

CZEGO OCZEKUJE KLIENT W SALONIE BEAUTY?

Piękno w liczbach





Spis treści

Wstęp	3
Salon beauty w liczbach	4
Klient w salonie beauty	6
Jak często klienci korzystają z usług salonów beauty?	
Ile pieniędzy miesięcznie wydają na korzystanie z usług salonu?	
Z jakich usług korzystają klienci najchętniej?	
Media społecznościowe	9
Jakie są najpopularniejsze wśród klientów media społecznościowe?	
Jakie treści publikowane w mediach społecznościowych są najbardziej popularne wśród klientów?	
Umawianie wizyty w salonie beauty	12
Jaki jest preferowany przez klientów sposób umawiania się na wizytę?	
Jaki jest preferowany przez klientów sposób przypominania o wizycie w salonie?	
Wizyta w nowym salonie beauty	14
Dlaczego klienci decydują się na skorzystanie z usług salonu, w którym jeszcze nigdy nie byli?	
Co najbardziej odstrasza klientów od skorzystania z usług salonu, w którym jeszcze nigdy nie byli?	
Najważniejsze czynniki wpływające pozytywnie na klientów w salonach kosmetycznych	17
Co klienci najbardziej cenią w swoich ulubionych salonach kosmetycznych?	
Jakie udogodnienia znajdujące się w salonach kosmetycznych są najcenniejsze dla klientów?	
11 rzeczy, których klienci oczekują od Twojego salonu beauty	20



Wstęp

Gdybyś mogła zadać swoim klientom 15 pytań, na podstawie których udoskonalisz swoje usługi, jakie byłyby to pytania? Nie musisz się nad tym zastanawiać! Właśnie czytasz wstęp do raportu, który przygotowałam dla społeczności przedsiębiorców w branży beauty – osób, które swoje działania prowadzić chcą w sposób zrównoważony, rozsądny i rozwojowy. Zadałam klientom 15 pytań związanych z ich oczekiwaniami wobec salonu beauty. Dlaczego?

Ponieważ prowadzenie salonu beauty to inwestycja, której należy oddać sprawiedliwość. Może pochłonąć kilkaset tysięcy złotych, których ulokowanie w opłacalny biznesowo sposób jest możliwe, jednak wymaga rozważenia i rozsądnych argumentów. Tych dostarczam w niniejszym raporcie.

Kiedyś za barometr wskazujący preferowane zachowania klientów wystarczyć musiało wprawne oko właściciela lub menadżera salonu. Wiedza o konsumentach określana była na podstawie rozmów ucinanych przy wykonywaniu zabiegu, statystyk wizyt w salonie, ale przede wszystkim – domysłów. Mało kto sumiennie i rzetelnie w analogowej przeszłości prowadził bazę danych o zwyczajach konsumentów. Te czasy już za nami. W świecie big data gromadzenie szczegółowych informacji jest łatwe i daje solidną podstawę do podejmowania zrównoważonych decyzji biznesowych. Takie dane prezentuję poniżej. Zapraszam do lektury Czego oczekują klienci salonu beauty? Piękno w liczbach.



Stanisławski



Salon beauty w liczbach



Poniższy raport powstał na podstawie ankiety prowadzonej w sieci w październiku 2017 r. Zastosowana metoda badawcza to metoda ilościowa dla próby 800 respondentów. Badania miały charakter deklaracyjny. Raport uzupełniony został etnografią wirtualną.

Głównym celem badań było dostarczenie wiedzy związanej z zachowaniem klientów korzystających z salonów beauty. Szczególnie interesowały mnie:



częstotliwość wizyt w salonach,



ponoszone wydatki,



popularność konkretnych usług,



media społecznościowe, z których korzystają klienci,



preferowany sposób umawiania wizyty,



czynniki decydujące o wyborze danego salonu beauty.



Dane ilościowe stanowią pierwszą część raportu. W drugiej prezentuję **11 rzeczy, których klienci oczekują od Twojego salonu beauty**. Prowadzona przeze mnie ankieta zawierała pytania otwarte. Odpowiedzi na nie pozwoliły mi zgromadzić insighty konsumenckie – wypowiedzi klientów salonów beauty – w których ci prezentują swoje najważniejsze potrzeby i pragnienia. Goście salonów opowiedzieli na dwa pytania:

Wyobraź sobie, że jesteś klientką w Twoim wymarzonym salonie beauty. Opisz, jak chciałabyś być traktowana przez personel

Czy zdarzyło Ci się kiedykolwiek zrezygnować z dalszych wizyt danym w salonie z powodu nieprzyjemnej sytuacji, która Cię w nim spotkała? Jeśli tak, opisz ją

Respondenci nie zawiedli. W wyczerpujący sposób opisywali swoje doświadczenia, tym samym prezentując najlepsze, z ich punktu widzenia, cechy salonów beauty oraz te, które nie spotykają się z ich aprobatą. Dzięki temu sformułowałam 11 rzeczy, o których musisz pomyśleć organizując pracę Twojego salonu. Jeśli o nie zadbasz, możesz być pewna, że klienci będą Cię odwiedzać i pozostaną wierni Twoim usługom.

