



GUÍA DE REDES SOCIALES PARA TU SALÓN DE BELLEZA

#MarketingBelleza





INTRODUCCIÓN

Las redes sociales son una plataforma excepcional para visibilizar tu servicios, reforzar la imagen de marca de tu salón de belleza y captar nuevos clientes. Si no tienes muy claro cómo gestionarlas y publicar cuando puedes algunas fotos o un vídeo, lo que vamos a contarte hoy te interesa mucho.

En redes sociales es muy importante dar buena impresión, porque al fin y al cabo, tu página de Facebook o de Instagram son escaparates para tus servicios y productos, así como altavoces para los consejos y contenidos especializados, que publiques como experta en belleza, estilo y cuidado de la piel.



**PRESENTATE A TUS
SEGUIDORES Y
POTENCIALES CLIENTES
DE UNA MANERA
100% PROFESIONAL,
IMPECABLE Y FRESCA.**

flow



1. CANALES SOCIALES EN LOS QUE TIENES QUE ESTAR

¿Debo estar en todas las redes? La respuesta es no. Para saber cuáles son las idóneas para ti, te recomendamos que estudies a tu competencia y analices cuál es tu público objetivo, antes de abrirte un perfil en cada plataforma.

Habitualmente, un salón de belleza suele estar en Facebook, Instagram e incluso, en Pinterest. Además, suele tener una ficha en Google My Business, con sus datos, ubicación, algunas fotos y un apartado de reseñas.



2. EL TIPO DE PUBLICACIONES QUE MÁS GUSTAN A TUS SEGUIDORES

Nuestro consejo es que antes de comenzar a publicar fotos y contenidos, diseñes un plan de publicaciones con una estrategia muy clara. Esto te permitirá planificar mejor el tipo de contenidos que lanzarás cada día, no olvidarás las fechas importantes y lo más importante, no te repetirás.

Por ejemplo, en el Instagram o Facebook de tu salón de belleza, podrás realizar publicaciones tan sencillas y efectivas como las que te indicamos en a continuación.



- **Foto del antes y el después de un tratamiento facial, de un maquillaje o de una manicura.**

Este tipo de publicaciones muestran el cambio y el resultado, de una manera muy visual y evidente, lo que te ayudará reforzar tu imagen y tu reputación como profesional de la belleza. De la misma manera, podrás publicar sólo los resultados de una de tus manicuras más espectaculares o de un maquillaje impactante para carnaval, Halloween, pasarela o editorial de moda.

- **Fotos tuyas o de tus auxiliares, trabajando con uno de tus clientes.**

Este tipo de fotografías promocionales, habitualmente son tomadas por fotógrafos profesionales, durante un reportaje de boda o pre-boda, e incluso, en una sesión de moda. Con ellas, mostrarás tu profesión desde un punto de vista artístico y enamorarás a tus seguidores.



- **Utiliza de vez en cuando fotografías que impacten por su belleza, expresividad, color o composición.**

Pueden ser las que te ceden tus proveedores o el resultado de la sesión de fotografía de moda en la que has participado como estilista. Por ejemplo, de un maquillaje especial de novia, unas manicura de tendencia o un tratamiento facial y corporal.

- **La belleza también es emoción y sentimiento.**

Para ello, comparte en tus perfiles, fotografías de momentos emotivos, preparando a una novia o retocándole el maquillaje tras la ceremonia, e incluso, una foto de equipo después de una sesión de fotos preciosa y especial.

