

FLOW^{ww}



UNIVERSIDADE DA
BELEZA & ESTÉTICA



E-book

Guía para atraer a clientes en
fechas especiales

¿QUIÉNES SOMOS?

FLOW^{www} - Somos un sistema online de gestión y marketing para clínicas y centros de estética. Nuestra misión es ayudar a los negocios a gestionar sus tareas operacionales, captar y fidelizar clientes y conquistar sus objetivos empresariales más audaces.

UB - La Universidade da Beleza & Estética tiene como objetivo ayudar a profesionales, autónomos y propietarios de clínicas o centros de estética a aumentar su rentabilidad y hacer crecer sus negocios.

¿POR QUÉ LEER ESTE EBOOK?

Este ebook es una ayuda para todos los profesionales del sector estético que quieran aumentar sus ventas sin necesidad de hacer grandes inversiones en marketing.

Realizar promociones y ofertas en fechas especiales es una forma de llamar la atención y atraer a clientes nuevos.

En nuestro día a día estamos influenciados por este tipo de acciones, sobre todo por las grandes empresas. Entonces, ¿por qué no hacerlo en tu centro de estética?

Esta guía te dará una visión general sobre cómo organizar y realizar campañas de promociones en fechas especiales.

QUÉ ESPERAR DE CAMPAÑAS PROMOCIONALES EN DÍAS SEÑALADOS

El Día de la Madre, Navidad, San Valentín... son fechas ideales para aprovechar en un centro de estética. Durante estos días podemos atraer a multitud de clientes ofreciendo servicios especiales de belleza y bienestar. Se trata de una oportunidad para:

- Captar nuevos clientes
- Retomar el contacto con clientes que hace tiempo que no visitan el centro.
- Premiar a los clientes más fieles.
- Y, por supuesto, completar la agenda del día, aumentar las ventas y satisfacer a tus clientes.

Podemos intentar atraer la atención de nuevos clientes de diferentes maneras. ¿Cómo? A continuación hablaremos de ello.

#1

LISTADO DE DÍAS ESPECIALES

Es preferible empezar el listado de fechas especiales a final o a principios de año. Un modelo a seguir puede ser:

- 1- En noviembre establecer cuáles serán los objetivos y el plan a seguir durante el próximo año ([ver artículo](#) acciones de marketing online para tu centro de estética).
- 2- Revisar la planificación cada tres meses aproximadamente.

Si tu clínica o centro de estética no cuenta con ningún plan estratégico, no esperes más, puedes comenzar ahora mismo.

Para empezar a planificar tus promociones y ofertas en días especiales, puedes crear un documento Word, Excel o en papel con las fechas elegidas y ordenadas de formas ascendente.



Principales fechas

01 Enero - Año Nuevo

14 Febrero - San Valentín

08 Marzo - Día Internacional de la Mujer

19 Marzo - Día del Padre

01 Mayo - Día del Trabajador

30 Julio - Día Internacional de la Amistad

31 Octubre - Halloween

25 Diciembre - Navidad

Puedes ir añadiendo todas las fechas que quieras y realizar todo tipo de promociones siempre pensando en tu público objetivo, en el perfil del cliente e incluso en la ciudad.

**¡Importante!**

No te olvides de los cumpleaños de tus clientes, es quizá una de las fechas más importante para ellos. Tener una promoción especial para este día es esencial en todo centro de estética, por ejemplo, ofreciéndoles un 50% de descuento en un masaje.

Para felicitarlos puedes enviar mensajes push (gracias a nuestra nueva app FLOWwwwer), llamar por teléfono o enviar correos electrónicos, y aprovechar para informar de las ofertas y promociones.

Otro consejo para mejorar el ambiente de tu clínica o centro de estética es programar los cumpleaños de tus auxiliares. ¿Por qué no ofrecerles a ellos también un regalo? Saldréis todos ganando.

#2

CONFIGURA EL CALENDARIO

Una vez tengas la lista de fechas completa, es importante tener en cuenta su distribución así como la disponibilidad del centro. Intenta que las promociones u ofertas no queden concentradas en un mes, es decir, que no se acumulen dos promociones diferentes en el mes de marzo, si en abril no tenemos ninguna.

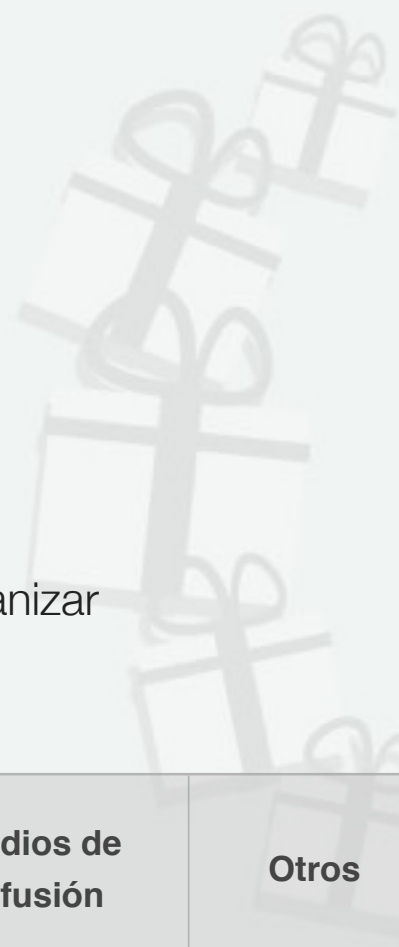
Otro punto muy importante que no podemos olvidar es el presupuesto y ajustar los lanzamientos de las campañas promocionales al máximo. Para ello, tu sistema de gestión y marketing FLOWww puede ayudarte.

