

ПРАКТИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО

ПРОДАЖИ БЬЮТИ-УСЛУГ И ТОВАРОВ: КАК БЫСТРО УВЕЛИЧИТЬ ПРИБЫЛЬ

СОДЕРЖАНИЕ:

| | |
|---|-----------|
| I. ВЕДЕНИЕ | 3 |
| В чём актуальность продаж сегодня..... | 3 |
| II. АНАЛИЗ РЫНКА | 3 |
| Зачем нужен анализ бьюти-рынка?..... | 3 |
| Как сделать пошагово анализ рынка..... | 4 |
| КАКИЕ ЧЕТЫРЕ АНАЛИЗА ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ | 6 |
| 1. Анализ конкурентов..... | 6 |
| 2. Анализ ассортимента и ценообразования..... | 8 |
| 3. Анализ клиентской базы..... | 9 |
| 4. Анализ организации продаж..... | 12 |
| III. РАЗВИТИЕ УНИКАЛЬНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ | 16 |
| 1. Как определить свои конкурентные преимущества..... | 16 |
| 2. Создание уникального бренда и стиля..... | 17 |
| 3. Разработка услуг и товаров, соответствующих аудитории..... | 18 |
| IV. ПЛАН ПРОДАЖ | 19 |
| Как сделать план по продажам..... | 19 |
| V. ЧТО И КАК ПРОДАВАТЬ | 22 |
| 1. Что можно и нужно продавать?..... | 22 |
| 2. Какую косметику продавать..... | 23 |
| 3. Где продавать в салоне красоты?..... | 23 |
| 4. Какими должны быть витрины..... | 24 |
| 5. Как оформить продающую витрину..... | 24 |
| 6. Кто должен продавать?..... | 26 |
| 7. Когда продавать?..... | 26 |
| 8. Как продавать разным психотипам..... | 27 |
| 9. Каков алгоритм продаж..... | 29 |
| 10. Основные возражения и ответы на них: | 38 |
| «Это дорого»..... | 38 |
| «Я подумаю»..... | 39 |
| «Нет денег!»..... | 40 |
| «У конкурента дешевле»..... | 40 |
| «Спасибо, я пока просто посмотрю»..... | 41 |
| Говорит сразу «Нет!»..... | 41 |
| «Мне это не нужно»..... | 41 |
| «Если дадите скидку 30% +, то куплю»..... | 42 |
| «Я пользуюсь косметикой другой фирмы»..... | 42 |
| ОСОБЕННОСТИ ПРОДАЖИ ПРЕПАРАТОВ | 43 |
| VI. ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ И МЕТОДЫ ПРОДАЖ | 45 |
| 1. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ | 45 |
| Как использовать социальные сети для продажи..... | 45 |
| Как делать продающие посты..... | 48 |

| | |
|--|-----------|
| Какую структуру поста выбрать?..... | 50 |
| ТЕМЫ ПРОДАЮЩИХ ПОСТОВ..... | 54 |
| Видеоконтент в соцсетях..... | 56 |
| Продающие сторис..... | 59 |
| Продающие рилсы..... | 62 |
| 2. ГРУППЫ В СОЦСЕТЯХ..... | 66 |
| 3. САЙТ САЛОНА КРАСОТЫ..... | 67 |
| 4. РЕКЛАМА..... | 68 |
| Реклама в соцсетях – SMM..... | 68 |
| Таргетированная реклама в соцсетях..... | 68 |
| Контекстная реклама..... | 69 |
| Реклама у блогеров и инфлюенсеров..... | 69 |
| Видеореклама на «YOUTUBE»..... | 69 |
| 5. ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ..... | 72 |
| Какие основные параметры оценки качества..... | 72 |
| Как повысить качество услуг..... | 73 |
| 6. ПОКАЗ СВОЕЙ УНИКАЛЬНОСТИ..... | 74 |
| 7. РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ КЛИЕНТА..... | 75 |
| 8. ПОКАЗАТЬ ЭКСПЕРТНОСТЬ..... | 76 |
| 9. ИСПОЛЬЗОВАТЬ ОТЗЫВЫ..... | 77 |
| 10. РАСШИРИТЬ АССОРТИМЕНТ..... | 78 |
| 11. УЛУЧШИТЬ СЕРВИС..... | 79 |
| 12. СНИЗИТЬ СЕБЕСТОИМОСТЬ УСЛУГ..... | 82 |
| 13. САРАФАННОЕ РАДИО..... | 82 |
| 14. ПРОФЕССИОНАЛИЗМ ПЕРСОНАЛА..... | 84 |
| 15. МОТИВАЦИЯ..... | 85 |
| 16. УВЕЛИЧЕНИЕ СТОИМОСТИ..... | 85 |
| 17. НАБОР ПРАВИЛЬНОГО АССОРТИМЕНТА УСЛУГ И ПРЕПАРАТОВ..... | 87 |
| 18. СТАТЬ НЕ ПРОДАВЦАМИ, А ЭКСПЕРТАМИ..... | 89 |
| 19. ВВЕСТИ СТИМУЛЯЦИЮ ПРОДАЖ..... | 89 |
| 20. СДЕЛАТЬ ПРОДАЮЩИЙ ПРАЙС-ЛИСТ..... | 90 |
| 21. УВЕЛИЧИТЬ СРЕДНИЙ ЧЕК..... | 92 |
| Зачем подсчитывать средний чек..... | 92 |
| Какова стратегия увеличения среднего чека..... | 92 |
| 18 СПОСОБОВ ПОВЫШЕНИЯ СРЕДНЕГО ЧЕКА..... | 93 |
| ПОШАГОВАЯ ИНСТРУКЦИЯ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ СРЕДНЕГО ЧЕКА..... | 100 |
| ДРУГИЕ СПОСОБЫ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ..... | 102 |