie mają możliwości zamknięcia gabinetu, otrzymania urlopu lub nie mają z kim zostawić dzieci. A poniżej przedstawiamy efekty Masażu KOBIDO.

Efekty masažu



Efekty masażu

Najważniejszym efektem zabiegu KOBIDO jest spektakularny lifting twarzy, szyi i dekoltu.

A co dokładnie likwiduje masaż KOBIDO ?

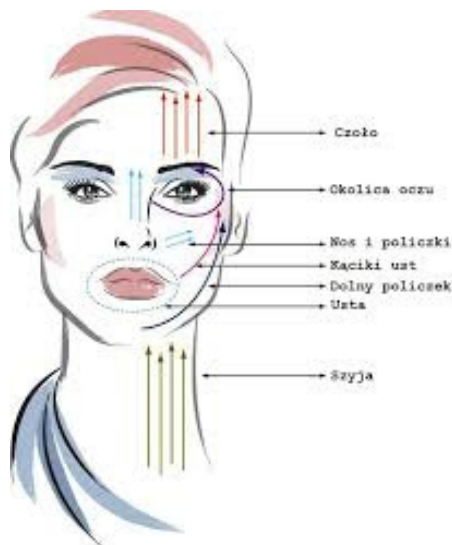
- Likwiduje zmarszczki poziome czoła,
- usuwa zmarszczki mimiczne wokół oczu,
- niweluje opadające policzki,
- spłyca zmarszczki oraz bruzd nosowo-wargowe;
- zmniejsza opuchliznę; niweluje worki pod oczami;
- usuwa zmarszczki palacza,
- likwiduje zmarszczki dekolту,
- likwiduje zmarszczki szyi,
- likwiduje łwią zmarszczkę,
- łagodzi ból głowy,
- likwidacja stresu i napięcia.



Efekty masażu

A co nam poprawia ?

- poprawa konturu twarzy,
- podniesienie policzków,
- podniesienie opadającej powieki,
- poprawa owalu twarzy,
- podniesienie opadających kącików ust,
- poprawa ukrwienia twarzy,
- pobudzenie mięśni do pracy,
- pobudza produkcji kolagenu,
- znaczna poprawa wyglądu twarzy.



Efekty masażu

Warto podkreślić, że zabieg KOBIDO nie tylko niweluje zmarszczki ale również sprawia, że cera wygląda na zdrowszą, bardziej wypoczętą i jest w o wiele lepszej kondycji.

KOBIDO – jak dbać o skórę po zabiegu?

Po masażu Kobido nie ma specjalnych restrykcji. W dniu masażu do końca dnia nie nakładamy makijażu.

Jeżeli ktoś ma skórę wrażliwą i naczyniową i ma ją troszkę po zabiegu podrażnioną to zapewne osoba wykonująca masaż położy po zabiegu maskę wyciszającą.



Efekty masażu

KOBIDO – jak długo utrzymują się efekty?

Chociaż różnica jest widoczna już po pierwszym masażu, najlepsze efekty osiągniemy po odbyciu serii 10-12 zabiegów dwa razy w tygodniu.

Być może zapytasz, a po co tak często. Już tłumaczę. Zawsze Kobido porównuję do siłowni, ponieważ i tu i tu działamy na mięśniach.

Na siłowni na mięśniach ciała, a na Kobido na mięśniach twarzy. I tak jak jesteśmy w stanie wypracować sobie każdą partię ciała na siłowni, tak samo jesteśmy w stanie wypracować każdą partię twarzy na masażu Kobido; aby takie efekty uzyskać na siłowni to konieczne jest chodzenie minimum dwa razy po godzinie. Takie maksymalne minimum, a jeżeli na siłownię pójdziesz raz w miesiącu to efektów nie będzie.

Podobnie podczas masażu KOBIDO.

Dlatego bardzo ważne jest, aby trzymać się tego terminarza i uświadomić klientki o konieczności częstych wizyt dając np. przykład z siłownią.

Przeciwwskazania do KOBIDO

KOBIDO – jakie są przeciwwskazania?

- Ostrożnie działamy przy cerze naczynkowej,
- Bezwzględny przeciwwskazaniem jest nadciśnienie tętnicze,
- gorączka,
- stany zapalne skóry (alergiczne, wirusowe, bakteryjne, grzybicze)
- przerwanie ciągłości skóry
- zabiegi medycyny estetycznej (kwas hialuronowy odczekać trzeba ok.2-3 miesiące, botox 2 tygodnie, nici liftingujące 6 miesięcy, mezoterapia 10 dni), ekstrakcja zęba 2 tygodnie, implant zęba 2 miesiące.



Gdzie i w jakiej cenie można wykonać masaż KOBIDO

KOBIDO w domu?

Na szczęście wszystkich osób wykonujących masaż KOBIDO nasze klientki nie mają możliwości wykonać sobie tego masażu samemu w domu.

Tutaj potrzebna jest bardzo dobra znajomość anatomii twarzy oraz znajomość technik i chwytów w masażu.

Osoba nie związana z zawodem masażyści czy kosmologa nie jest w stanie tego powtórzyć.

Powiem Wam jako ciekawostkę, że nawet masażyści i kosmologowie mają bardzo często problem z przyswojeniem technik już podczas szkolenia wstępnego. Gdyż jest ich dużo i są one bardzo złożone.

Cena masażu KOBIDO

Masaż Kobido – ile kosztuje?

Ceny masażu KOBIDO zaczynają się w granicach 160 do 500 zł . I jest to chyba jedyny zabieg, który ma taką rozbieżność cenową . Z czego ta rozbieżność wynika? Zużycie materiałów jest tutaj minimalne, więc nie możemy tutaj mówić , że ono może podnosić cenę zabiegu.

Cena zależy tylko i wyłącznie od właściciela gabinetu. Od tego gdzie ma gabinet, jakie ma koszty, jaką ma półkę cenową klientów.

Należy też zwrócić uwagę czy jest w okolicy konkurencja. Jeżeli jej nie ma cena zawsze może być wyższa. Jeżeli natomiast inne gabinety mają taki masaż w swojej ofercie warto zainteresować się i ceną i jakością usługi w tamtym salonie.



Co wyróżnia masaż KOBIDO

Tak samo jak szukaliśmy wyróżników w masażu kamieniami i BB GLOW tak samo musicie je znaleźć w Masażu KOBIDO. Na pewno trzeba na ten zabieg spojrzeć szerzej i niekonwencjonalnie.

Przypomnijcie sobie jak podeszliśmy do tego przy Masażu Gorącymi Kamieniami. Jakie wtedy wypisaliśmy wyróżniki.

80% masażystów skupiłaby się głównie na relaksie, a my poszliśmy o wiele, wiele dalej.

Tak samo robimy i przy tym zabiegu.

Najpierw zróbcie to sami, a potem zobaczycie jak ja do tego podeszłam.

Zrób kawę, usiądź wygodnie i wypunktuj co dla Ciebie jest najważniejsze w tym zabiegu :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie domowe nr 1

Teraz napiszę co my uznaliśmy za najbardziej ciekawe, na czym oprzemy całą kampanię.

Jak przeczytaliście zabieg daje nam dużo dobrego i działa na różne przypadłości. A więc do masażu KOBIDO można podejść wieloetapowo, w zależności od tego jaką macie grupę klientów docelowych.

