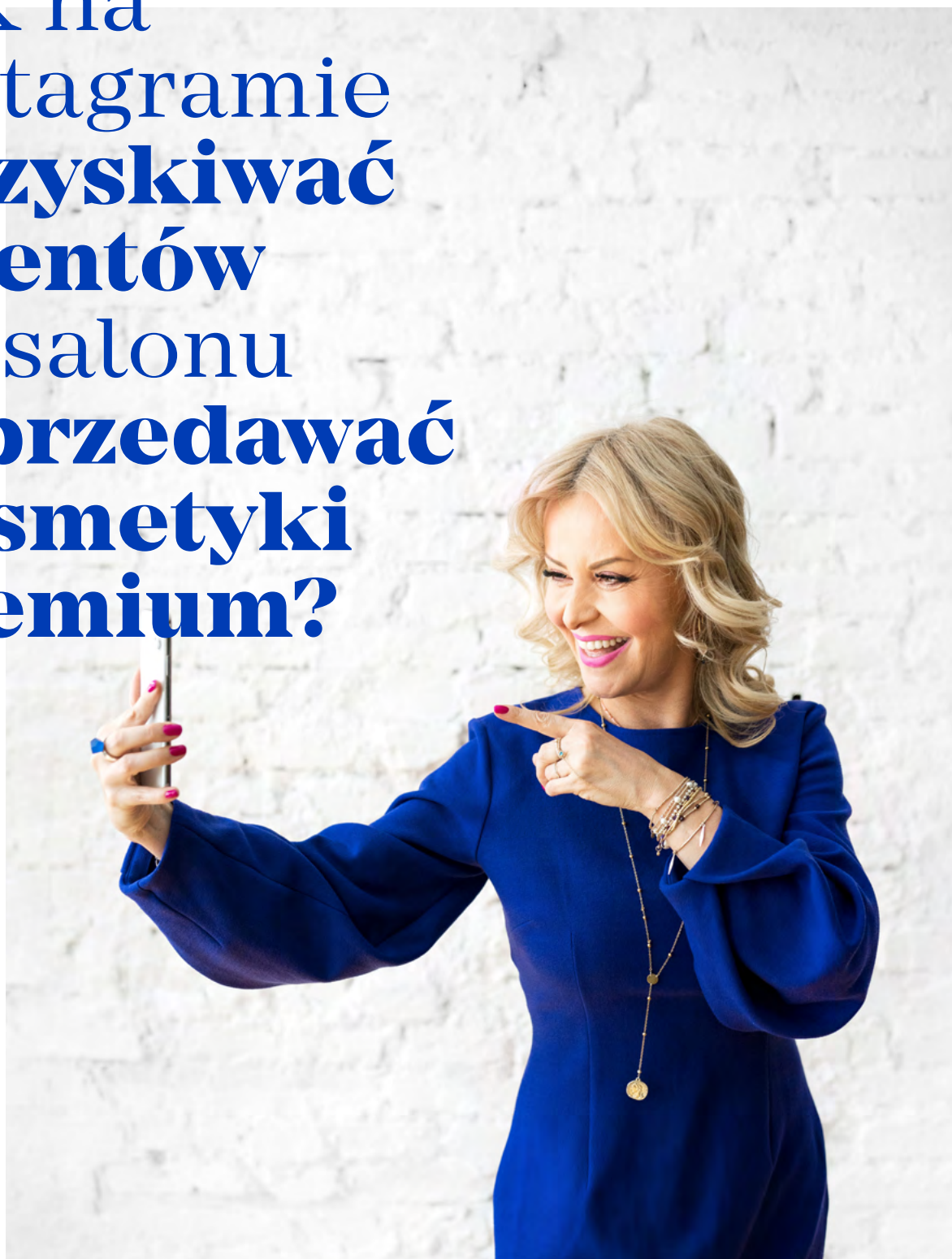
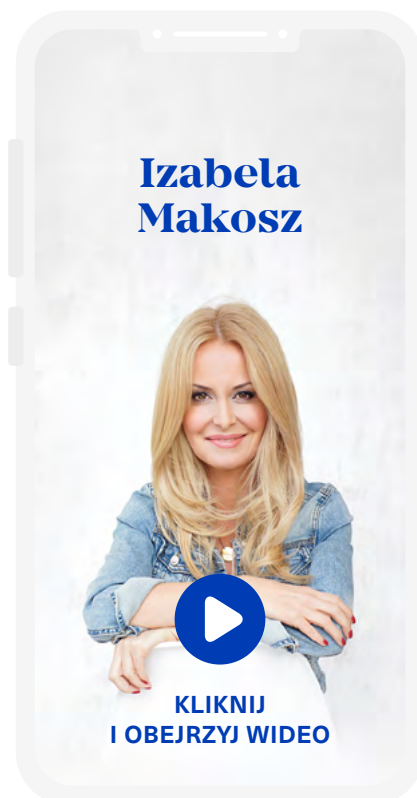


