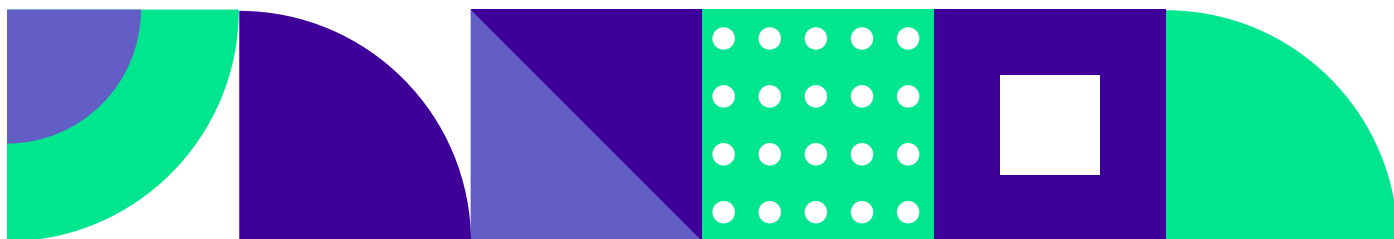


L'acquisizione e la Gestione dei Clienti

Nei centri
estetici



Indice

03

Introduzione

04

Cosa significa
“acquisizione
dei clienti”?

05

Consigli
fondamentali per
l’acquisizione e la
fidelizzazione

08

Conosci i
tuoi clienti
segmentando il
tuo database

09

Scheda cliente:
la chiave per una
gestione ottimale

10

Campagne di
marketing per il
coinvolgimento e
la fidelizzazione
dei clienti

Introduzione

L'acquisizione e la gestione dei clienti nel settore dell'estetica e della bellezza a livello mondiale, sono la base fondamentale per lo sviluppo del business, la redditività, il successo e la proiezione nel futuro.

in modo
che tu possa
raggiungere i
tuo*i* obiettivi di
acquisizione e
fidelizzazione.

È importante saper coinvolgere i clienti, ma mantenerli può essere una sfida. È per questo motivo che abbiamo creato questa guida con tutto ciò che riguarda il reclutamento e la gestione dei clienti, in modo che tu possa raggiungere i tuoi obiettivi di acquisizione e fidelizzazione.



Cosa significa “acquisizione dei clienti”?

Comprendiamo come attrarre nuovi clienti nel nostro negozio e farli diventare clienti abituali. Questo porta una strategia alle spalle, in cui le aree di marketing e vendita si uniscono per studiare il mercato e creare azioni specifiche che catturano i tuoi potenziali clienti. Una strategia di acquisizione di successo consiste nell'attrarre nuovi clienti, fidelizzarli e aumentare i ricavi della tua attività. Se questo processo è ottimizzato e sostenibile, è possibile automatizzare alcuni passaggi con strumenti digitali.

Perché è importante attrarre clienti?

Una strategia di customer engagement ideale si regge su due pilastri importanti: la conoscenza del mercato e l'ottimizzazione dei processi. Se implementata correttamente, puoi:

- **Ottenere nuovi affari**
- **Mantenere i clienti fedeli**
- **Aumentare il fatturato della tua azienda**

Come coinvolgere e fidelizzare i clienti in modo efficace?

Attualmente, gli imprenditori sanno che le tendenze cambiano costantemente e cercano di essere aggiornati per utilizzare queste informazioni nelle loro strategie di marketing. Il mondo digitale offre sempre più dati e strumenti che aiutano a rilevare le esigenze dei clienti, ciò che li interessa e ciò che cercano.