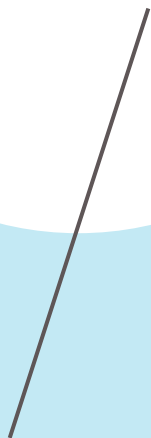
Zabieg ten możemy skierować do:

- 1.Do osób, którzy promują naturalność,
- 2.do osób, które promują godne starzenie i są przeciwnikami medycyny estetycznej,
- 3.Do osób, które chcą świetnie wyglądać, ale boją się inwazyjnych zabiegów i igły.
- 4.Kobiety z widocznymi zmarszczkami 34-44
- 5.Bizneswoman.
- 6.Osoby które chcą wyglądać młodziej, ale nie mogą sobie pozwolić finansowo na zabiegi z zakresu medycyny estetycznej.

13



R O Z D Z I A Ł



13



Temat

216

G R U P A D O C E L O W A

219

T W O J A C Z Ę Ś Ć
P R A C Y

Grupa docelowa

Ja wybrałam poniższą grupę docelową, na której oprę całą kampanię.

GRUPA DOCELOWA - Osoby które chcą super wyglądać ale boją się igły i nie chcą inwazyjnych zabiegów.

Jest to bardzo ważna grupa i jest ona coraz większa . Światowy trend idzie ku rzeczom naturalnym, aktywności fizycznej, zdrowemu jedzeniu.

Dużo się o tym mówi jak botoks i kwas hialuronowy jest szkodliwy dla kobiet. Dużo się mówi i pokazuje nie udane zabiegi z użyciem kwasu i botoksu.

I to zabiegi wykonywane przez lekarzy. Dużo kobiet to widzi i boi się takich inwazyjnych metod.

Ale mimo wszystko chcą zachować młodość.

I szukają alternatywy dla medycyny estetycznej.

Grupa docelowa

Także wybór grupy docelowej zależy od Was.
Ja dałam propozycję paru grup, ale myślę, że jeszcze
dwie można by wydedukować.

To może spróbujecie?

Kolejne Wasze zadanie domowe.

Pomyślcie do jakiej jeszcze grupy docelowej można
skierować promocję tego zabiegu

I dlaczego akurat na taką się zdecydowałaś/eś.

Zadanie domowe nr 2

Teraz kolejna bardzo ważna rzecz, którą już opisywaliśmy przy masażu gorącymi kamieniami.

A mianowicie dokładne opisanie zabiegu klientowi, ponieważ bardzo dużo zabiegów nie sprzedaje się z powodu niewiedzy klientów.

Ja opisałam Wam dokładnie zabieg powyżej. Teraz Twoja praca odpowiedz na poniższe pytania.

Pytania te są takim małym sprawdzianem Twojej wiedzy na temat zabiegu (możesz zerkać parę stron wyżej :))

Ale również będzie to ściągą dla Twoich pracowników.

Czyli najważniejsze rzeczy jakie musi wiedzieć pracownik, aby przedstawić zabieg klientowi i aby to przedstawienie rozwiąło wszelkie wątpliwości klienta.

Możesz wrócić sobie do część pierwszej z Masażem Gorącymi Kamieniami na stronę 20, aby przypomnieć sobie co powinniśmy zawrzeć w danym punkcie.

**Teraz Twoja część
pracy :)**

Wypisz dokładnie odpowiedzi na poniższe pytania.

Co klient powinien wiedzieć na temat zabiegu Masażu KoBIDO, a dokładnie na temat jego przebiegu? Napisz jak to wygląda w Twoim gabinecie.

This image shows a full page of white paper with horizontal blue dotted lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a guide for handwriting practice. There are no margins, text, or other markings on the page.

Zadanie domowe nr 2

Teraz Twoja część pracy :)

Jak zmieni się jego życie, jeżeli wykupi serię zabiegów KOBIDO.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie domowe nr 3

**Teraz Twoja część
pracy :)**

This image shows a full page of white paper with horizontal blue dashed lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a guide for handwriting practice. There are no margins, text, or other markings on the page.

Zadanie domowe nr 4

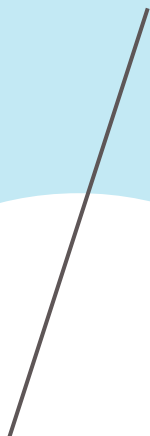
**Teraz Twoja część
pracy :)**

Jaka jest częstotliwość przychodzenia na ten zabieg, tak, aby efekty były spektakularne? Ustal z klientem wirtualny grafik wizyt w Twoim salonie.

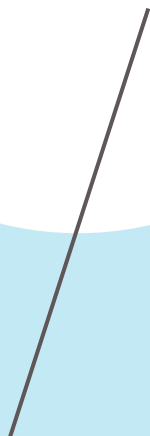
[illegible]

Zadanie domowe nr 5

14



R O Z D Z I A Ł



14



Temat

225

K A M P A N I A

Kampania

Pierwszym krokiem, aby rozpocząć kampanię jest ustalenie jej daty. Kampanię będziemy prowadzić przez dwa tygodnie tak jak dwie poprzednie.

W środku kampanii zaplanujcie sobie wywiad z kosmetologiem, webinar, na którym pokażemy jak przebiega zabieg.

Jeżeli Ty go wykonujesz to live z Tobą :)

Poniżej udostępniamy grafiki kalendarzy, gdzie możecie sobie wydrukować kartkę i zaznaczyć wszystkie ważne daty .

Start Kampanii ustalamy na 6-19 czerwca

Ale w kalendarzu trzeba zaznaczyć kampanię szybciej ,aby mieć czas na przygotowanie grafik oraz treści do postów i newsletterów. Może to być tydzień lub dwa tygodnie szybciej.

Kolejno na kalendarzach postępuj tak jak w poprzednich kampaniach.

Czerwiec 2022

MONTHLY PLANNER

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
30	31	01	02	03	04	05
06	07	08	09	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	01	02	03

NOTES

KAMPANIA KOBIDO

DATA ROZPOCZĘCIA :

DATA ZAKOŃCZENIA :

NO	CO DO ZROBIENIA	DATA PUBLIKACJI	CZY ZROBIONE
1	_____	_____	_____
2	_____	_____	_____
3	_____	_____	_____
4	_____	_____	_____
5	_____	_____	_____
6	_____	_____	_____
7	_____	_____	_____
8	_____	_____	_____
9	_____	_____	_____
10	_____	_____	_____
11	_____	_____	_____
12	_____	_____	_____
13	_____	_____	_____
14	_____	_____	_____
15	_____	_____	_____
16	_____	_____	_____
17	_____	_____	_____
18	_____	_____	_____
19	_____	_____	_____
20	_____	_____	_____
21	_____	_____	_____
22	_____	_____	_____
23	_____	_____	_____
24	_____	_____	_____
25	_____	_____	_____

MÓJ PLAN NA DZISIAJ

DATE:

S M T W T F S

RZECZY ZWIĄZANE Z KAMPAANIĄ

TOP 3 PRIORYTETY

06:00

07:00

08:00

09:00

10:00

11:00

12:00

13:00

14:00

15:00

16:00

17:00

18:00

19:00

20:00

21:00

22:00

23:00

KONIECZNIE MUSZE TO
ZROBIĆ.