MINIKURS WIDEO*

/*Oglądaj wideo na komputerze/

Jak na Instagramie pozyskiwać klientów do salonu i sprzedawać kosmetyki premium?





Kim jestem?

Przedsiębiorczyni z 15-letnim doświadczeniem. Stworzyłam i z sukcesem sprzedawałam sieć salonów Time for Wax – depilacja woskiem bez umawiania. Była to największa sieć beauty w Europie w tej kategorii.

Na kursach online i prelekcjach uczę wykorzystywać media społecznościowe do sprzedaży i pozyskiwania klientów. Specjalizuję się w tworzeniu strategii marketingowej na media społecznościowe. Jestem zapraszana na konferencje biznesowe, wykłady jako mówczyni motywacyjna.

Występuję w telewizji jako ekspertka. Na co dzień prowadzę mentoringi biznesowe i konsultacje.

Koniecznienie dołącz do mojego Instagrama. Tam publikuję darmowe wskazówki, jak zwiększać sprzedaż. Kliknij link poniżej:

MINIKURS WIDEO *

Jak na Instagramie pozyskiwać klientów do salonu i sprzedawać kosmetyki premium?

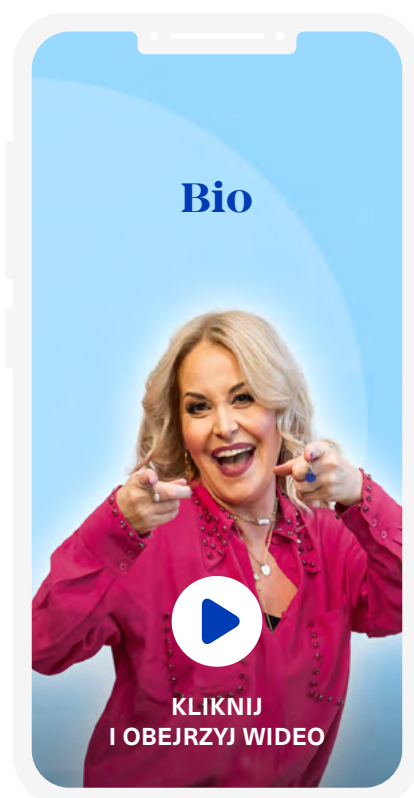
Z minikursu dowiesz się:

1. **Jak ustawić konto i napisać bio na Instagramie**, aby klienci szybko znaleźli Twój salon.
2. **Jak tworzyć wideo sprzedażowe** – 5 elementów sprzedażowego wideo do salonu kosmetycznego.
3. **Co zrobić, aby klienci pytali o Twoje usługi** na Instagramie i zapisywali się na wizytę. Co to są okładki sprzedażowe.
4. **Jakie są rekomendowane formaty wideo do salonu:** zabieg, wskazówki, sekwencja, remiks, wideo.
5. **Czym jest multiplatformowość** – strategia na pozycję w Google.
6. **Jak wykorzystać Chat GPT** do generowania pomysłów na rolki.

* Oglądaj wideo na komputerze.

Jak napisać bio, aby trafić do klientów?

Bio to pierwszy kontakt z Twoim profilem. Jeżeli nie jest prawidłowo zrobione, użytkownicy nie będą Cię obserwowali, Twoje konto nie będzie się rozwijało, a co gorsza nikt od Ciebie nic nie kupi!



Na co dzień podczas mentoringu biznesowego pomagam przedsiębiorcom poprawić albo stworzyć dobre, skuteczne bio – i uwierz mi: to nie jest proste!