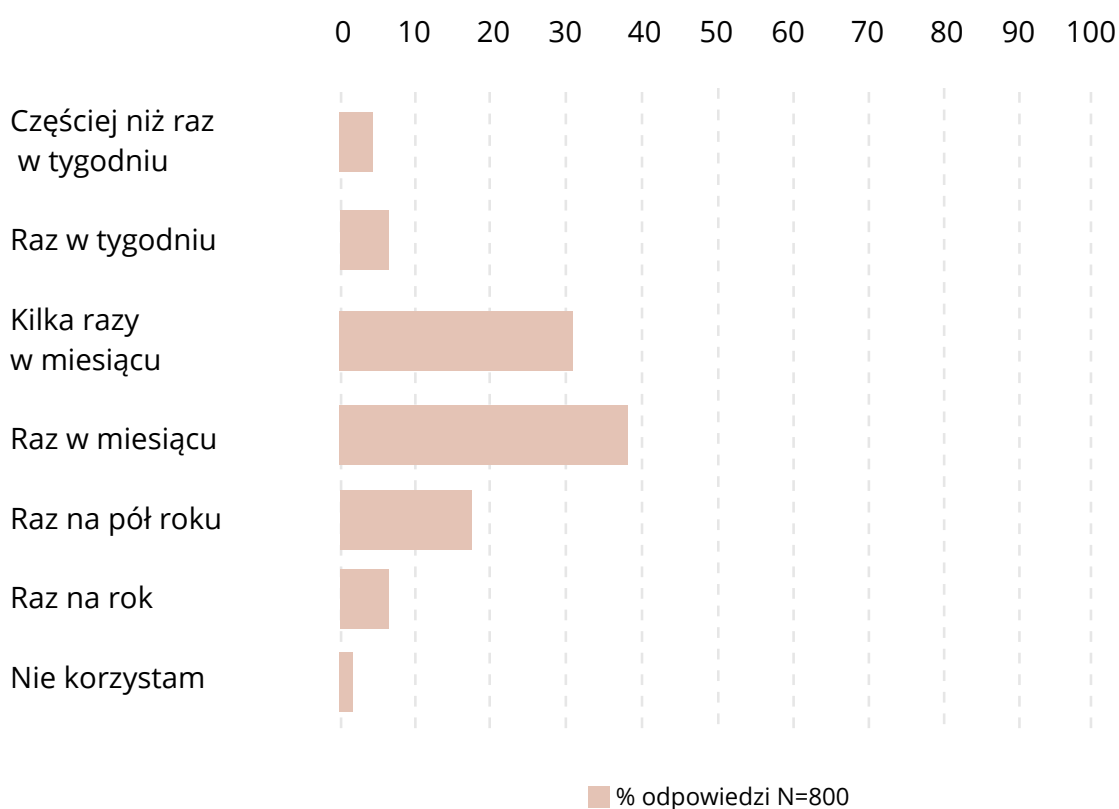
Badania branży beauty pozwoliły określić realne oczekiwania klientów. Na Twoje ręce składam raport z najważniejszymi wnioskami. Wierzę, że pozwolą nam na wspólne udoskonalanie usług branży beauty dzień po dniu.



Klient w salonie beauty

Jak często klienci korzystają z usług salonów beauty?

1. Częstotliwość korzystania z usług kosmetycznych



Wnioski

Ponad połowa respondentów korzysta z zabiegów raz w miesiącu lub częściej. Powracalność klientów jest więc stała. Dane pokazują więc, że potrzeba regularnego korzystania z usług jest zakorzeniona w gościach salonów. Ważne, by ją utrzymać na wskazanym poziomie, ponieważ grono zadowolonych i powracających przynajmniej co miesiąc klientów to niemal pewny sukces salonu.



Jak tę informację przełożyć na konkretne działania?

Aby spożytkować tę wiedzę we właściwy sposób, warto tworzyć bazę danych klientów. Jedną z możliwości to skorzystanie z programu do zarządzania klientami, w którym widoczny jest termin ostatniego zabiegu, w którym uczestniczył dany klient. Tego rodzaju bazę można także z łatwością prowadzić samodzielnie, wymaga to jednak poświęcenia dodatkowego czasu. Gdy widzimy, że dany klient skorzystał z usług salonu około 3 tygodnie temu, warto wysłać do niego zaproszenie na kolejną wizytę, na przykład za pośrednictwem wiadomości SMS, newslettera czy płatnej reklamy na Facebooku. Szczególnie ważni klienci zapraszani mogą być np. tradycyjną drogą listowną. Z pewnością będzie to eleganckie i wyjątkowe rozwiązanie, które znajdzie uznanie w oczach gości salonu.

Ile pieniędzy miesięcznie wydają na korzystanie z usług salonu?



Mediana wydatków miesięcznych na usługi kosmetyczne = 200 zł
Średnia wydatków = 248 zł

Wniosek

Największa grupa klientów zostawia w salonie beauty 200 złotych miesięcznie. To bardzo istotna informacja dla właścicieli salonów! Na jej podstawie można porównać koszt pozyskania nowego klienta i ocenić, po jakim czasie zwróci się on w postaci powracającego, zadowolonego z usług gościa salonu. Całkowita wartość klienta (Customer lifetime value) określa, jaką marżę przynosi nam wizyta w salonie. Po dłuższym zastanowieniu może okazać się, że pozyskanie nowego klienta, który tylko raz skorzysta z naszych usług, jest mało opłacalne.

Jak tę informację przełożyć na konkretne działania?

Przeanalizuj, ile faktycznie kosztuje Cię jeden klient. Zastanów się nad wszystkimi kosztami: utrzymaniem salonu, pensjami dla pracowników, reklamą, zdobywanymi kursami. Dowiedz się, od jakiej minimalnej ceny zabiegu zaczynasz zarabiać. Promuj szczególnie te zabiegi, które pozwalają Ci na zwiększenie zysków.

To jest wersja demo. Pełną wersję możesz kupić
na stronie stanislawska.pl