IŁOŚĆ WYPITYCH
SZKLANEK WODY



NOTES:

Kampania KOBIDO

Date : _____

Podwykonawcy

Co ma zrobić?

Rzeczy do wykonania

Rzeczy do omówienia

Moje notatki

Kampania KOB IDO

Date : _____

Plan publikacji

Facebook

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Instagram

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Kampania KOB IDO

Date : _____

Plan publikacji

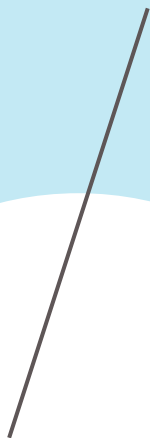
Media.....

_____	_____
_____	_____
_____	_____

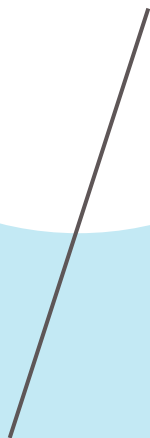
Media

_____	_____
_____	_____
_____	_____

15



R O Z D Z I A Ł



15



Temat

234

K A M P A N I A
O N L I N E -
W P R O W A D Z E N I E

241

S T A R T K A M P A N I I
O N L I N E

Mamy już wybraną grupę docelową, wiemy wszystko na temat zabiegu, mamy wszystkie materiały potrzebne do wykonania zabiegu możemy zacząć kampanię.

Podstawą każdej kampanii będzie artykuł o danym zabiegu. Jeżeli masz blog to wstawiasz artykuł na bloga. Jeżeli nie masz bloga, ale masz stronę internetową zawsze możesz zrobić tam zakładkę "wszystko na temat zabiegu" i tam wstawić artykuł o Masażu Kobido.

Być może zadasz pytanie, a czemu nie na Facebooka albo na Instagrama.?

Całego artykułu nie ma sensu tam wstawiać bo będzie on za długi i nikt go nie będzie czytał.

Na Facebooku sprawdzają się krótkie treści, a na Instagramie piękne zdjęcia.

Oczywiście będziesz informować swoich klientów w Mediach Społecznościowym o tym artykule, ale będzie to parę wpisów podzielonych na główne informacje o zabiegu. O tym w dalszej części kampanii.

Na razie skupmy się na artykule.

ARTYKUŁ - MASAŻ KOBIDO JAKO ALTERNATYWA DLA MEDYCYNY ESTETYCZNEJ.

Kobido w języku Japońskim oznacza "Dom pachnącego piękna". A ja w dzisiejszym poście przedstawię Ci rewelacyjne efekty chińskiej techniki masażu twarzy i karku, które możesz uzyskać dzięki temu zabiegowi.

Masaż Kobido jest to inaczej "niechirurgiczny lifting twarzy". Jest idealną alternatywą dla osób, które boją się igieł albo nie mogą bądź nie chcą poddawać się zabiegowi z medycyny estetycznej. Jego celem przede wszystkim jest usunięcie wszelkich napięć skóry.

Powstanie tego masażu owiana jest tajemnicą. Mówi się, że masaż ten był jednym z najpilniej strzeżonych sekretów kosmetycznych, a jego zabiegi odbywały się tylko na japońskim dworze cesarskim.

Podobno technika ta osiągnięta została w wyniku walki dwóch mistrzów masażu anma. Mistrzowie walczyli ze sobą, chcąc dowieść tego, który z nich jest lepszy. Konkurencja przeciągała się, a żaden nie chciał ustąpić. Po tym jak walka pozostała nierozstrzygnięta, mężczyźni zjednoczyli swoje siły i umiejętności, a wynikiem tego, było stworzenie techniki masażu twarzy, znanej jako Kobido.

ARTYKUŁ - MASAŻ KOBIDO JAKO ALTERNATYWA DLA MEDYCYNY ESTETYCZNEJ.

Na początku masaż był zarezerwowany tylko dla rodzin cesarskich. Zwykły obywatel nie miał możliwości skorzystać z jego dobrodziejstw.

Dopiero jak cywilizacja zaczęła napływać do Azji, Kobido rozprzestrzeniło się na całą azję, Europę i na cały Świat. Pomimo tego, że jest na całym świecie, nie ma dużo gabinetów gdzie Koido jest wykonywane profesjonalnie. Wynika to z tego iż jest to bardzo ciężki masaż i nie każdy terapeuta jest się w stanie tego masażu nauczyć.

Wskazania do masażu:

- Wiotka skóra której potrzebne jest ujędrnienie, odżywienie i efekt liftingu;
- Zlikwidowanie napięć mięśniowych w obrębie głowy;
- Eliminacja stresu;
- Opadający owal twarzy,
- Opadająca powieka zmarszczki stres

ARTYKUŁ - MASAŻ KOBIDO JAKO ALTERNATYWA DLA MEDYCYNY ESTETYCZNEJ.

Przeciwwskazania do masażu:

- Ostrożnie działamy przy cerze naczynkowej
- Nieleczone nadciśnienie tętnicze
- Gorączka
- Stany zapalne skóry (alergiczne, wirusowe, bakteryjne, grzybicze) przerwanie ciągłości skóry
- Zabiegi medycyny estetycznej (kwas hialuronowy ok.2-3 miesiące, botox 2 tygodnie, nici liftingujące 6 miesięcy, mezoterapia 10 dni) ekstrakcja zęba 2 tygodnie, implant zęba 2

Gdy już uświadomiłam Cię o tym co jest najważniejsze możemy przejść dalej. Teraz przedstawię Ci na czym ten masaż polega i co możesz dzięki niemu zyskać. Masaż Kobido to głęboki masaż wykonywany na powierzchni skóry. Wykonywane ruchy powolne mają za zadanie zrelaksować i odprężyć masowaną osobę, natomiast szybkie, zdecydowane i głębokie mają pobudzić skórę oraz produkcję składników niezbędnych do uzyskania efektu liftingu. Po masażu czujemy się odprężeni, uwalniamy ze skóry toksyny, pobudzamy pracę nerwów, skóry i mięśni. Efektem jest więc naturalny lifting. Odpowiadam więc na pytanie co usuwa a co poprawia?

ARTYKUŁ - MASAŻ KOBIDO JAKO ALTERNATYWA DLA MEDYCYNY ESTETYCZNEJ.

CO USUWA? CO POPRAWIA?

- Likwiduje zmarszczki poziome czoła,
- usuwa zmarszczki mimiczne wokół oczu,
- niweluje opadające policzki,
- spłyca zmarszczki oraz bruzdy nosowowargowe,
- zmniejsza opuchliznę,
- niweluje worki pod oczami,
- usuwa zmarszczki palacza,
- likwiduje zmarszczki dekolту,
- likwiduje zmarszczki szyi,
- likwiduje łwią zmarszczkę,
- łagodzi bóle głowy,
- likwiduje stres i napięcie
- poprawa konturu twarzy,
- podnosi policzki,
- podnosi opadającą powiekę,
- poprawia owal twarzy
- podnosi opadające kąciکی ust,
- poprawia ukrwienie twarzy,
- pobudza mięśnie do pracy,
- pobudza produkcję kolagenu,
- znacznie poprawia wygląd twarzy.