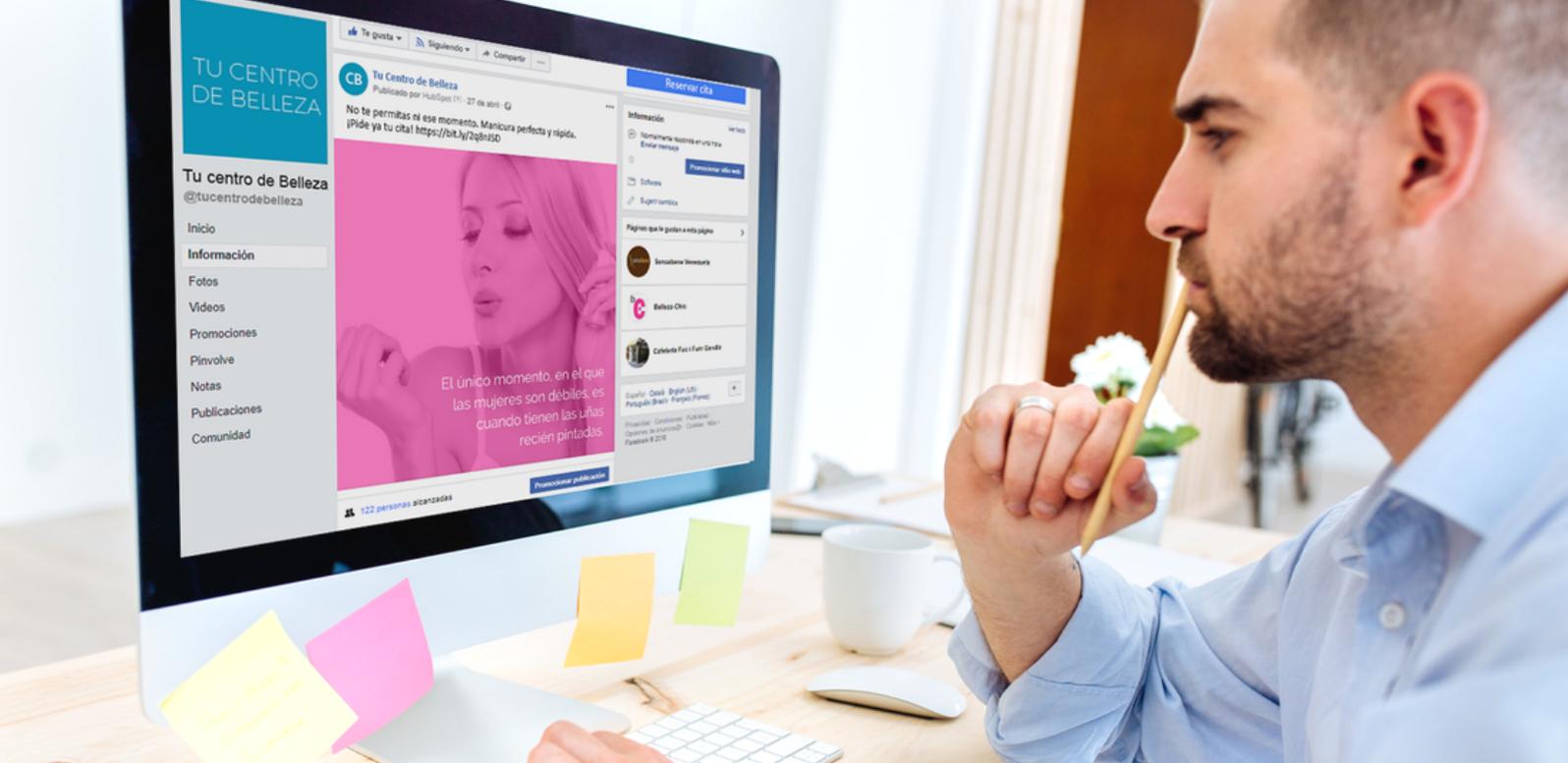


- **Vídeos cotidianos, dando consejos de belleza a tus seguidores.**

En ellos, podrás aprovechar para mostrarte como estilista y asesora experta, interactuar con tus auxiliares, presentar un nuevo servicio o producto e incluso, entrevistar o colaborar con influencers y bloggers de belleza de tu ciudad.

- **Artículos de tu blog**

En ellos, podrás dar consejos útiles de cuidado diario, hablar de las propiedades de un tratamiento o producto, o sobre un tema de actualidad, relacionado con la belleza o contigo como profesional de la belleza.



3. LAS REDES SOCIALES COMO ALTAVOZ PARA TUS CONTENIDOS Y SERVICIOS

De acuerdo con el tipo de publicaciones que te hemos señalado, podrás elaborar una estrategia de contenidos, enfocada en dar publicidad a tus productos y servicios.

Aprovecha estas plataformas para contarles a tus seguidores lo beneficiosos que son tus productos y tratamientos, así como para inspirar confianza en ti como profesional de la belleza y en tu equipo.

