



Aumenta tus ventas en 2016



FLOW^{LL}

Bienvenido a nuestro **programa de formación para aumentar tus ventas en 2016.**

Hoy te vamos a ayudar a **maximizar tus resultados (clientes e ingresos) y minimizar tu esfuerzo (menos palos de ciego y más acciones que funcionan).**



Si tienes como propósito **lograr el éxito de tu centro de estética**, deberías hacerte estas tres preguntas que suponen tres grandes retos:

- **¿Qué vas a hacer para tener más clientes en tu centro de estética?**
- **¿Cómo vas a aumentar el ticket medio de cada pedido o servicio que realizas?**
- **¿Cuál será tu estrategia para que tus clientes vuelvan a tu centro de estética?**

¿Tienes respuesta a estas tres preguntas?

Si la respuesta es **NO**, no te preocupes, estás en el lugar adecuado.

¡Toma nota de lo que vamos a ver en este webinar!

En este webinar vamos a contarte estrategias concretas para que consigas:

- **Aumentar la recurrencia**
- **Aumentar el ticket medio**
- **Aumentar los clientes**

Si te das cuenta hemos invertido el orden de las preguntas. Y es que queremos que sepáis que después de muchos años de experiencia implantando sistemas por todo el mundo, sabemos que **el secreto para aumentar la facturación es fidelizar a los clientes y conseguir que vuelvan**. El negocio de la belleza es un negocio basado en la recurrencia, en la fidelidad del cliente.

A group of people, including a man in a striped shirt and several women, are gathered around a table. They are looking at a smartphone held by one of the women. The phone's screen displays a group photo of the same people. The scene is dimly lit, suggesting an indoor social setting like a bar or restaurant. The overall mood is social and collaborative.

Aumentar la recurrencia

¿Te gustaría **aumentar tus beneficios entre un 25 y un 95%**?

Según un estudio de Harvard, eso es posible simplemente aumentando la fidelidad de tus clientes un 5%.

A continuación vamos a ver las herramientas necesarias para que consigas **aumentar la fidelidad de tus clientes** y hacer que éstos **inviertan más dinero en tu centro de estética por más tiempo.**

¿Cómo podemos aumentar la recurrencia?

1



2



4



3



SENTIRSE
ESPECIALES



1) Efecto sorpresa

Es obvio que una excelente atención al cliente es fundamental para conseguir la **retención de clientes**. Necesitan **sentirse especiales y atendidos constantemente**. Lo que pretendemos explicarte en este webinar es cómo puedes hacer que tus clientes sean tan fieles que se conviertan en **evangelistas de tu centro de estética**.

¿Conoces el **efecto wow**? En nuestro blog hablamos intensivamente sobre este asunto. Es imprescindible tener una actitud positiva, sonreír, en definitiva superar las expectativas de tus clientes para sorprenderles. Aunque es una **parte más emocional**, es importantísima. Los instintos y las sensaciones tienen más protagonismo en las decisiones de compra de lo que pensamos.

PROGRAMA
DE PUNTOS

2

2) Programa de Puntos

Otra gran manera de conseguir retener a los clientes es con **programas de fidelización** como el **Programa de Puntos**. Es una parte más técnica, pero bien aplicado consigue que tus clientes se sientan especiales y quieran volver a tu centro de estética.

¿En qué consiste?

Se trata de una gran herramienta de marketing para **fidelizar** a tus clientes y **estimular** la compra de productos/servicios. Tus clientes podrán canjear los puntos acumulados por otros tratamientos o productos.



FLOW^W

PROGRAMA
DE PUNTOS

2



Fideliza a tus clientes: Si implantas este programa en tu centro, abrirás a tus clientes la posibilidad de ir consiguiendo promociones especiales para fidelizarlos sin que les suponga un desembolso extra.



Promociona productos: Con el Programa de Puntos podrás darle más visibilidad a aquellos productos y servicios que más funcionan en tu centro para conseguir que los clientes lo prueben (novedades, nuevas máquinas...).

PROGRAMA
DE PUNTOS

Cosas que tienes que saber para poner en marcha un Programa de Puntos

2

- ✓ El valor en € que tendrá cada punto
- ✓ Cómo se utilizarán los puntos
- ✓ El número de puntos que obtendrá el cliente por cada compra



¡FLOW^{ww} dispone de una integración completa del Programa de Puntos en tu día a día!

BONOS

3

3) Bonos

Son una herramienta imprescindible para fidelizar. Si la clienta manifiesta que le ha gustado un tratamiento, hay que incentivarle a que adquiera un bono de como mínimo 3 sesiones. Idealmente 10. Así, **nos aseguramos de que la clienta vuelva** porque paga por adelantado (puedes hacer que paguen en varias veces) y, cómo no, **mejoras tu cash flow.**



De esta técnica hablaremos con profundidad en el **webinar 3 de este ciclo**. Os contaremos cómo hacer que un bono funcione, qué servicio seleccionar, cómo darlo a conocer...



PROMOS



4

4) Promociones

Crea promociones a medida de las necesidades de tus clientes. Sorpréndelos con un 30% de descuento en su tratamiento favorito. Regálales una sesión de masaje para después de su depilación láser... Puedes conseguir un efecto muy interesante.