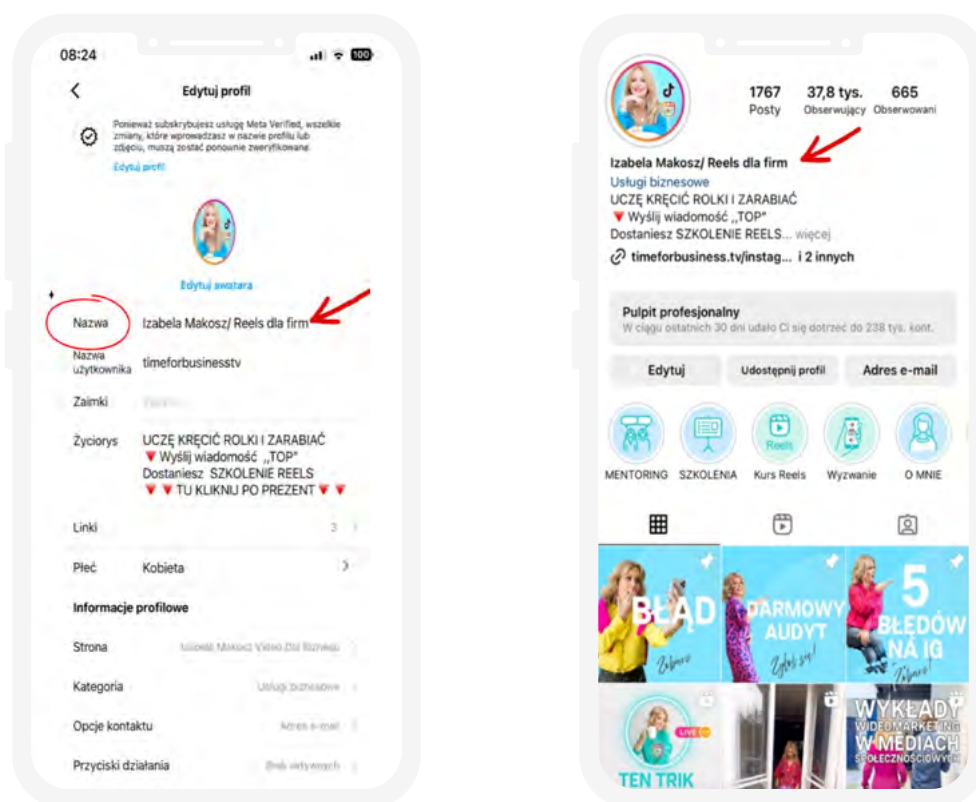
Oto jedna zmiana, która spowoduje, że Twoje konto będzie się wyświetlało wysoko w sekcji wyszukiwania na Instagramie.

Co to znaczy? Kiedy ktoś kliknie lupę i wpisze „salon kosmetyczny Dzierżoniów” – to jeżeli Twoje konto zawiera frazę „salon kosmetyczny Dzierżoniów” w odpowiednim miejscu, wyświetlisz się wysoko.

Ważne: musisz wiedzieć, co klikają użytkownicy, szukając Twoich produktów i usług. Jeżeli najważniejszą usługą w Twoim salonie jest depilacja laserowa czy medycyna estetyczna, to ta fraza powinna się znaleźć w Twoim bio.

Która część Twojego bio odpowiada za wyszukiwanie? Nazwa użytkownika i Nazwa – zobacz na zdjęciu.

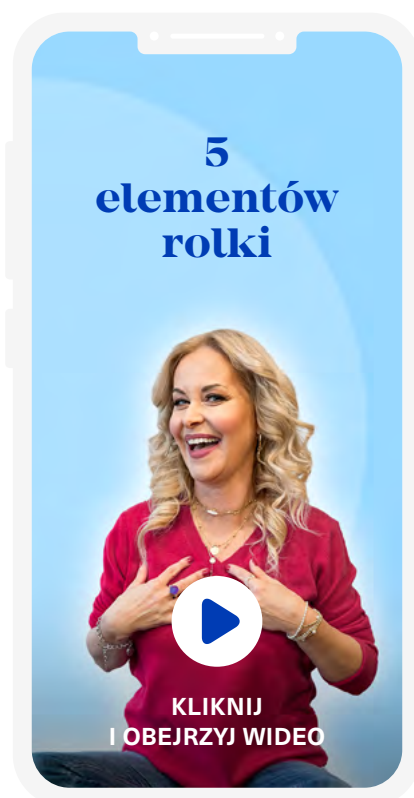
Jeżeli nie chcesz zmieniać nazwy użytkownika, to zmień nazwę swojego profilu. Czyli tę frazę, która jest pod zdjęciem – zobacz załączone screeny.