ARTYKUŁ - MASAŻ KOBIDO JAKO ALTERNATYWA DLA MEDYCYNY ESTETYCZNEJ.

Aby uzyskać taki efekt o którym piszę, musisz pamiętać, że trzeba być systematycznym. To tak, jak ze wszystkim – chcemy być piękne ale jednak ciężko nam utrzymać regularność.

Uzyskanie takiego efektu o którym piszę, uzyskasz jeśli odbędziesz pełną kurację czyli 12 sesji masażu, najlepiej 2 razy w tygodniu.

Najlepiej wykonywać masaż popołudniu bądź wieczorem ale wiesz co jeszcze jest super w tym masażu?

Możesz go wykonywać o każdej porze roku!
Chciałabyś/chciałbyś przyjść na taki masaż?

W naszym SPA oferujemy pełen profesjonalizm, nasi masażyści są wykwalifikowani więc nie musisz się martwić bo będziesz w dobrych rękach.

Zapraszam Cię do nas – pozwól sobie na chwilę relaksu i zadбай o swoją skórę.

ANKIETA

1. Czy zainteresował Cię artykuł na temat zabiegu KOIDO? *(tak, nie)*

2. Czy taki zabieg zmieniłby coś w Twoim życiu? *(pewnie, kompletna bzdura)*

3. Czy chciałabyś wyglądać młodziej, ale nie musisz korzystać z medycyny estetycznej? *(tak, nie)*

4. Czy aby osiągnąć spektakularny efekt byłabyś w stanie zrobić serię zabiegową przychodząc na zabieg dwa razy w tygodniu? *(tak, nie)*

5. Czy nurtuje Cię może jakieś pytanie, na które ja jako specjalista w dziedzinie zabiegu mogłabym Ci odpowiedzieć?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Kampania start

Teraz już jedziemy ostro z kampanią. Na pierwszy rzut wstawcie artykuł na bloga, a następnie poinformujcie na wszystkich swoich mediach, że ten artykuł jest. Zaplanujcie newsletter właśnie z wysyłką tego artykułu do wszystkich Waszych klientów.

Na końcu artykułu wstawcie link do ankiety.

Poproście swoich klientów o wypełnienie tej krótkiej ankiety.

Oczywiście w zamian musicie coś dać. Może to być np. dodatkowy zabieg przy kolejnej wizycie, masaż twarzy, masaż stóp lub inna usługa, która kosztuje Cię tylko Twoją pracę.

Ankietę ustawiacie logując się do Waszego profilu google przez gmaila. Jeżeli jeszcze nie macie gmaila to go porostu załóżcie. Jeżeli nie wiecie jak to zrobić napiszcie do mnie wyślę instrukcję :)

kontakt@akademiaspa.eu

Wstawcie post informujący na Facebook i Instagram.

Teraz Twoja część pracy :)

Jeżeli jesteście nowym salonem i nie macie jeszcze dużej listy klientów, utwórzcie post na Facebooka i na Instagram z przekierowaniem na bloga i do ankiety.

A to jest moja propozycja na post.

6 czerwca/ Grafika nr 1

Kochani napisałam/em ostatnio artykuł na temat Zabiegu KOBIDO. Opisałam/em tam dokładnie co to jest za zabieg , dlaczego jest tak bardzo popularny i dlaczego mówi się, że jest alternatywą dla medycyny estetycznej.

Jestem bardzo ciekawa/y Waszego zdania na temat tego artykułu.

Dlatego też zwracam się z prośbą o przeczytanie go i wypełnienie krótkiej ankiety.

Wyświadczyście mi tym bardzo dużą przysługę, a ja odwdzięczę się prezentem:)

Chcesz wiedzieć jaki to prezent? Kliknij w poniższy link i przejdź do artykułu.

tutaj wstawiasz link

Zadanie domowe nr 7

Teraz Twoja część pracy :)

Jeżeli nie macie bloga, zawsze możecie stworzyć Landing Pages.

Jeżeli nie wiesz co to jest napisz, wytłumaczę i przekieruję do osoby, która stworzy taką stronę specjalnie dla Ciebie.

A teraz zadanie dla Ciebie. Jeżeli niekoniecznie podoba Ci się moja propozycja na post napisz swoją.

Zadanie domowe nr 8

A teraz propozycja grafiki .

Wstawiam tutaj do każdego postu grafikę. Grafiki te są robione w programie Canva, jeżeli chcecie z nich skorzystać, a pracujecie w Canva to wyślijcie do mnie meila a ja je udostępnię.

Będziesz mogła/mógł wstawić swoje logo, zrobić swoje kolory i gotowe. Pamiętajmy o jednym. Wszystkie następne grafiki dotyczące Masażu KIOBIDO będą musiały być spójne, w tej samej nucie graficznej i kolorystycznej.

Nie zapominajcie również o tym, że klient potrzebuje 5 styków, aby dokonać decyzji zakupowej. Jeżeli grafiki będzie kojarzył z Twoją firmą jest większe prawdopodobieństwo, że do 5 styków dojdzie szybciej, gdyż większość społeczeństwa jest wzrokowcami :)

Dlatego nic nie stoi na przeszkodzie, aby grafiki wykorzystać dwa razy te same.

Jeżeli jednak chcecie, aby każdy post miał inną grafikę pamiętajcie, aby jednak ich mianownik był wspólny.

Całość musi być spójna i elegancka.

GRAFIKA NR 1



Bardzo ważne jest również ustalenie promocji na daną usługę tak, aby w tych dwóch tygodniach sprzedaż była największa, gdyż klientów zachęca Twoja promocja. Jak powinna wyglądać usługa promocyjna?

1. Możecie dać lepszą cenę.

Cena lepsza to nie niższa o 10 zł, ale różnica musi być znaczna, czyli minimum 35%. Ja nie jestem zwolenniczką obniżania cen, ale decyzja należy do Ciebie.

2. Dodatkowo usługa gratis.

No właśnie spytacie jak nie cena niższa to co może być jeszcze bardziej atrakcyjnego?

Może to być dodatkowy zabieg za 0 zł.

Np. do tego zabiegu możesz dołożyć oczyszczanie twarzy przed zabiegiem peelingiem kawitacyjnym, zabieg na dłonie lub masaż głowy i karku.

Zabieg gratisowy wybierz taki, gdzie zużycie materiałów jest znikome, a liczy się przede wszystkim praca terapeuty.

Taki dodatkowy zabieg ustalamy na 20 minut.

I teraz Twoje zadanie. Ustal promocję dla swojego gabinetu na pierwsze dwa tygodnie sprzedaży zabiegu.

.....
.....

Zadanie domowe nr 11

Post na Facebooku kierujący do artykułu na blogu.

Artykuł macie dostępny w pierwszych rozdziałach tego e-booka, więc automatycznie możecie go wstawić na swojego bloga. W poście na Facebooku i na Instagramie nie zapomnijcie o hasztagach, zwiększy to wasze zasięgi.

