

СОДЕРЖАНИЕ:

ОТ АВТОРОВ

ГЛАВА 1

АНАЛИЗ БЬЮТИ-РЫНКА

Зачем нужен анализ рынка.

Каковы цели маркетингового анализа.

Какие методы исследования рынка.

Что нужно учесть при анализе.

Каковы основные этапы анализа рынка.

КАКИЕ ВИДЫ АНАЛИЗА ОСОБО АКТУАЛЬНЫ ПРИ ПРОДАЖАХ СЕГОДНЯ.

PEST-анализ салона красоты.

Какие цели проведения PEST-анализа.

Какие факторы PEST-анализа рассматривать?

СТЕР-анализ слона красоты.

ГЛАВА 2

АНАЛИЗ ПРОДАЖ

ЗАЧЕМ НУЖЕН АНАЛИЗ ПРОДАЖ.

КАКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ НУЖНЫ ДЛЯ АНАЛИЗА.

КАКИМИ МЕТОДАМИ АНАЛИЗИРОВАТЬ ПРОДАЖИ.

АЛГОРИТМ АНАЛИЗА ПРОДАЖ.

1. Посчитать выручку.
2. Проанализировать внутренние показатели.
3. Оценить работу руководителя отдела продаж.
4. Оценить выполнение плана продаж.
5. Оценить эффективность коммуникации.
6. Проанализировать воронку продаж.
7. Проанализировать рабочие инструменты.
8. Проанализировать клиентов.
9. Проанализировать ассортимент услуг и товаров.
10. Проанализировать ценовую политику.
11. Проанализировать стратегию продаж.

ГЛАВА 3

ПЛАН ПРОДАЖ

Как сделать план по продажам дорогого.

ГЛАВА 4

ДОРОГО – ЭТО...

За что платят дорого.

Зачем нужно продавать свои услуги дорого.

В чём минусы.

Почему не продают дорого.

ГЛАВА 5

КАК СФОРМИРОВАТЬ ЦЕНУ НА УСЛУГУ

Какие факторы определяют цену.

Какие приёмы для обоснования цены.

Как увеличить ценность для продажи «дорого».

20 ЭФФЕКТИВНЫХ СПОСОБОВ УВЕЛИЧИТЬ ЦЕННОСТЬ.

КАК ПОВЫШЕНИЕМ ЦЕНЫ ДО УРОВНЯ «ДОРОГО» НЕ ПОТЕРЯТЬ КЛИЕНТОВ.

Начинаем с анализа.

Отрабатываем стратегию, как не потерять клиентов.
КАК НАПИСАТЬ ПОСТ О ПОВЫШЕНИИ ЦЕН ДО «ДОРОГО».
КАК НАПИСАТЬ ПОСТ ПРО «ДОРОГО».

ГЛАВА 6.

75 СПОСОБОВ ПРОДАВАТЬ ДОРОГО.

1. Ценить себя и свою работу.
2. Повышение качества услуг.
3. Показать свою уникальность.
4. Решить проблему клиента.
5. Показать экспертность.
6. Использовать отзывы.
7. Донести ценности.
8. Не делать скидки.
9. Позиционировать дорого.
10. Задействовать стратегию бренда.
11. Составить портфолио.
12. Предложить дополнительные услуги.
13. Не предлагать цену без создания ценности.
14. Отработать возражение «Дорого».
15. Разработать скрипты продаж.
16. Продемонстрировать услугу в деле.
17. Понять, что у клиента в приоритете.
18. Сделать ставку на правильную аудиторию.
19. Использовать опыт лидеров по продажам дорого.
20. Расширить ассортимент.
21. Улучшить сервис.
22. Использовать метод «Усечение функций».
23. Создать репутацию в глазах клиента.
24. Продавать в трёх ценовых диапазонах.
25. Поставить рядом «золотую» услугу.
26. Использовать секреты конкурентов.
27. Увеличить стоимость услуги на сумму скидки.
28. Использовать «Квадрат приятия решений».
29. Выступать публично.
30. Использовать метод спуска по ценовой лестнице.
31. Продавать не товар, а эмоции.
32. Ввести VIP-сервис.
33. Разработать программу из нескольких услуг.
34. Индивидуализировать услугу для конкретного клиента.
35. Задействовать сарафанное радио.
36. Рассказать о «звёздных» клиентах.
37. Улучшать свой имидж.
38. Уделить внимание благотворительности.
39. Дать услуге или товару красивое название.
40. Сделать акцент – «Не покупка, а инвестиция».
41. Использовать кейсы.
42. Использовать сторителлинг.
43. Презентовать с помощью маркетинг-кита.
44. Продавать результат.
45. Научиться самой и обучить персонал продажам дорого.
46. Сделать продающий прайс-лист.
47. Задействовать мерчандайзинг.
48. Продавать тем, кто уже покупал у вас.
49. Увеличить количество точек контакта.
50. Учитывать психотипы клиентов.
51. Повысить маржинальность продаж.