Wpisując odpowiednią nazwę, zwiększasz swoją widoczność. Więc wpisz tu frazę, która służy do pozycjonowania.

Struktura sprzedażowego wideo

Na Instagramie możesz sprzedawać i pozyskiwać klientów, ale musisz znać **zasady**: jak tworzyć wideo, aby po jego obejrzeniu klienci chcieli zapisać się na usługę.



**Pierwsza zasada:
*mocny początek!***

Tu podaję Ci 10 gotowych pomysłów na mocny początek filmu:

1. **Ten zabieg** zmieni wygląd skóry.
2. **To jest hit tego lata / zimy / sezonu** – obejrzyj do końca!
3. **Moje klientki pokochały** ten zabieg, zobacz!
4. **Zaskoczyły mnie efekty** tego zabiegu.
5. **To jest szok**, jak wygląda skóra.

6. **Byłam w szoku**, jak zobaczyłam efekty.
7. **Nie spodziewałam się** aż takiej zmiany.
8. **Na końcu prezent**, obejrzyj do końca.
9. **Moja autorska pielęgnacja**: zobacz efekt.
10. **To ciągle** mnie zaskakuje.

Druga zasada:
nie twórz wideo dłuższego niż 40 sekund!

Twoje wideo będzie mocniej promowane przez Instagram, jeżeli duża część odbiorców obejrzy do końca, a długiego nikt nie będzie oglądał.

Trzecia zasada:
utrzymaj uwagę!

Obraz musi być ciekawy, ruchomy – wideo bardziej angażuje, więc pokazuj nagrania z zabiegu, dołóż dobrą muzykę.

Czwarta zasada:
napisz, co pokazujesz, wstaw napisy!

Ładne, estetyczne, niekrzykliwe – to jest branża beauty, nie fabryka memów.

Piąta zasada:
***angażuj do komentowania, zadawania pytań,
wstawiaj CTA – call to action!***

Typu:

- Napisz w komentarzu, czy znałaś ten zabieg.
- Odezwij się w komentarzu lub na priv, jeżeli chcesz się umówić na wizytę.
- Jakie zabiegi najczęściej wybierasz?
- Jakie zabiegi lubisz?

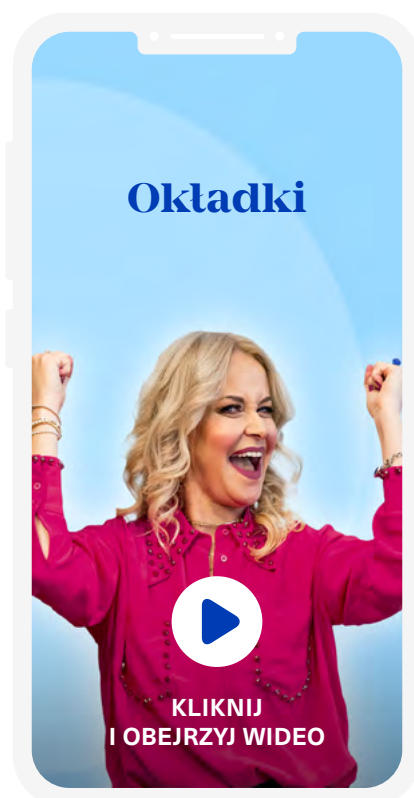
Co zrobić, aby klienci pytali się o Twoje usługi i zapisywali się na wizyty?

Jeżeli struktura filmu jest właściwa – taka, jak opisałam wcześniej!

Pamiętaj, że media społecznościowe to nie sklep, gdzie cały czas sprzedajemy. Musimy prowadzić je tak, by sprzedawać.

Trzeba więc publikować takie rodzaje rolek, które zachęcają do korzystania z naszych usług. To rolki z zabiegów, nowości, wskazówki, informacje z życia salonu, opinie o nim.