Propozycja hasztagów do tego zabiegu

#kobido #masażtwarzy #liftingujęcymasażtwarzy
#alternatywadlamedycynyestetycznej #alternatywadlaotoksu
#alternatywadlakwasuhialuronowego #mniejmarszczek
#10latmniej #młodszywygląd #niechirurgicznyliftingtwarzy

Jeżeli nie macie problemu z wystąpieniami publicznymi, zaproście w poście swoich klientów na webinar, na którym pokażecie jak przebiega taki masaż. Nie musi to być godzinny webinar tak jak np. nasze. Możecie zrobić krótką relację 20 minutową, gdzie również odpowiecie na nurtujące Twoich klientów pytania.

Jeżeli jednak występy na żywo to jest dla Ciebie dramat, nagraj wcześniej taki masaż w skrócie, nawet bez słów tylko z muzyką i zrób na Facebooku zapowiedź, kiedy dokładnie przedstawiś film z przebiegu masażu.

7 maja /GRAFIKA nr 2

KOBIDO - MASAŻ ZAMIAST BOTOKSU

Masaż Kobido jest idealnym zabiegiem dla osób, które boją się igieł albo nie chcą lub nie mogą podjąć się chirurgicznemu liftingu twarzy.

Jeżeli należysz do tej grupy to mamy idealne rozwiązanie! Masaż Kobido to manualny, bardzo intensywny zabieg, dzięki któremu Twoja skóra staje się mocniejsza.

Wiesz jakie ma zalety?

**Usuwa zmarszczki poziome czoła,*

**Likwiduje łwią zmarszczkę,*

**Likwiduje zmarszczki szyi,*

**Poprawia owal twarzy,*

**Pobudza mięśnie do pracy,*

**Poprawia elastyczność Twojej skóry,*

A to tylko kilka zalet !

Zapraszamy Cię na naszego bloga, poznaj masaż i umów się do nas w cenie

tutaj dodaj link do swojej strony

***Nie zapomnij dopisać hasztagów,
które wymieniłam wyżej***

7 maja /GRAFIKA nr 2



8 czerwca / Grafika nr 3

Skąd wywodzi się Masaż Kobido? - Poznaj historię tego cudownego masażu!

Kobido oznacza "Dom pachnącego piękna".

A ja w dzisiejszym poście przedstawię Ci rewelacyjne efekty masażu twarzy i karku, które możesz uzyskać dzięki temu zabiegowi.

Powstanie tego masażu owiana jest tajemnicą.

Mówi się, że masaż ten był jednym z najpilniej strzeżonych sekretów kosmetycznych, a jego zabiegi odbywały się tylko na japońskim dworze cesarskim.

Podobno technika ta osiągnięta została w wyniku walki dwóch mistrzów masażu anma. Mistrzowie walczyli ze sobą, chcąc dowieść tego, który z nich jest lepszy. Konkurencja przeciągała się, a żaden nie chciał ustąpić. Po tym jak walka pozostała nierozstrzygnięta, mężczyźni zjednoczyli swoje siły i umiejętności, a wynikiem tego, było stworzenie techniki masażu twarzy, znanej jako Kobido.

Umów się do nas poprzez aplikację booksy.pl lub telefonicznie



Powyższe posty wstawiamy :

Post na Facebooku - teraz już bez przekierowania na bloga. A z informacją na temat webinaru. Na webinar możecie zrobić zapisy tak, aby pozyskać adresy mailowe Twoich nowych potencjalnych klientów. Pamiętajcie jak pisałam wcześniej, że bazę adresów musicie mieć koniecznie?

Nie możecie opierać się jedynie na Facebooku lub Instagramie i spać spokojnie bo masz tam np. dużo followersów. Jeżeli z jakichkolwiek przyczyn Ci followersi znikną, zostajecie z zerem. Natomiast adresy w innym programie zawsze będą Wasze.

Post na Instagramie - treść ta sama co na FB zmieńcie jedynie grafikę na ładne zdjęcie. Możecie wykorzystać jedno z tych wstawionych wyżej. Możecie również spróbować dać tą samą grafikę co na Facebooku i zobaczyć jak będą na nią reagować Twoi followersi.

Newsletter - wysyłamy newsletter do Twoich klientów. My to robimy na dwa sposoby: z programu Meiller Lite oraz z Versuma.

Post na FB dodajecie do relacji natomiast wpis z Instagrama dodajecie do stories. Jeżeli nie boicie się kamery opowiedzcie na stories i relacji o tym, że zachęcacie do przeczytania nowego wpisu i zapisania się na webinar na którym pokażecie krok po kroku jak wygląda taki masaż i będziecie odpowiadał/a na pytania klientów.

9 czerwca / Grafika nr 4

Poznaj wskazania i przeciwwskazania do masażu

Wskazania do masażu:

- *Wiotka skóra której potrzebne jest ujędrnienie, odżywienie i efekt liftingu;*
- *Zlikwidowanie napięć mięśniowych w obrębie głowy;*
- *Eliminacja stresu;*
- *Opadający owal twarzy,*
- *Opadająca powieka zmarszczki stres*

Przeciwwskazania do masażu:

- *Ostrożnie działamy przy cerze naczynkowej*
- *Nieleczone nadciśnienie tętnicze*
- *Gorączka*
- *Stany zapalne skóry (alergiczne, wirusowe, bakteryjne, grzybicze) przerwanie ciągłości skóry*
- *Zabiegi medycyny estetycznej (kwas hialuronowy ok.2-3 miesiące, botox 2 tygodnie, nici liftingujące 6 miesięcy, mezoterapia 10 dni) ekstrakcja zęba 2 tygodnie, implant zęba 2*



10 czerwca/ Grafika nr 5

Masaż Kobido - jak działa?

Masaż Kobido to głęboki masaż wykonywany na powierzchni skóry. Wykonywane ruchy powolne mają za zadanie zrelaksować i odprężyć masowaną osobę, natomiast szybkie, zdecydowane i głębokie mają pobudzić skórę oraz produkcję składników niezbędnych do uzyskania efektu liftingu.

Po masażu czujemy się odprężeni, uwalniamy ze skóry toksyny, pobudzamy pracę nerwów, skóry i mięśni.

Efektem jest więc naturalny lifting.

Odpowiadam więc na pytanie co usuwa a co poprawia?

CO USUWA? CO POPRAWIA?

- likwiduje zmarszczki poziome czoła,
- usuwa zmarszczki mimiczne wokół oczu,
- niweluje opadające policzki,
- spłyca zmarszczki oraz bruzdy nosowo-wargowe,
- zmniejsza opuchliznę,
- niweluje worki pod oczami,
- usuwa zmarszczki palacza,
- likwiduje zmarszczki dekoltu,
- likwiduje zmarszczki szyi,
- likwiduje lwią zmarszczkę,
- łagodzi bóle głowy,
- likwiduje stres i napięcie
- poprawa konturu twarzy,
- podnosi policzki,
- podnosi opadającą powiekę,
- poprawia owal twarzy
- podnosi opadające kąciki ust,
- poprawia ukrwienie twarzy,
- pobudza mięśnie do pracy,
- pobudza produkcję kolagenu,
- znacznie poprawia wygląd twarzy.



13 czerwca / Grafika nr 5

Jak często trzeba chodzić na zabieg, aby uzyskać rewelacyjny efekt ?