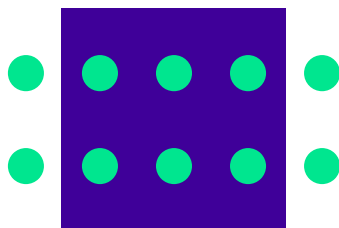
Consigli fondamentali per l'acquisizione e la fidelizzazione

Cattura la loro attenzione

Per nessuno è un segreto che la base di qualsiasi attività di bellezza è la ricorrenza dei clienti. Ma perché ci sia, abbiamo bisogno di clienti che si rivolgono per la prima volta al negozio per dimostrare perché siamo la scelta migliore per loro. Riuscire a catturare l'attenzione delle persone può sembrare complicato, ma ci sono alcune azioni che puoi eseguire.

Se la tua attività è nel mondo digitale, puoi creare campagne sui principali social network, ad esempio Instagram, Facebook e persino TikTok. Contenuti organici come reels o video dal vivo possono aiutarti ad attirare l'attenzione dei potenziali clienti in quanto è un formato che ha una vasta portata.

E poiché non tutto è digitale, ci sono azioni che puoi eseguire fisicamente nella tua attività per attirare più clienti. Ad esempio, rendere la vetrina della tua attività attraente mostrando i prodotti, pacchetti o mettendo un listino prezzi con tutti i servizi in modo che i clienti siano incoraggiati a chiedere più informazioni. Se hai promozioni o sconti, è una buona idea informare qui il cliente, indicando qual è la promozione.



Ottieni il massimo dalle tue risorse

Quando si parla di attrarre e attrarre clienti, spesso si pensa a un investimento in pubblicità, media, ecc. La realtà è che spesso si ha già ciò che serve per iniziare a coinvolgere i clienti e si può anche investire in strumenti digitali che facilitino, semplificare e automatizzare questo processo.

Alcune delle azioni che puoi intraprendere sono le seguenti:

1. Usa i tuoi **social network, il sito web, il blog**: la maggior parte sono gratuiti e hai solo bisogno di strategia e creatività per attirare nuovi clienti. Una volta che i clienti iniziano ad arrivare, avrai bisogno di un partner digitale che possa aiutarti a gestire la tua nuova base di contatti, creare azioni di fidelizzazione automatizzate e misurare le loro prestazioni.
2. Scegli un **software di gestione e marketing online** che possa aiutarti a lanciare campagne, email, promozioni in modo automatizzato e tutto ciò di cui hai bisogno per raggiungere un coinvolgimento personalizzato per tutti i tuoi potenziali clienti.
3. Con tutto quanto sopra, è il momento di definire quali saranno le **azioni e i canali di comunicazione per fidelizzare i tuoi clienti**, un esempio potrebbe essere quello di mettere in atto qualche programma di fidelizzazione come il programma punti o invitare un amico, in modo che i tuoi clienti vincano, Tu guadagni clienti e la fidelizzazione arriverà naturalmente.
4. Perché tutto sia un successo, devi **segmentare e conoscere** le reali esigenze dei tuoi clienti. Questo ti aiuterà a conoscere il tuo pubblico di destinazione e offrire loro ciò che cercano.
5. Non dimenticare di **misurare i tuoi risultati!** Questo passaggio è molto importante perché ti aiuterà a sapere se le azioni che hai definito nella tua strategia sono corrette e se gli obiettivi sono stati raggiunti. Se sai cosa non ha funzionato, potrai modificare la tua strategia e cercare di ottenere i risultati attesi.

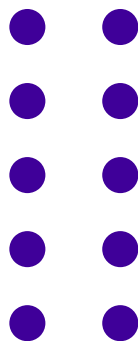


Come individuare ciò di cui i potenziali clienti hanno bisogno



La ricerca è fondamentale per conoscere le esigenze, i gusti e gli interessi dei clienti. Questo puoi conoscerlo in due modi: quando si rivolgono alla tua attività o rilevano insight sui tuoi social network. Quando un cliente viene al negozio per la prima volta, è il momento ideale per indagare un po' sui suoi gusti durante il trattamento o il servizio. Puoi porre domande casuali e genuine e controllare le loro preferenze per annotarlo nel tuo database e offrire qualche prodotto, trattamento o promozione.