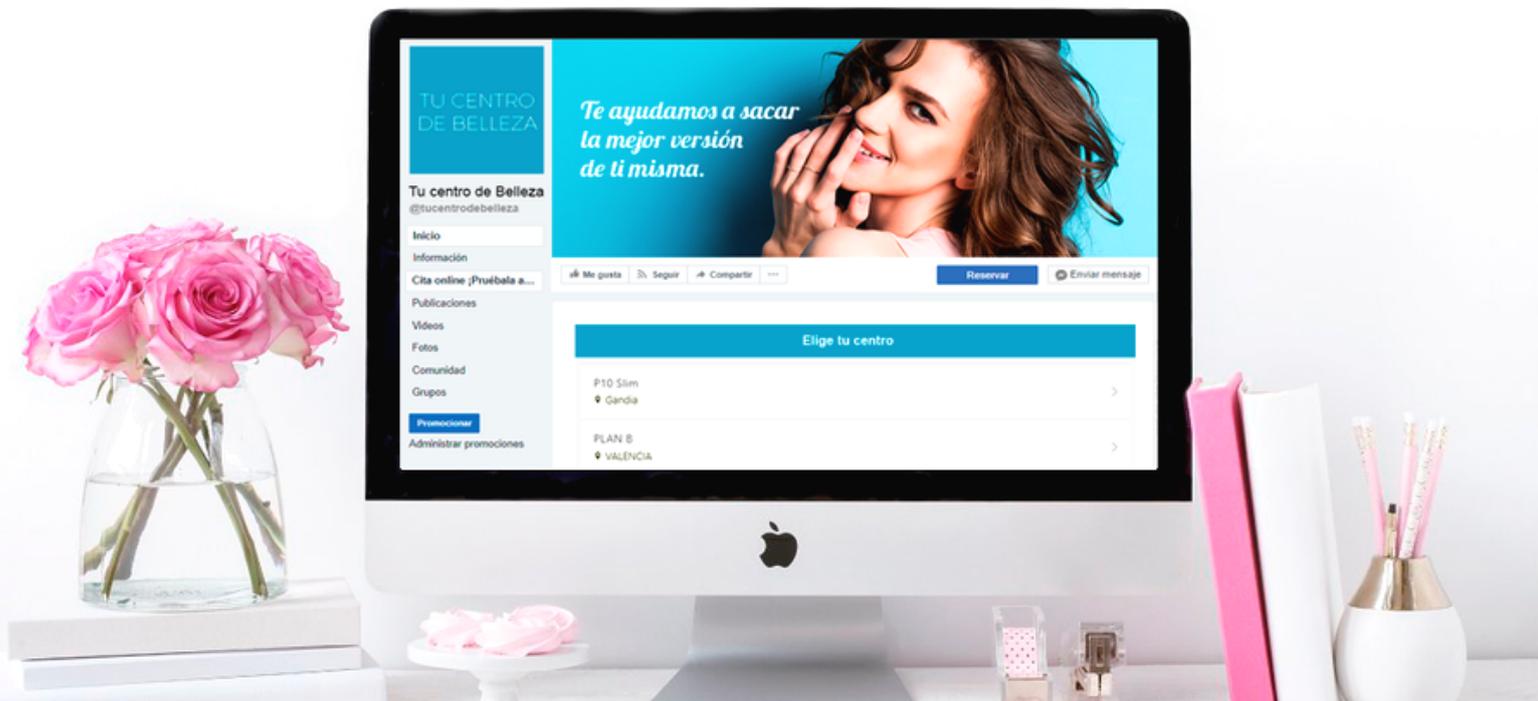


Te recomendamos que midas y que tengas cuidado con no caer en el autobombo, porque sino tus seguidores se aburrirán y dejarán de seguirte.

Compensa este tipo de publicaciones con otras más divertidas o centradas en resolver problemas o dudas, que puedan tener tus seguidores y clientes.

Por eso, las columnas de consejos, tips y recomendaciones triunfan. Por ejemplo, tips para desmaquillarte en casa y cuidar tu piel con la línea de productos, que tienes a la venta en tu salón de belleza.