Aby uzyskać taki efekt, o którym piszę, musisz pamiętać, że trzeba być systematycznym. To tak, jak ze wszystkim – chcemy być piękne ale jednak ciężko nam utrzymać regularność.

Uzyskanie takiego efektu, o którym piszę, uzyskasz jeśli odbędziesz pełną kurację czyli 12 sesji masażu, najlepiej 2 razy w tygodniu.

Najlepiej wykonywać masaż popołudniu bądź wieczorem ale wiesz co jeszcze jest super w tym masażu?

Możesz go wykonywać o każdej porze roku!



Masaż KOBIDO - Jak klaruje się cena zabiegu?

My zapraszamy na masaż w cenie 220 zł.

I mamy dla Klientów którzy umówią się na masaż do 19 czerwca otrzymają od nas do dodatkowo maskę na twarz gratis.!!!

Odmłodzenie twarzy - lifting bez skalpela

Lifting skóry i odmłodzenie bez bólu z długotrwałym efektem w mniej niż 14 dni. Bez igieł, wstrzykiwania substancji pod skórę i z widocznym efektem od razu po 1 zabiegu.

Umów się na najbardziej cieszący się masaż roku - KOBIDO !

Pamiętamy o hasztagach



Masaż KOBIDO - Czy działa?

Wiele osób nie ma przekonania do zabiegów na twarz z zakresu medycyny estetycznej. Wiąże się to ze strachem przed ukłuciem igłą, bólem lub przeciwwskazaniami do zabiegów medycznych jak np. alergia na preparaty. Dla takich osób masaż twarzy Kobido może stanowić świetną alternatywę.

Masaż Kobido wykonany nawet jednorazowo odmładza twarz poprzez rozluźnienie mięśni, co wpływa na spłycenie zmarszczek, a wykonywany regularnie ma działanie profilaktyczne w terapii starzenia. Można uzyskać efekt wyrównania niektórych części twarzy, co przyczynia się do pozytywnych zmian w jej rysach, dzięki czemu twarz staje się bardziej odprężona i wypoczęta. Dodatkowo, można uzyskać efekt poprawy owalu i kolorytu, ujędrnienia oraz oczyszczenia skóry, czego przy zabiegach estetycznych typu wypełniacze lub Botox nie uzyskamy.



18 PAŹDZIERNIKA/ Grafika nr 8

Czym różni się Masaż Kobido od innych masaży twarzy?

Przede wszystkim różnorodnością technik. oraz głębokością działania. Wpływa zarówno na głębokie warstwy skóry jak i na mięśnie mimiczne. Zwykły masaż twarzy to w większości subtelne głaskanie, natomiast ten masaż oprócz ruchów głaskających bazuje na: szybkich technikach oklepywań, wibracji, głębokim głaskaniu i ugniataniu. Stosuje się dużo głębsze uciski miejsc, które w masażu tradycyjnym traktowane są delikatnie.

Wszystkie te techniki łącznie z ruchami przepychającymi limfę zastosowane już w jednej sesji masażu, sprawiają, że jest on dużo skuteczniejszy od innych masaży.



Kochani to już ostatni dzień naszej wspaniałej promocji na Masaż Kobido. Jeżeli jeszcze jakimś cudem nie umówiliście się na zabieg to teraz jest na to szansa:)

Podajemy wolne terminy w najbliższych dniach.

.....

.....

A jeżeli po raz pierwszy jesteś na naszej stronie i nigdy wcześniej nie słyszałeś/aś o tym zabiegu to wejdź na naszego bloga i przeczytaj wszystko o MASAŻU KOIDO

Zakochasz się w nim zapewniam.

Tutaj podajesz link do bloga na którym znajduje się artykuł....

I hashtagi.....



”

**MASAŻ KOBIDO
JAKO ALTERNATYWA
DLA MEDYCYN
ESTETYCZNEJ**

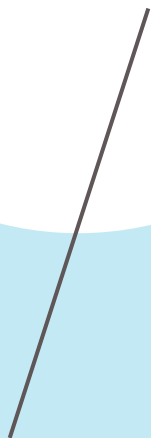
**POZNAJ EFEKTY
ZABIEGU**



17



R O Z D Z I A Ł



17



Temat

262

K A M P A N I A
O F F - L I N E

START KAMPANII OFF-LINE

Jak już się domyślacie teraz opisze Kampanię OFF-LINE
A kampania ta obejmuje te same rzeczy co poprzednim razem.

- 1.Ulotki dla klientów.
- 2.Plakat w najbardziej widocznym miejscu.
- 3.Informacja ustna dla klientów w gabinecie.
- 4.Smsy do klienta.

Dokładnie po co ta kampania opisałam przy sprzedaży zabiegu BB GLOW i MASAŻU KAMIENIAMI, więc teraz nie będę się powtarzała.

Pamiętaj tylko, że zarówno Kampanię ONLINE jak i KAMPANIĘ OFF-LINE rozpoczynamy w tym samym czasie, tak aby klient wszędzie widział Twoją nowość w salonie, w internecie czy to w momencie, kiedy jest u Ciebie w spa.



ULOTKI DLA KLIENTÓW

Dokładnie opisana ulotka jest w dwóch poprzednich częściach. Jeżeli nie pamiętacie możecie do tego wrócić. Przypomnę tylko co musi się znaleźć na takiej ulotce, aby zainteresowała, ale nie zawierała rzeczy niepotrzebnych ?

- nazwa zabiegu,
- cena zabiegu,
- czas trwania,
- historia - najważniejsze rzeczy,
- informacja o Kobido,
- opinia trzech klientów
- kto nie może korzystać z tego zabiegu

Na takiej ulotce możesz również link do zapisów na zabieg online na portal BOOKSY, jeżeli taki posiadasz.

Każdy klient po zabiegu powinien otrzymać taką ulotkę. Dobrze, gdyby była wydrukowana na sztywnym papierze, wygląda to wtedy bardzo elegancko i nie przypomina zwykłych ulotek, których pełno wszędzie. A dzięki temu, że jest wydrukowana na sztywnym papierze, nie pogniecie się kiedy klient schowa ją do torebki, a tym samym jest większe prawdopodobieństwo, że od razu po przyjściu do domu jej nie wyrzuci, kiedy wyciągnie ją w idealnym stanie, a nie całą pomiętą. Jeżeli chcemy podnieść prestiż takiej ulotki, włóżmy ją w ładną kopertę.

A poniżej nasz przykład pierwszej strony ulotki. Zauważ, że ulotka nie musi być formatu A5. Format wybierasz taki, który tobie pasuje.



INFORMACJA USTNA.

Tutaj dużą rolę będą mieli twoi pracownicy zarówno terapeuci jak i recepcja. To oni będą informować klienta o kampanii na zabieg KOBIDO.

Jest tylko jedna ważna zasada.

Oni o tym zabiegu muszą wiedzieć wszystko.

Przepytaj ich lub zrób mały sprawdzian.

Nie wychodź z założenia, że masażysta musi wszystko wiedzieć na temat danego masażu.

Niestety często jest tak, że nawet podstawy leżą, czyli np. anatomia twarzy i ciała.

Smutne, ale prawdziwe.

Twoi pracownicy muszą tak nauczyć się mówić o tym zabiegu, aby w ich ustach było to coś bardzo interesującego.