D'altra parte, nel mondo digitale, molti clienti cercano opzioni di trattamento o servizi. È molto importante creare contenuti di valore in modo che queste persone che cercano di risolvere i loro dubbi, arrivino da te attraverso un post con contenuti informativi o educativi e quindi scopri di cosa hanno bisogno. Con queste informazioni saprai quale soluzione offrire e fissare un appuntamento. Ricorda di essere in costante aggiornamento e revisione dei tuoi social network.



È molto
importante
creare
contenuti
di valore
in modo
che queste
persone che
cercano di
risolvere i
loro dubbi

Conosci i tuoi clienti segmentando il tuo database

Perché è importante segmentare?

Segmentare il tuo database attuale ti aiuta a conoscere il tipo di clienti che si rivolgono alla tua attività, oltre alle loro preferenze in termini di servizi e prodotti. È fondamentale che tu faccia questo studio perché così potrai creare campagne, promozioni e sconti ideali per i tuoi clienti.

Differenziare tra i tipi di clienti

Il targeting ti permette di definire il tuo pubblico di riferimento. Dopo di che potrai creare strategie diverse per ogni tipo di cliente. All'interno del tuo target di destinazione possono esistere gruppi o nicchie di persone per determinati trattamenti o servizi, ad esempio alcuni focalizzati su trattamenti cosmetici, altri su servizi di bellezza.

Segmentazione per tipo di cliente

Questa parte è legata al punto precedente, è necessario effettuare una classificazione per gruppi di clienti, sia per trattamenti, filiali, tipo di acquisto, frequenza di appuntamenti, tipi di prodotti acquistati, ecc. Lo scopo è quello di creare una segmentazione il più dettagliata possibile per realizzare azioni specifiche a questi gruppi di clienti. Puoi anche distinguere tra nuovi clienti, clienti abituali, clienti a rischio di perdita, ecc. e quindi creare strategie per aumentare le vendite e incoraggiare la ricorrenza.

Trasforma i tuoi clienti in clienti abituali

Prima di intraprendere qualsiasi azione di fidelizzazione è necessario conoscere l'opinione dei clienti su come sia stata la loro esperienza o quali prodotti acquistano di più. Questo puoi conoscerlo con statistiche specifiche sul comportamento, come il numero di appuntamenti a cui hanno partecipato, quanti hanno prenotato appuntamenti e quanti hanno acquistato prodotti. Così potrai creare una strategia personalizzata per ogni cliente.

Per semplificare e ottimizzare questi processi, puoi cercare e scegliere una soluzione tecnologica automatizzata che ti aiuti a gestire questi dati, memorizzarli e interpretarli in modo semplice. È importante disporre di un software di gestione con CRM integrato in modo da avere il pieno controllo sul tuo database.

Scheda cliente: la chiave per una gestione ottimale

Quando crei la tua strategia di reclutamento, inizierai a ricevere molti dati dai clienti. Per questo motivo è importante gestire correttamente tutte le informazioni personali dei clienti.

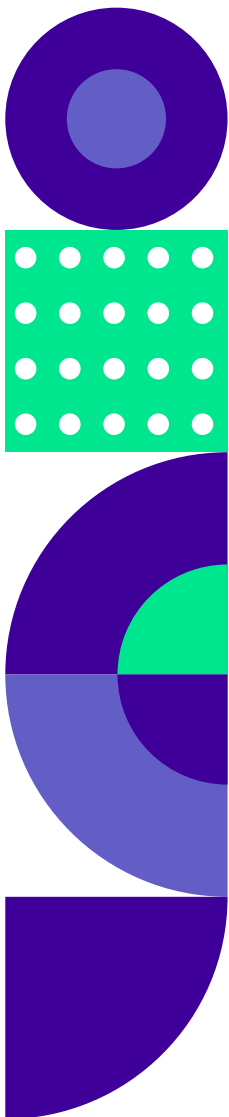
Organizza i dati dei tuoi clienti

L'organizzazione nei dati dei tuoi clienti è vitale perché da ciò deriva la corretta gestione delle informazioni e la semplificazione di alcuni processi quotidiani come le campagne di marketing, ad esempio. Questo può essere fatto con un partner digitale che ti permette di creare il tuo database online, con una scheda cliente ed eseguire azioni specifiche con i clienti. Così potrai ottimizzare questo processo quotidiano e concentrarti su altre attività.