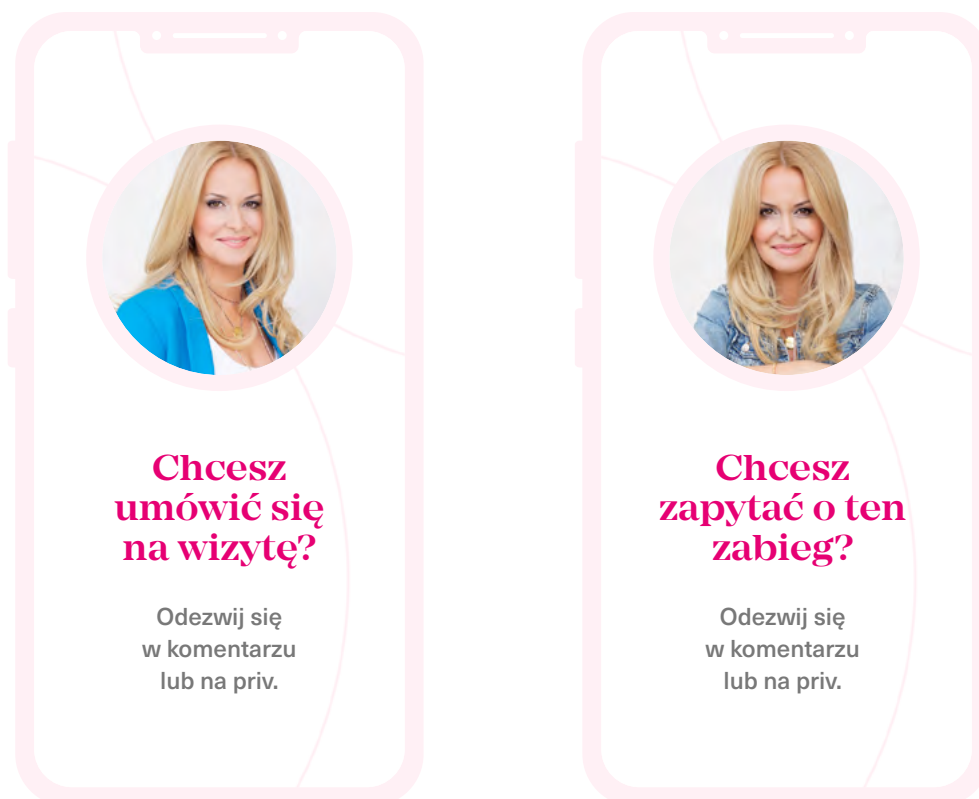
Pamiętaj, że klient musi Cię poznać i polubić, by skorzystał z Twoich usług.



Możesz więc wplatać luźne rolki. Ważne jest, by wszystkie rolki miały konkretne CTA / okładki sprzedażowe.

Okładka sprzedażowa to zakończenie rolki: film/animacja, na której dokładnie mówisz klientowi, co ma zrobić.

Tu zobacz konkretne przykłady:





**Chcesz
poznać
nazwę tej
pielęgnacji?**

Napisz do mnie
na priv.



**Ten hit rekomenduję
moim klientkom.
Chcesz poznać
jego nazwę?**

Odezwij się
w komentarzu
lub na priv.



**Teraz
promocja na
ten zabieg!**

Odezwij się
w komentarzu
lub na priv.



**Do tego zabiegu
domowa
pielęgnacja!**

Zapytaj
w komentarzu
lub na priv.



**Chcesz
poznać ten hit
sezonu?**

Napisz
w komentarzu
lub na priv.



**Chcesz
zarezerwować
wizytę?**

Odezwij się
do mnie
na priv.

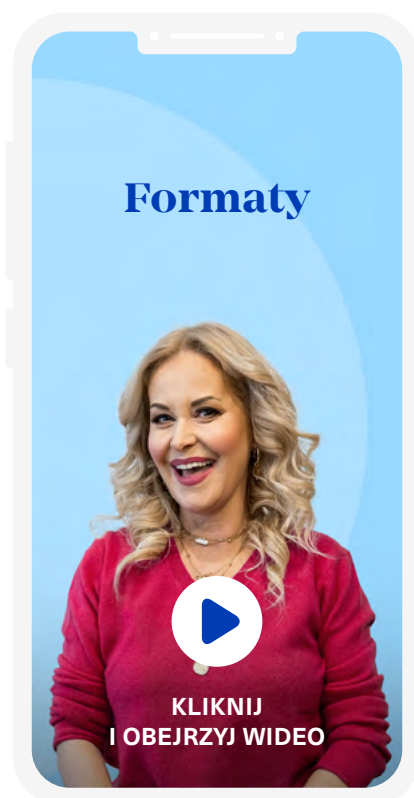


**Na pierwszej
wizycie
wręczam
prezenty!**

Aby się umówić,
odezwij się na priv.

