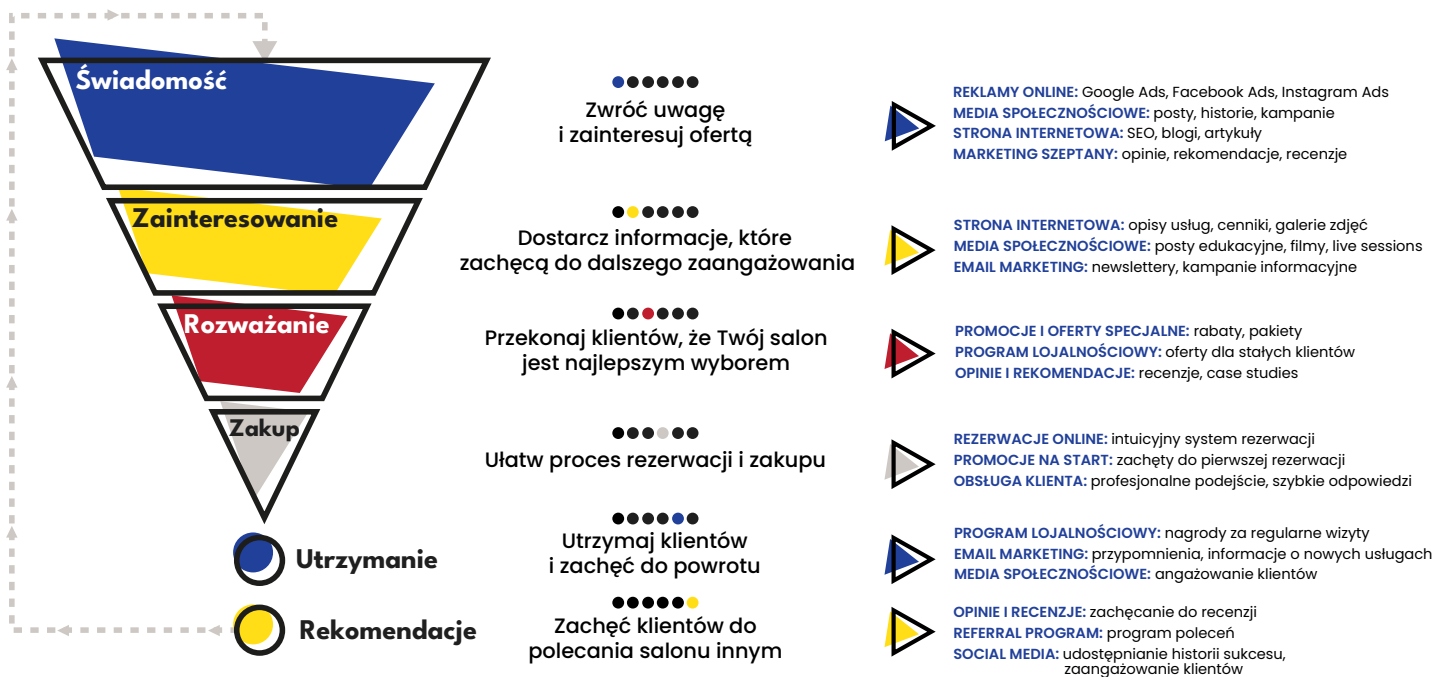


Przykładowy lejek marketingowy dla firmy z branży beauty



Lejek marketingowy (ang. marketing funnel) to koncepcja, która opisuje proces przekształcania potencjalnych klientów w rzeczywistych klientów poprzez różne etapy zaangażowania.

Dla salonu kosmetycznego lejek marketingowy można podzielić na kilka etapów:

Świadomość (Awareness)

Na tym etapie potencjalni klienci dowiadują się o istnieniu Twojego salonu kosmetycznego. Celem jest zwrócenie uwagi na Twoją markę i zainteresowanie ofertą.

Działania:

Reklamy Online:

Google Ads
Facebook Ads
Instagram Ads

Media Społecznościowe:

regularne posty
historie
kampanie reklamowe

Strona Internetowa:

SEO
blogi
artykuły
optymalizacja strony

Marketing Szeptany:

opinie klientów
rekomendacje
recenzje online

Zainteresowanie (Interest)

Potencjalni klienci, którzy dowiedzieli się o Twoim salonie, zaczynają interesować się Twoimi usługami i ofertą. Na tym etapie należy dostarczyć im więcej informacji, które zachęcą ich do dalszego zaangażowania.

Działania:

Strona Internetowa:

szczegółowe opisy usług
cenniki
galerie zdjęć

Media Społecznościowe:

posty edukacyjne
filmy z zabiegów
live sessions

Email Marketing:

newslettery
kampanie informacyjne



Rozważanie (Consideration)

Potencjalni klienci rozważają skorzystanie z Twoich usług i porównują Twoją ofertę z konkurencją. Celem jest przekonanie ich, że Twój salon jest najlepszym wyborem.

Działania:

Promocje i Oferty Specjalne:

rabaty na pierwszą wizytę
pakiety usług

Program Lojalnościowy:

zachęcanie do regularnych wizyt
oferty dla stałych klientów

Opinie i Rekomendacje:

publikowanie pozytywnych recenzji
case studies



Zakup (Conversion)

Na tym etapie potencjalni klienci decydują się na skorzystanie z usług Twojego salonu. Kluczowe jest, aby proces rezerwacji i zakupu był jak najprostszy i najbardziej przyjazny użytkownikowi.

Działania:

Strona Internetowa:

szczegółowe opisy usług
cenniki
galerie zdjęć

Rezerwacje Online:

intuicyjny system rezerwacji

Promocje na Start:

zachęty do dokonania pierwszej rezerwacji

Obsługa Klienta:

profesjonalne i przyjazne podejście
szybkie odpowiedzi na zapytania



Utrzymanie (Retention)

Twoje działania po dokonaniu pierwszego zakupu, których celem jest utrzymanie klientów i zachęcenie ich do powrotu.

Działania:

Program Lojalnościowy:

nagrody za regularne wizyty
zniżki dla stałych klientów

Email Marketing:

przypomnienia o wizytach
informacje o nowych usługach i promocjach

Media Społecznościowe:

utrzymywanie kontaktu
angażowanie klientów



Rekomendacje (Advocacy)

To etap, na którym zadowoleni klienci stają się ambasadorami Twojej marki i polecają Twój salon innym.

Działania:

Opinie i Recenzje:

zachęcanie do zostawiania recenzji na platformach takich jak Google, Facebook

Referral Program:

program poleceń, gdzie klienci mogą otrzymywać zniżki za polecenie nowych klientów

Social Media:

udostępnianie historii sukcesu i metamorfoz
zaangażowanie klientów w tworzenie treści

Lejek marketingowy dla salonu kosmetycznego to proces, który wymaga Twojego zainteresowania na każdym etapie. Na początku ważne jest budowanie świadomości, wzbudzanie zainteresowania, przekonywanie do zakupu, utrzymanie klientów oraz zachęcanie ich do polecania salonu innym. Twoje zaplanowane działania na każdym z tych etapów przyczynią się do Twojego sukcesu i rozwoju Twojego salonu kosmetycznego.

Masz pytania?

Skontaktuj się z nami.

Potrzebujesz pomocy w stworzeniu własnego lejka marketingowego? Tym bardziej **Odezwij się nas!** Wspólnie opracujemy lejek marketingowy dopasowany do Twoich potrzeb, przygotujemy niezbędne materiały i skonfigurujemy narzędzia. W centrum naszego zainteresowania jest Twoja firma i jej klienci!

kontakt@wowefekt.pl
www.wowefekt.pl