#3

**AJUSTAR LAS CAMPAÑAS SEGÚN LAS
FECHAS**

¡Ha llegado el momento de poner en práctica la creatividad! Si aún no tenemos claro qué es lo que vas a hacer, puedes invitar a otras personas para que aporten ideas o investigar un poco a la competencia.

- **Qué hacer** - Saber qué es lo que se va a hacer y qué se conseguirá. La esencia de la promoción.
- **Fechas** - Señalar las fechas más importantes relacionadas con la campaña, como la fecha de validez.
- **Oferta** - ¿Qué servicios vamos a ofrecer?
- **Medios de difusión** - Canales y medios por los que se dará a conocer la promoción.
- **Otros** - Espacio para comentarios, ideas, puntos de atención...



A continuación podrás ver un ejemplo de cómo organizar una campaña varios meses. **¡Observa!**

Evento	Qué hacer	Fechas	Promoción	Medios de difusión	Otros
14 Febrero "San Valentín"	Promoción día de los enamorados	Lanzamiento: 1 semana antes Validez: Hasta el mismo día	Tarjeta regalo Servicios de belleza con descuentos	Email Redes Sociales Banner Flyers App FLOWwww	--
08 Marzo Día Internacional de la Mujer	"Tenemos un regalo para vosotras"	Lanzamiento: 01/03/2016 Validez: 1 semana	Todos los servicios con un X % de descuento	Email Redes Sociales Banner App FLOWwww	Decorar la clínica o centro de estética y preparar algo para picar
19 Marzo Día del Padre	"Hoy va por vosotros"	Lanzamiento: 15/03/2015 Validez: 1 semana	Todos los tratamientos masculinos con X % de descuento	Email Redes Sociales Banner App FLOWwww	--
01 Mayo Día del Trabajador	"Te mereces un descanso"	Lanzamiento: 25/03/2015 Validez: 1 semana	Todos los tratamientos de relajación con descuentos exclusivos para clientes	Email Redes Sociales Email	Tener en cuenta a los auxiliares
30 Julio Día Internacional de la Amistad	"¿Has presentado a tu amigo?"	Lanzamiento: Principio de semana	Tarjeta regalo: Válida hasta final de año	Email Redes Sociales SMS App FLOWwww	--

#4

REALIZAR UN PLAN DE ACCIÓN

Ahora que ya es mucho más fácil visualizar cómo se realizarán las campañas promocionales, hay tres acciones muy importantes que no puedes olvidar en el prelanzamiento:

- **Planteamiento financiero:** Has de saber cuál es la mejor promoción para tu centro de estética según tu presupuesto. ¿Puedo ofrecer servicios gratuitos o con un 70% de descuento? Es importante conocer cuáles son tus límites para no tener pérdidas. FLOWww puede ayudarte a calcular el presupuesto y a sacar estadísticas e informes para que conozcas cada detalle.
- **Plan de comunicación:** Con el cuadro anterior es fácil ver qué medios se van a utilizar para dar a conocer la campaña, pero es esencial tener la información más detallada. Existen algunas herramientas como FLOWww para registrar a todos tus clientes y poder enviar de manera automatizada campañas de marketing, recordar citas o programar packs.

- **Plan de acción:** Una vez tengas lista toda la planificación financiera y el plan de comunicación, ¿por dónde seguir? Es el momento de tomar el control de las acciones. Tenemos que saber quién se encargará del material gráfico, qué clientes recibirán las promociones, cuándo se van a distribuir los flyers, cómo vamos a decorar el centro... Esto nos facilitará mucho el trabajo.

#5

**DURANTE Y DESPUÉS DE LA
PROMOCIÓN**

Es muy importante preparar a los profesionales de la clínica o centro de estética para que conozcan con todo detalle la promoción, pues no es agradable que un cliente pregunte y que un auxiliar no pueda explicarla o, lo que es peor, ni siquiera conozca que se está llevando a cabo. Tener a un auxiliar bien preparado es la mejor forma de darnos a conocer.

Una vez planeada toda la campaña, el trabajo no termina aquí. Tras dar por finalizada la promoción entre nuestros clientes, tenemos que ver si se han alcanzado los objetivos propuestos al principio. Tenemos que analizar todos los resultados y lo que es más importante, entenderlos. ¿Ha valido la pena? ¿Ha sido rentable? Este análisis nos dará los conocimientos necesarios para poder realizar campañas futuras e ir obteniendo mejores resultados.



Consejos finales

- Ten en cuenta la duración de cada campaña.
- Cuidado con realizar demasiadas promociones, no queremos que el centro se identifique como una “empresa de promoción”
- La calidad del servicio debe ser lo primordial.
- Es conveniente hacer un contrato a largo plazo con un diseñador gráfico así como con todas las personas que participan en nuestras campañas.

Uno de los principales retos a los que se enfrentan las empresas en estos tiempos es el de la diferenciación. Esperamos que todos estos consejos te sirvan para marcar la diferencia, conquistar a tus clientes y lograr el éxito en tu centro de estética.

¡Mucha suerte y manos a la obra!

FLOW^{ww}



UNIVERSIDADE DA
BELEZA & ESTÉTICA

¿Quieres gestionar tu clínica o centro
de estética y lograr el éxito?

FLOW^{ww}

Conoce FLOWww!

www.flowww.net