Cosa dovrebbe avere una scheda cliente?

Oltre a mantenere aggiornati e organizzati i dati dei tuoi clienti, è importante definire quali saranno i parametri necessari per le loro informazioni, questi possono essere:

- **Informazioni di base (nome, età, sesso, indirizzo, telefono)**
- **Cronologia trattamenti, acquisti e servizi**
- **Gusti, particolarità e interessi**
- **Fotografie**
- **Documenti**
- **Fatturazione**
- **Cartella clinica**



Campagne di marketing per il coinvolgimento e la fidelizzazione dei clienti

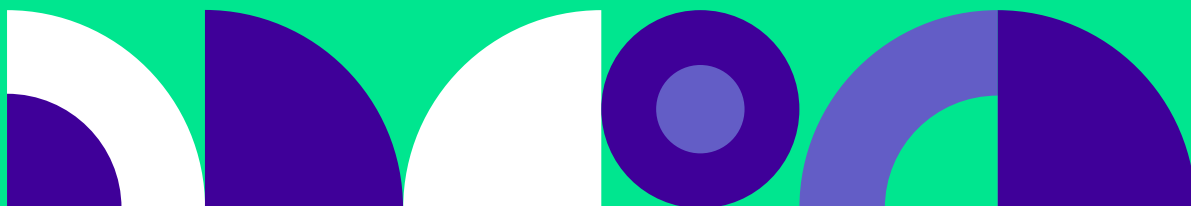
Il targeting dei clienti non solo ti consente di ottenere profili specifici dei clienti, ma ti offre anche una visione più completa dei tuoi clienti, come chi sono i più presenti nella tua attività, i tipi di servizi che pianificano. Questo ti aiuterà a sapere quali sono le esigenze che devi soddisfare offrendo servizi o prodotti.

Puoi farlo per età, sesso o livello di acquisto, per fatturazione, trattamenti e servizi realizzati o prodotti acquistati.

Campagna per il recupero dei clienti

La perdita di clienti è qualcosa che di solito accade nella maggior parte delle aziende, ma la chiave per superarla è avere la capacità di affrontare la situazione prima che diventi un problema permanente. La chiave è concentrare i tuoi sforzi sulla fidelizzazione dei tuoi clienti attuali, per questo devi considerare i seguenti punti affinché la tua strategia abbia successo:

- **Segmenta il tuo pubblico di destinazione**
- **Conosci la tua concorrenza**
- **Offri prodotti e trattamenti personalizzati per ogni cliente**





Come creare una campagna di recupero?

Con i dati del punto precedente, sei pronto a creare una campagna di recupero e riprendere il rapporto con i clienti che hanno smesso di rivolgersi alla tua attività da tempo. Alcune tecniche utilizzate sono: campagne di e-mail marketing, campagne di social media, programmi di fidelizzazione e offerte o sconti. Questo diventa più semplice quando hai un database online che ti permette di applicare filtri e ottenere i dati dei clienti che hanno smesso di venire alla tua attività entro 6 mesi e inviare loro una promozione.

Sei pronto a raggiungere il successo nell'acquisizione e nella gestione dei clienti? Leggi questo e-book tutte le volte che vorrai e pratica tutto ciò di cui hai bisogno per creare una strategia di successo per attirare più clienti. Affidati a un software di gestione e marketing che abbia tutti gli strumenti necessari per raggiungere questo obiettivo in modo integrato.

Prova **flowwww**
per migliorare
la gestione e il
coinvolgimento
dei clienti!



flow

www.flowwww.net



Comincia gratis