Proste formaty wideo dla salonu kosmetycznego

Film z zabiegu – nie musi to być cały zabieg, tylko urywki, przebitki, ale pamiętaj, aby opowiedzieć historię. **Zadbaj o światło i jakość materiału**, żeby nagranie wyglądało zachęcająco.

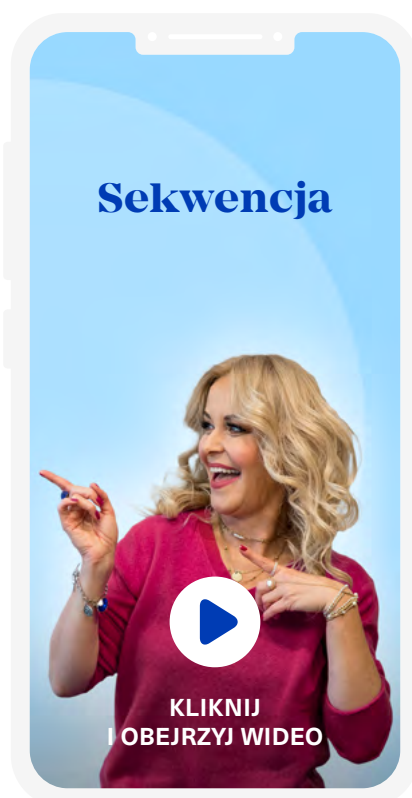


Przykładowe elementy wideo z zabiegu:

- **To jest szok**, jak wygląda skóra po tym zabiegu!
- **Zaczynam oczyszczaniem**, wprowadzam w stan relaksu.
- **Następnie nakładam preparat x**, który robi y.
- **I kolejno masując i uspokajając skórę**, nakładam x, y.
- **Zobacz efekt**: skóra jest pięknie odżywiona. I ten koloryt!
- **Chcesz poznać nazwę tej pielęgnacji?** Napisz do mnie na priv.

Przykładowe wskazówki z wideo:

- **Nigdy tak nie zmywaj** makijażu.
- **Nie trzymaj** wacikami.
- **Nie używaj tego**, bo...
- **Zamiast tego zastosuj delikatne preparaty x**, które nie niszczą bariery hydro-lipidowej.
- **Chcesz zapytać o tę pielęgnację?** Daj znać w komentarzu lub na priv.



Rolka sekwencji

Skorzystasz z nagrania produktu SKINARTÉ.

Kliknij trzy kropki, następnie sekwencja i dodaj tylko okładkę sprzedażową:

„Aby poznać, co to za pielęgnacja,
napisz do mnie w komentarzu
lub na priv”.

Rolka remiks

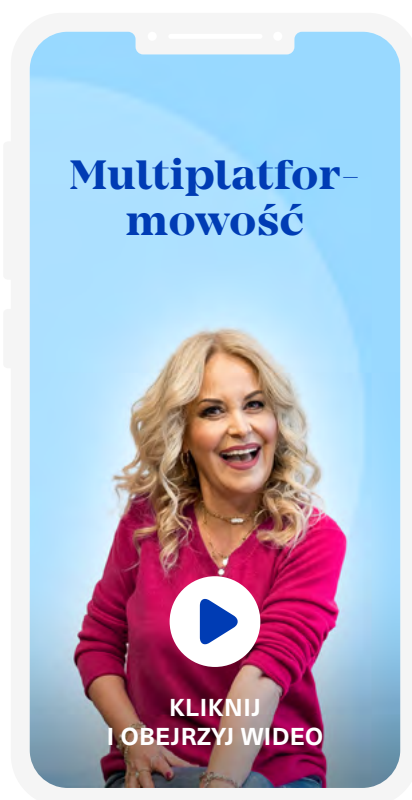
Tu masz więcej możliwości. Klikasz na wybrany film z profilu SKINARTÉ, trzy kropki i klikasz remiks. Możesz się pokazać obok, na green screenie, możesz dograć fonię.

Z boku może być film pokazujący produkt, Ty możesz dograć wideo tej samej długości lub krótsze mówiące o zaletach tego produktu

Na przykład:

1. Dlaczego pielęgnacja domowa po wykonanym zabiegu jest ważna.
2. Po zabiegu w gabinecie zawsze rekomenduję moim klientkom pielęgnację domową.

Multiplatformowość



Jeden film – wszystkie platformy!