Poćwiczcie sobie takie opowiadanie o masażu.

Niech jeden terapeuta próbuje zachęcić drugiego terapeutę do zakupu tego zabiegu.

Osoba która słuchała niech da komentarz zwrotny.

Co ja zainteresowało, co było niepotrzebne, a czego zabrakło.

Jak to mówią trening czyni Mistrza w każdej dziedzinie.

To samo tyczy się osoby pracującej na recepcji.

Ona już podczas rozmowy telefonicznej może powiedzieć, że teraz macie miesiąc promujący masaż KOBIDO i że bardzo chętnie opowie coś więcej na ten, jakże interesujący temat.

PLAKAT W WIDOCZNYM MIEJSCU

Jak myślicie, które miejsce w gabinecie kosmetycznym jest najbardziej widoczne?

Są takie dwa miejsca:

- drzwi wejściowe do salonu
- toaleta - na przeciwko WC lub jeżeli masz szatnię w spa to wieszasz go na przeciwko ławki na której przebierają się klienci.

Oczywiście zdaję sobie sprawę, że większość osób wywiesza taki plakat w recepcji i nie ma nic w tym złego. Jednak jeżeli będzie on wisiał na ścianie to stanie się niewidoczny. W recepcji jest dużo rozpraszaczy i innych rzeczy, które zwracają uwagę, kosmetyki, kawa, inni klienci. Jeżeli chcesz umieścić go w recepcji, kup sztalugę i na niej postaw plakat w antyramie. Klient będzie go miał na wysokości wzroku.



SMSY do klienta

SMS-y to kolejna ważna rzecz, której nie możesz pominąć. Pamiętaj, że są klienci, którzy przychodzą do Ciebie raz w miesiącu. I może akurat nie przyjdą w trakcie trwania kampanii. Koniecznie musisz ich poinformować.

A najlepiej zrobić to smsem, bo wiadomo, że sms każdy odczytuje.

Poniżej przedstawiam Ci harmonogram wysyłki smsów z tematem. Harmonogram ten dotyczy oczywiście czasu trwania kampanii.

Przed rozpoczęciem kampanii, wszyscy pracownicy powinni poinformować swoich klientów, że taką kampanię zaczynacie, czego będzie dotyczyła i jakie profity klient otrzyma zapisując się na masaż Kobido w trakcie trwania kampanii. Najlepiej, jeżeli zrobią to telefonicznie, nie smsem. Pamiętajmy, że zaraz będziemy wysyłać co drugi dzień sms-y do klientów, dlatego pierwszy kontakt i informacja na ten temat powinna być telefoniczna.

6.06 - Informacja, że na blogu jest niesamowicie ciekawy artykuł. Wklejamy linka z przekierowaniem na bloga.

(klient musi za jednym kliknięciem w link przenieść się bezpośrednio do artykułu. Nie karz mu szukać, bo większość osób nie będzie tego robiła. Poinformuj także o dodatkowym zabiegu gratisowym, który otrzymuje klient przy zakupie masażu KOBIDO

7.06- Informacja na temat webinaru z linkiem do zapisów na niego

SMSY do klienta cd....

9.06 - Pytanie czy jesteś już zapisany na Masaż KOBIDO.

Jeżeli nie - podajemy link do zapisów online.

Dajecie link z przekierowaniem do programu BOOKSY, gdzie są zapisy online. Jeżeli ich nie posiadasz to podaj numer telefonu pod którym można takiego zapisu dokonać. Przypomnienie o gratisowym zabiegu przy zakupie zabiegu Masażu Kobido

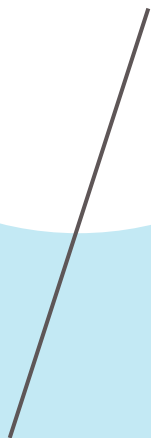
10.06 Informacja o tym, że odbył się webinar. Wstaw link do jego retransmisji dla osób które jeszcze go nie widziały.

11. 06 - poinformuj klientów o ostatnich wolnych terminach na masaż KOBIDO z gratisowym zabiegiem .

17



R O Z D Z I A Ł



17

Temat

270

P O D S U M O W A N I E
K A M P A N I I

273

P O D S U M O W A N I E
K A M P A N I I -
Z A D A N I A

276

Z A K O Ń C Z E N I E

Podsumowanie kampanii

No, a teraz ulubione podsumowanie kampanii :)

A dlaczego ulubione ?

Bo mało kto to tak naprawdę lubi i mało kto to robi ?

A to duży błąd.

Jeżeli nie zrobicie podsumowania kampanii, wtedy nie będziecie wiedzieć czy Wasza praca przyniosła oczekiwane rezultaty.

Musicie wiedzieć co przyniosło największą sprzedaż, a co jednak w Waszym gabinecie nie zadziało.

Jeżeli nie zadziało to z jakiego powodu.

Czy to Ty nawaliłaś/eś czy może Twoi pracownicy?

Wnioski musicie wyciągnąć po to, aby w przyszłych kampaniach nie popełniać tych samych błędów i aby Wasze kampanie były jeszcze lepsze i przynosiły jeszcze większą sprzedaż .

No dobrze to teraz być może zapytacie to co musimy zrobić, aby mieć takie podsumowanie ?

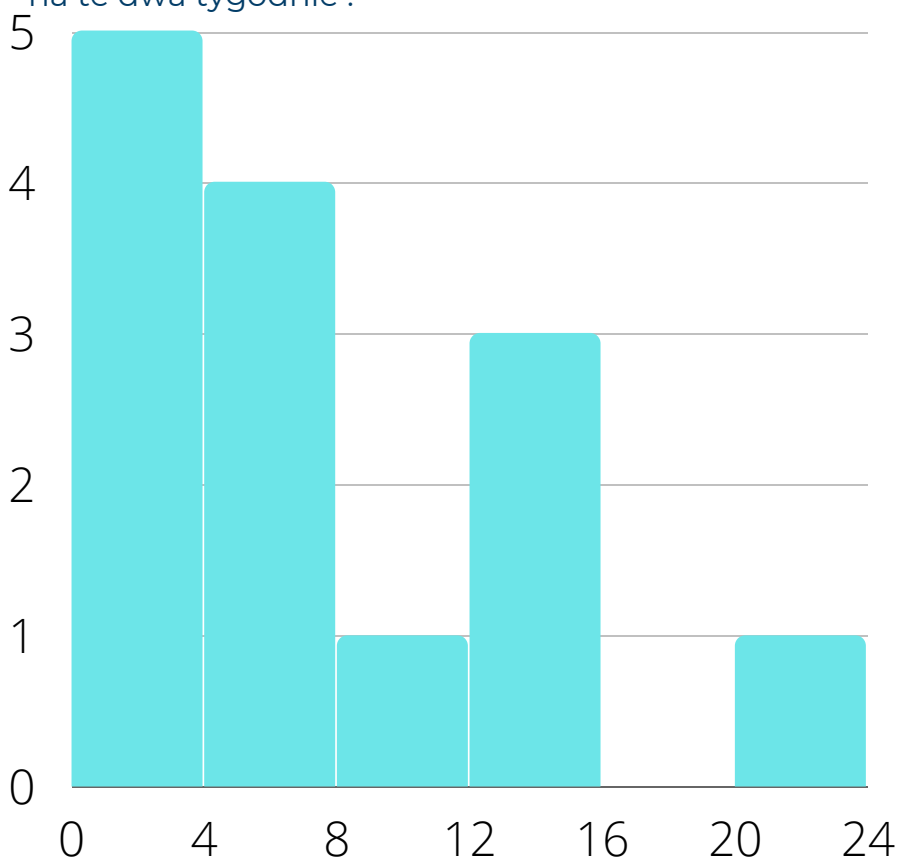
Weź zeszyt, komputer, zrób dobrą kawę i odpowiedz na poniższe pytania :)

Podsumowanie kampanii

Kampanię ustaliliśmy na 2 dwa tygodnie.

