



7 tips in marketingcommunicatie **voor kapsalons**

1 Specialist aan het woord

Geef je **medewerkers (specialisten) het woord**.

Zij zijn het gezicht van het bedrijf. Stel ze vragen waaruit blijkt wie ze zijn en wat ze drijft. Schrijf de antwoorden uit en zet het met een goede foto op je website. Leuk voor je werknemers die zich trots voelen om op een podium te worden gezet. Maar ook heel handig, omdat dit jouw (potentiële) klanten helpt een beeld te vormen van jouw bedrijf. En je laat zien dat je expertise in huis hebt. Driedubbele winst.



JOUW HAAR-SPECIALIST

Een lezer kan zich beter een voorstelling maken van een behandeling

Laat je klant vertellen

Vertellen dat jullie goed zijn in je vak is mooi. Nog mooier is het om je websitebezoekers dit te laten beleven. Iemand stapt bij jou over de drempel, hoe beleeft die persoon de behandeling, welke stappen worden doorlopen, wat is het resultaat? Schrijf erover met je eigen kennis en ervaring, maar vanuit het **perspectief** van je **klant**. Hierdoor kan een lezer veel meer een voorstelling maken van de behandeling en zal sneller voor jou kiezen. Bovendien draagt het bij aan een gevoel van vertrouwen!

2

3



Promoot een exclusieve actie via social media

Wat is er leuker dan aanbiedingen? Juist: aanbiedingen die exclusief zijn. Gebruik **social media** om bezoekers naar een specifieke landingspagina op je site te trekken met een **exclusief aanbod**. Organiseer bijvoorbeeld een speciale openingsavond waar (nieuwe) klanten kunnen kennismaken met een nieuwe behandeling, product of gewoon een extra verwenavond. Schrijven ze zich niet in? Hebben ze toch kennis gemaakt met jouw onderneming!



Gebruik social media om te verkopen

4

Heb je prachtige verzorgingsproducten waar jouw doelgroep veel aan heeft? Dan wil je ze daar graag bij helpen! Verkoop je verzorgingsproducten via een **verkoopcampagne op social media**. De producten kun je (of voor een deel) via Facebook en Instagram aanbieden. Dit verhoogt je conversie op die producten én mensen in jouw regio maken kennis met jouw onderneming. Zo combineer je een push- en een pullstrategie.



5

Meer waarde uit waardebonnen

Een **waardebon** voelt voor jouw (vaste) klanten als een cadeautje en komen ze bovendien sneller terug in je salon. Zorg ervoor dat je twee soorten waardebonnen hebt. Een die ze zelf kunnen gebruiken voor hun volgende behandeling. En een om aan een kennis te geven. Zo werk je met member-gets-member én voelt je vaste klant zich extra gewaardeerd.



Stuur een nieuwsbrief

Houd je klanten op de hoogte en blijf in hun vizier. Met een nieuwsbrief of **maandelijkse mailing** kun je **kennis en ervaring delen**, en het zorgt daarnaast voor binding met je klanten. Gebruik je nieuwsbrief dus ook voor écht speciaal nieuws voor je klanten. Zet er een unieke actie in, informatie over een nieuwe behandeling, een tip voor thuis, of een uitnodiging voor een ladies night.

6





7

Begin een SEA-campagne

Jouw **beste** behandeling
bovenaan in de zoekmachines

Grote kans dat jouw klanten vooral dichtbij wonen. Je kunt heel goed lokaal werken met een eenvoudige **SEA-campagne** (Google Ads) voor een specifieke behandeling. Als iemand zoekt op die behandeling in combinatie met je regio of plaats, kom jij bovenaan te staan tegen relatief lage kosten. Kies een behandeling waar je heel goed in bent, óf waar je veel marge op hebt óf veel boekingen op wilt.



ForYou
Content  Marketing  Media

We bieden slimme, creatieve en pragmatische oplossingen met maandabonnementen én maatwerk. We zijn er voor je.

Heb je vragen, of hulp en advies nodig?

Bel 050 - 7600 800
App 050 - 7600 807
info@foryoumedia.nl
www.foryoumedia.nl

Wij helpen je graag **verder!**