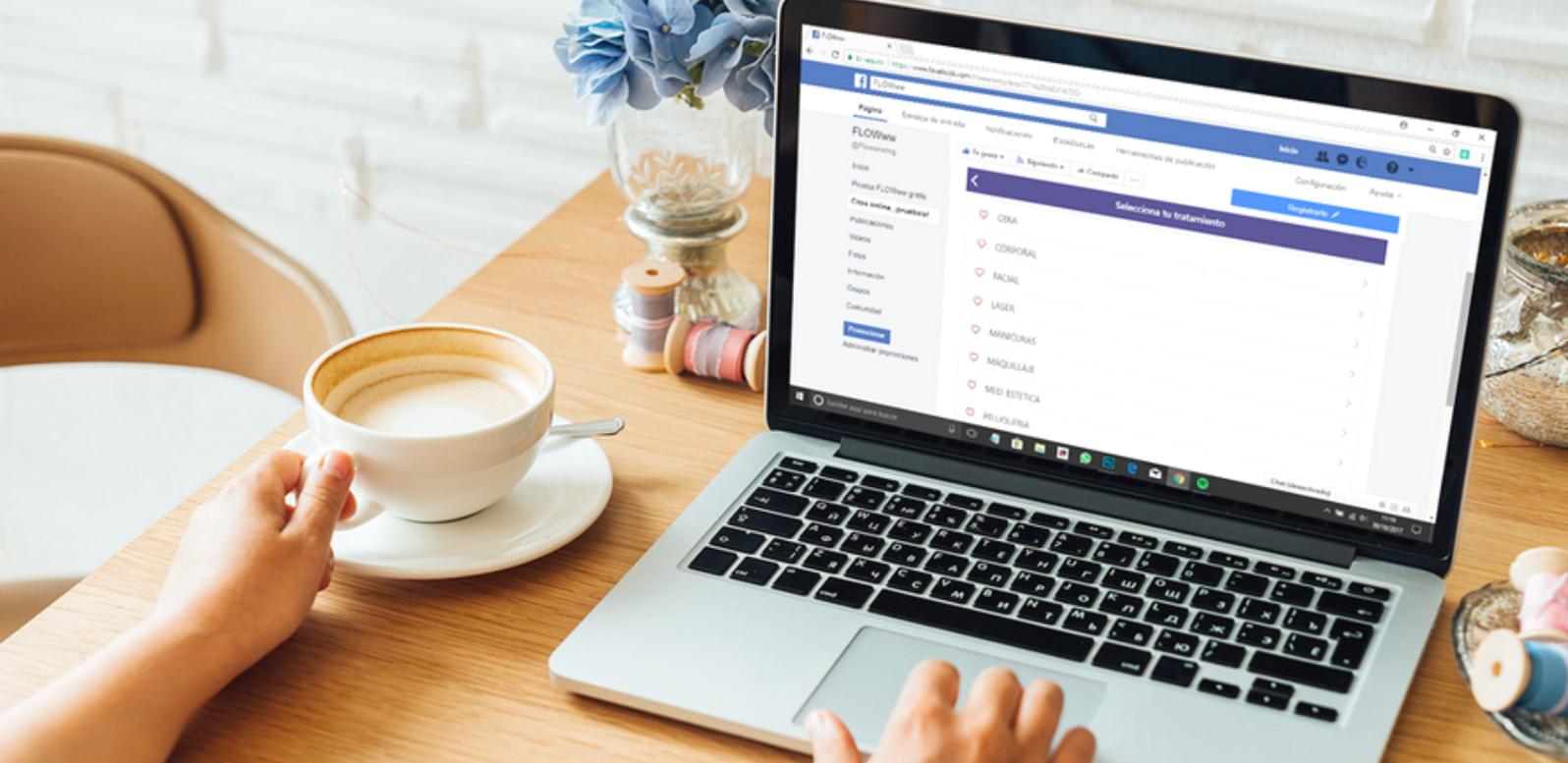
Así, promocionas tus productos, pero siempre desde un enfoque práctico, inspirador y útil para tus clientes y seguidores.



4. TUS PUBLICACIONES Y OFERTAS + LINK A TU CALENDARIO DE CITAS

Tus redes sociales son un altavoz excepcional para tu salón de belleza y como tal, deberás utilizarlo también para atraer a nuevos clientes.

Para optimizar la captación de clientes a través de redes sociales, te recomendamos que cada promoción u oferta, que publiques en tu página de Facebook o en tu Instagram (ya sea como post o como story), vaya acompañada siempre de un enlace a tu calendario de citas online.



Con ello, canalizas la curiosidad de tu público objetivo, aprovechas su deseo de compra y le ofreces la posibilidad de poder reservar una cita, sin tener que llamarte o pasarse por tu salón.

Sólo tienen que hacer clic en el enlace, darse de alta, buscar el servicio y marcar su día y hora favoritos. ¡Listo!

Además, en tu propia página de Facebook, podrás añadir un botón de reserva de cita permanente, bajo la imagen de portada y/o en el menú lateral, para que tus seguidores, no tengan que andar buscando publicaciones cuando entren con la intención expresa de pedirte cita.



5. MONITORIZA Y ANALIZA TUS RESULTADOS

Para conocer los resultados de tus campañas y publicaciones en las redes sociales de tu salón de belleza, cada plataforma te ofrece sus propias estadísticas.

Podrás comprobarlos cada semana, cada 15 días o cada mes y observar qué publicaciones han tenido más aceptación, cuántos nuevos seguidores has conseguido e incluso, cuántos han utilizado el botón o enlace de reservar cita.

Además, tendrás a tu disposición datos tan interesantes como la edad, sexo y área geográfica de tus seguidores, lo que te ayudará a ceñir el público de tus campañas de pago o a adaptar el mensaje de tus publicaciones.



Esperamos que esta 'Guía de Redes Sociales para Salones de Belleza' te haya gustado y te sirva para diseñar tu propio plan de contenidos para blog, vídeo y Social Media.

Sigue nuestros consejos, observa lo que hacen negocios como el tuyo con su página de Facebook, en Instagram, en su blog e incluso, en su canal de YouTube para aprender e inspirarte a la hora de diseñar tus propias promociones y publicaciones.

La gestión de tus redes sociales, como hemos dicho, es sólo una parte de tu estrategia de marketing. Para conseguir unos resultados más completos y poder llegar, tanto a seguidores como a clientes fieles, apóyate en las herramientas de marketing de FLOWww.

TUS CAMPAÑAS DE MARKETING,
TODO UN ÉXITO CON FLOWWW

¡PRUEBA GRATIS!

flowww

FLOW

¡Síguenos!