52. Снизить себестоимость услуг.
53. Оказывать услуги с выездом на дом.
54. Правильно установить цену, продающую дорого.
55. Правильно назвать цену, продающую дорого.
56. Задействовать триггеры для продаж дорого.
57. Обеспечить безопасность, вызвать доверие.
58. Продавать с гарантией и сертификатами.
59. Позиционирование в качестве эксперта.
60. Инвестиции в рекламу и PR.
61. Развивать бренд.
62. Демонстрировать профессионализм.
63. Инвестировать в технологии и инновации.
64. Развивать партнёрские отношения.
65. Использовать «вау-эффект» и опыт «звезды».
66. Проявлять высокую активность в соцсетях.
67. Использовать сотрудничество с влиятельными лицами.
68. Предоставлять консультации и возможность тестировать.
69. Организовывать мероприятия и мастер-классы.
70. Сотрудничать с известными брендами.
71. Инвестировать в маркетинг.
72. Инвестировать в удобство и комфорт.
73. Использовать высококачественные продукты и оборудование.
74. Создать уникальные пакеты и VIP-предложения.
75. Использовать ценность времени.

ГЛАВА 7

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНИКИ ПРОДАЖ ДОРОГО

ЧТО ТАКОЕ ТЕХНИКА ПРОДАЖ.

25 ТЕХНИК ПРОДАЖ, РАБОТАЮЩИХ СЕГОДНЯ.

ГЛАВА 8

КАК ПРОДАВАТЬ ДОРОГИЕ УСЛУГИ И ТОВАР

Нацелиться на «дорого».

Какие способы убеждения.

Эффективные решения для продажи дорогих услуг и товаров.

Как продавать дорогие услуги.

Полезные советы по продаже дорогих услуг и товара.

Какие ошибки.

ГЛАВА 9

КАКОВЫ ЭТАПЫ ПРОДАЖ

Сколько должно быть этапов продаж.

11 ЭТАПОВ ПРОДАЖ.

7 НОВЫХ ЭТАПОВ ПРОДАЖ.

ГЛАВА 10

КАК ПРОДАВАТЬ СЕБЯ ДОРОГО

Почему нужно продавать себя дорого.

Какие требования для продажи себя дорого.

Причины, мешающие продавать себя дорого.

ЧТО ДЕЛАТЬ ДЛЯ ПРОДАЖИ СЕБЯ ДОРОГО..

Полезные советы: как продавать себя дорого.

ГЛАВА 11

КАНАЛЫ ПРОДАЖ: КАКИЕ САМЫЕ ЭФФЕКТИВНЫЕ

Какие виды каналов продаж.

Активные каналы продаж.

Пассивные продажи.

Каковы рекламные каналы продаж.

ОФЛАЙН-РЕКЛАМА САЛОНА КРАСОТЫ.

1. Наружная реклама.
2. Раздаточный материал.
3. Реклама в СМИ.
4. Звонки.
5. Рассылка СМС и мессенджеры.
6. Партизанский маркетинг.
7. Нетворкинг.
8. Внутренняя реклама салона.

ОНЛАЙН-РЕКЛАМА САЛОНА КРАСОТЫ

1. Реклама в соцсетях – SMM.
2. Таргетированная реклам в соцсетях.
3. Контекстная реклама.
4. Реклама у блогеров и инфлюенсоров.
5. Контент-маркетинг.
6. Сайт салона красоты.
7. SEO-продвижение сайта.
8. Группы в соцсетях.
9. Видеореклама на YOUTUBE.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДРУГОЙ РЕКЛАМЫ В БЬЮТИ-БИЗНЕСЕ.

Как определить эффективность рекламы.

Какие эффективные каналы задействовать?

КАК НАПИСАТЬ РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ ДЛЯ САЛОНА КРАСОТЫ?

Какие пункты должны быть в рекламном тексте.

КАК ПРОДАВАТЬ ДОРОГО С ПОМОЩЬЮ СОЦСЕТИ

Каков алгоритм продаж в соцсети.

СТАРНИЦА В СОЦСЕТИ: ИСКУССТВО ПРОДАВАТЬ ДОРОГО.

Какова роль страницы.

КАК НАПИСАТЬ ПРОДАЮЩИЙ ПОСТ.

1. Классическая формула.
2. Формула семи шагов Боба Стоуна.
3. Формула девяти пунктов Фрэнка Эгнера.
4. Формула Уильяма Стейнхардта.
5. Формула PAS
6. Формула ВПРП
7. Формула СВП
8. Формула ИОП
9. Формула ЦП
10. Формула ВПР
11. Формула ОРП

ПОСТЫ, ПРОДАЮЩИЕ ДОРОГО

ВОЗМОЖНЫЕ ТЕМЫ ПОСТОВ

СТОРИС И РИЛСЫ ДЛЯ ПРОДАЖ ДОРОГО

P.S. КОМУ ЭТО НАДО ПРЯМО СЕЙЧАС