Stwórz jeden film i opublikuj na wszystkich platformach:

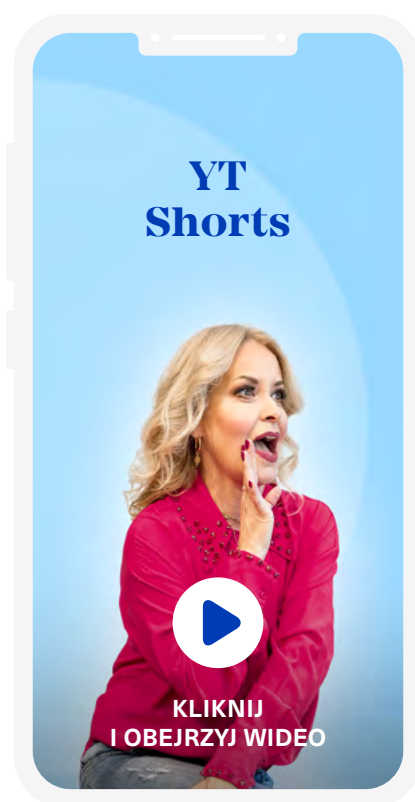
- Na **Instagramie**.
- Na **Facebooku**.
- Na **TikToku**.
- Na **YouTube**.

Pamiętaj, by do każdej platformy dać konkretną okładkę sprzedażową, która będzie realizowała Twoją strategię.

Zachęcam Cię, byś swoje wideo publikowała na YT Shorts.

YT jest właścicielem Google. Jeśli więc ktoś będzie wpisywał w wyszukiwarce Google frazę „zabiegi kosmetyczne”, „salon kosmetyczny Wrocław”, a Ty będziesz miała konto na YT i będziesz publikowała YT Shorts, czyli swoje rolki z Instagrama, i dodasz właściwe tagi (to jest ważne!), Google pokaże w wynikach wyszukiwania Twoje filmy. Nie musisz mieć dużych zasięgów, to jest magia!

Tu załączam tutorial, jak opublikować film na YT Shorts.



Nigdy nie popełniaj tego błędu!

Nie rób obraźliwych rolek o klientach – możesz komunikować tematy tylko z życia salonu, kulturalnie i nieośmieszająco.

Nigdy nie używaj wulgarnych słów – nawet jeśli to jest megatrend, według mnie nie wypada. Firmujesz swój biznes swoją twarzą i tak się nie powinno robić.

Jak wykorzystać Chat GPT do generowania pomysłów na rolki

Oto 10 pomysłów na tytuły rolek stworzonych przez Chat GPT, w których opowiadasz o nowościach:

1. Zabiegi, które mnie zainspirowały.
2. Rozwiązania, które zadziwiają.
3. Pielęgnacja, która się wyróżnia.
4. Skuteczne rytuały dla urody.
5. Tajniki skóry w nowym świetle.
6. Pielęgnacja skóry z pasją.
7. Nowe trendy w zabiegach twarzowych.
8. Rozwiązania, które odmładzają.
9. Odkryj rytuały zabiegów.
10. Pielęgnacja, która wnosi różnicę.

Wejdź na stronę.

Wpisz gotową komendę.

10 tytułów wideo mających 60 znaków, bez emotikon, na media społecznościowe, które mają na celu budowanie pozycji eksperta, przyciąganie uwagi, prezentowanie zaskakujących, ciekawych, innowacyjnych, wzbudzających emocje rozwiązań w kontekście zabiegów (tu wpisz swoją kategorię) na twarz w salonie kosmetycznym: żeby nie brzmiały jak hasła reklamowe.

Uwaga: jeżeli odpowiedzi Cię nie zadowolają, dopisz inną komendę – eksperymentuj ze sztuczną inteligencją.

Dziękuję za uwagę i obejrzenie mojego minikursu. Pamiętaj, że efekty zależą tylko od Ciebie.

Tworzenie wideo do promocji swojego salonu to jedna z kompetencji obecnych czasów, które musisz zdobyć.

To nie zabawa, to biznes! Naucz się sprzedawać w rolkach w salonie, proponuj klientom pielęgnację domową, opowiadaj historie i zachęcaj do zakupu.

Bariery są tylko w Twojej głowie!

SKORZYSTAJ Z FENOMENALNEJ MARKI **SKINARTÉ**.

Zwiększ sprzedaż w swoim salonie,
proponując pielęgnację domową!

Kliknij poniżej i skontaktuj się z przedstawicielem **SKINARTÉ**,
by poznać najlepszą ofertę:

Ściskam,
Iza