Spiszcie proszę jaka była sprzedaż usługi każdego dnia

Zróbcie sobie wykres tak, abyś spojrział/a z lotu ptaka na te dwa tygodnie .

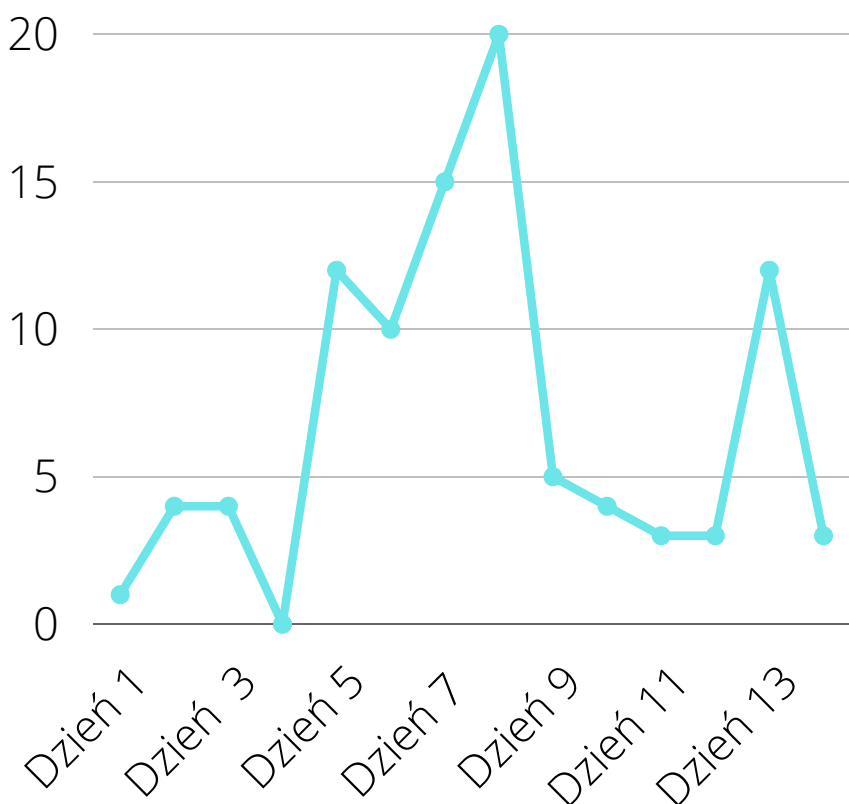


Podsumowanie kampanii

Kampanię ustaliliśmy na 2 dwa tygodnie.

Spisz proszę jaka była sprzedaż usługi każdego dnia

Zrób sobie wykres tak, abyś spojrzała z lotu ptaka na te dwa tygodnie .



Podsumowanie kampanii - zadania

Zobaczcie w którym dniu mieliście największą sprzedaż i co w tym dniu i w dniu poprzedzającym robiliście.

Jakie to były działania?

Czy to może był newsletter?

Czy może nowy post, i temat tam poruszony?

Czy może smsy twoich pracowników?

Poniżej napiszcie w który dzień miałaś/eś największą sprzedaż i jakie działania wtedy były podjęte.

Pod uwagę weźcie trzy największe liczby.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie domowe nr 12

Podsumowanie kampanii - zadania

To samo zrób z trzema najmniejszymi sprzedażami.
Wypisz, które to były dni i co wtedy robiliście.
Lub czego nie zrobiliście.

Być może w dniu kiedy była najmniejsza sprzedaż i dzień wcześniej miały być wysłane smsy do klientów. Jeżeli pomimo smsów nie było sprzedaży sprawdź czy te smsy rzeczywiście były wysłane. Gwarantuję, że nie były.

Lub sprawdź czy treść smsa była poprawna.

Czy był tam link przekierowujący do zakupu masażu lub do programu gdzie klient może zapisać się na zabieg.

Jeżeli linku nie było masz odpowiedź. Klient nie będzie sam szukał gdzie może się zapisać.

Poniżej wypisz te dni i co wtedy robiliście.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie domowe nr 13

Podsumowanie kampanii - zadania

Teraz wyciągnijcie wnioski, co jest do poprawy, co nie zadziałało, a co sprawdziło się najlepiej w Twoim gabinecie.

Napiszcie swoje wnioski końcowe.

To ważne, abyście wnioski napisali na kartce lub w komputerze, a nie tylko pomyśleli o nich .

Jeżeli spytasz jaka to różnica to już spieszę z odpowiedzią.

Różnica jest taka jak w momencie, kiedy myślisz o seksie i kiedy go uprawiasz :)

Przyznasz rację, że różnica jest :)

Tak samo w innych rzeczach. Kiedy piszemy nasz mózg lepiej działa i więcej rzeczy analizuje i zapamiętuje. Przy samym myśleniu takie rzeczy się nie dzieją.

To teraz czas na Twoje wnioski końcowe.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zadanie domowe nr 14

Zakończenie

Teraz to już koniec :)

Pomyślisz być może nareszcie koniec tej harówki !!!!! :)
Niestety życie przedsiębiorcy nie jest usłane różami i nie jest proste.

Aby osiągnąć sukces potrzebna jest mądra praca.

Na pierwszy raz może wydać Ci się może taka kampania pracochłonna i zbyteczna.

Ale jak zrobisz takich kampanii trzy czy cztery, dużo rzeczy wejdzie Ci w krew i będziesz je już robiła mechanicznie. A efekty będą spektakularne.

Nie bój się działać. Nawet jeżeli uważasz, że to głupie najpierw spróbuj, a potem krytykuj.

Samo się nic nie robi.

Nie wystarczy jeden post i szyld na witrynie salonu.

Klienci są naprawdę codziennie zarzucani milionem reklam.

Twoje działania muszą przebić ten milion :)

Zakończenie cd...

Jeżeli uważasz, że to dla Ciebie za dużo, że nie masz głowy do takich rzeczy bo nie masz czasu.

Tak też może być jeżeli większość czasu spędzasz z klientem w gabinecie.

Jeżeli tak jest to my wychodzimy naprzeciw Twoim oczekiwaniom i taką Kampanię możemy rozpiąć specjalnie dla Ciebie pod Twój zabieg.

Możemy również rozpiąć i przeprowadzić :)

A Ty w tym czasie będziesz mogła zająć się tymi działaniami które przynoszą Ci największą stawkę godzinową.

Zapraszamy do kontaktu.

Magdalena Kamińska

tel 609 220 730

kontakt@akademiaspa.eu