De esta técnica hablaremos con profundidad en el **webinar 3 de este ciclo**. Os contaremos cómo hacer promociones que funcionen, cómo darlas a conocer, cómo medir los resultados...

A group of people, including a woman in a white shirt and a woman in a patterned top, are gathered around a table. They are looking at a smartphone held by one of the women. The phone screen shows a group of people, likely the same group as in the background. The scene is dimly lit, suggesting an indoor social setting like a bar or restaurant. There are glasses of beer on the table in the foreground.

Aumentar el ticket medio

¿Cómo podemos aumentar el ticket medio?

1



2



*Aplicado
por tramos



1) Venta cruzada

El cross-selling se basa en **vender varios productos o servicios complementarios** de tu centro de estética a un mismo cliente.

Tienes que saber que las principales claves para que funcione y se implemente de forma correcta son:

- **Definir correctamente cuáles son los productos complementarios.** Ejemplo: Si una clienta se hace un tratamiento anti-envejecimiento, idealmente hay que venderle un producto antiage. Si una clienta se realiza un tratamiento de adelgazamiento, su complemento será un tratamiento reafirmante.
- Por tanto, **necesitas conocer las necesidades de tus clientes y las tendencias de consumo del sector** (nuevas técnicas y cómo se complementan entre sí).



Si no conocemos bien a nuestros clientes no podemos ofrecerles aquello que desean. Pero... **¿qué te parecería no tener que conocerlos mejor?** Tener una herramienta que te sugiera cuáles son los productos relacionados perfectos para que tu estrategia de venta cruzada funcione...

Además, FLOW^{ww} te ayuda a sacar informes, estadísticas y datos muy útiles, como es el **Ticket Medio**, que informa del **importe medio de cada operación de compra** que se realiza en tu clínica o centro de estética. Este dato es muy útil para saber cuántos productos o cuántos euros gastan de media tus clientes.



- **Aumenta las ventas:** Según el producto o servicio, el aumento oscilará entre un 15 y un 30%.
- **Aporta valor:** Si ofreces un mayor número de servicios o productos complementarios que cumplan sus expectativas, generarás mucho más valor.
- **Fideliza clientes:** El cliente completa el ciclo de su tratamiento obteniendo mejores resultados.
- **Conoce a cada cliente:** Cuantos más productos o servicios vendamos a nuestros clientes, más información tendremos sobre ellos.



La venta cruzada te ayudará sobre todo a fidelizar a tus clientes y aumentar el valor medio de su ticket.

PROGRAMA
DE PUNTOS

*Aplicado
por tramos

2

2) Programa de puntos por tramos

El objetivo del Programa de Puntos por tramos es **conseguir que el cliente consuma más** en cada compra incentivado por la posibilidad de ganar puntos u otros beneficios.

Lo primero que debes hacer es **analizar tu ticket medio**. Por ejemplo, si tu ticket medio es de 42€, pones en marcha un programa de puntos que ofrece puntos a partir de 50€ de compra. Y que ofrece un beneficio interesante, como por ejemplo un descuento en la próxima compra.

Con esto consigues que un cliente prefiera gastarse 8€ en un producto porque obtendrá un beneficio a cambio. Tú consigues **aumentar el ticket medio y que tu clienta vuelva**.

A group of people, including a man and several women, are gathered around a table in what appears to be a bar or restaurant. They are all looking intently at a smartphone held by one of the women. The phone's screen displays a group photo of the same people. The scene is dimly lit, with warm ambient lighting. In the foreground, there are several glasses on the table, including one with a dark beverage. The overall mood is social and collaborative.

Aumentar los clientes

Programa Invita a un amigo

El Programa Invita a un amigo es un programa que sirve puramente **para conseguir nuevos clientes**. En realidad, funciona siempre y cuando hayas aplicado las técnicas anteriores y hayas conseguido **clientes fieles evangelizadores de tu centro**. Cuando la gente está contenta, quiere que sus familiares y amigos acudan a tu centro.

Para implementarlo con éxito requiere una herramienta que controle de manera integrada quién ha traído amigos, qué consigue a cambio...

También sobre cómo atraer nuevos clientes os hablaremos en el próximo **webinar sobre Marketing Mobile**.

Asiste y ponte al día sobre las **tendencias que marcarán el marketing móvil durante 2016**. Te contaremos:

- Cómo hacer **promociones a través del móvil** en tu centro de estética que traigan ingresos.
- Las **apps**, nueva forma de retener y fidelizar a tus clientes.
- Mejora la imagen de tu centro gracias a la **tecnología**.
- Cómo **atraer clientes potenciales** a tu centro de estética con regularidad.
- ¿Cómo **diferenciar tu centro de estética** de la competencia?

La verdadera clave para conseguir el éxito está en combinar las tres herramientas de marketing:

- El **programa de puntos** para fidelizar a tus clientes y estimular la compra de productos/servicios.
- El **programa invita a un amigo** para conseguir clientes nuevos en tu centro de estética.
- La **venta cruzada** para aumentar el importe del ticket medio.

Recuerda que no debes dejar de invertir en **estrategias de retención**, es más fácil y rentable fidelizar clientes que conseguir nuevos.



¡Muchas gracias!

www.flowwww.net/es