



Guia prático

com 10 acções para
angariar mais clientes

Copyright

Direitos de autoria reservados a Anna Lobo.
A cópia, ou comercialização deste material é
estritamente proibida e punível por lei.

PRAZER, ANNA LOBO

Mentora de esteticistas, casada, mãe de duas princesas e a viver na maior economia do mundo, Estados Unidos.

Tenho mais de 12 anos de experiência no mercado de beleza tanto nacional quanto internacional e estou presente no digital, há tantos anos ou mais.

Na minha jornada, trabalhei em negócios de beleza de vários níveis. Desde o cabeleireiro de bairro, até ao Palácio Real belga onde atendi a Rainha.

Neste guia prático vais encontrar 10 acções que podes começar hoje a aplicar para angariares mais clientes para o teu negócio.



Índice

1. Recuperar clientes inativos
2. Realizar open days
3. Programa de referência
4. Parcerias com negócios locais que atendam o público alvo
5. Anúncios pagos no digital
6. Programa de recompensa a clientes que partilhem o espaço/serviço nas suas redes sociais
7. Criar materiais estratégicos para download para público final
8. Workshops temáticos para clientes
9. Participar em eventos locais e entregar o cartão de visita e/ou vantagens exclusivas
10. Ter ofertas exclusivas para novos clientes

1. Recuperar clientes inativos

A tua lista de contactos é um dos ativos mais poderosos que tens em mãos. Então antes de tentares captar novos clientes, **explora ao máximo aqueles que já tens**, ou tiveste.

Uma das estratégias mais comuns para recuperar clientes, é ires á tua base de dados e filtrares aquelas que não vêm á loja á pelo menos 3 meses. Depois também podes escoler ver 6 meses ou um ano, no entanto quanto mais tempo a pessoa deixou de vir maiores são as chances que por um motivo ou outro já não tenha tanto interesse em voltar.

Para recuperar estes clientes tanto podes enviar mensagem como ligar, vai depender do que te sentires mais confortável em fazer.

Nesta comunicação já deves ter um discurso pensado de ante mão e oferecer alguma campanha ou vantagem verdadeiramente útil, para que a cliente queira voltar a marcar. Ela deve sentir que tem que marcar naquele momento ou até uma data expecifica para aproveitar a oferta.

2. Realizar open days

Open days não precisam de ser aqueles dias em que uma formadrola de uma nova marca ou máquina em que investiste, vem ao teu espaço, apresentar o equipamento ou serviço às tuas clientes.

Se já fizeste algum deste género, já sabes o quão é difícil convencer a cliente a vir experimentar, ou pior, ela até vem com a intenção de experimentar algo gratuitamente mas depois não compra nada.

A verdade é que tu podes usar estes dias de forma estratégica e intencional e podes criar vários ao longo do ano e ter altos picos de venda e de angariação de clientes.

Define uma data importante, cria uma história á volta desse dia para envolver a tua audiência, partilha nas tuas redes e oferece beneficios exclusivos a quem estiver presente. Para angarias mais clientes, incentiva as tuas clientes a trazer uma amiga e ganhar algum beneficio extra por isso.

3. Programa de referência

Não há nada mais poderoso do que o marketing boca a boca.

Quando alguma cliente te recomenda a alguém, dependendo do nível de confiança entre elas, a nova cliente já vem muito mais aberta a tornar-se fiel e a comprar mais.

Define um programa de referência para o teu negócio, em que as duas partes saem beneficiadas.

Lembra-te o ser humano é, por natureza, egoísta e não faz coisas em que não veja benefício próprio. Quando tu tens um programa de referência e o cumpres corretamente, a tua cliente atual, recomenda o teu serviço e tu consegues assim captar clientes muito mais alinhados com a tua entrega e a custo quase zero.

4. Parcerias com negócios locais que atendam o público alvo

Nos negócios, e na vida, uma das coisas que mais impacto tem é o NETWORKING!

O networking nada mais é do que a tua rede de contactos. Dependendo das pessoas com as quais tu te relacionares, assim vai depender as coisas que vais conseguir atingir.

O ambiente molda e mais do que isso reúne pessoas similares e onde as coisas são potencializadas. Se existe algum comércio local do qual tu gostas e sabes que o público que lá vai é o mesmo tipo de clientes que tu gostavas de ter, dirige-te a esse local com uma boa proposta de parceria - Lembrando que parceira boa é parceria que beneficia igualmente os dois lados.

5. Anúncios pagos no digital

Hoje muito se fala de utilizar a internet para alavancar negócios. Sobretudo, usando as redes sociais. No entanto, pouca gente fala do quão difícil é dominar uma forma de relacionamento totalmente nova, como são as redes e o digital.

Uma das poucas formas de romper a bolha e os limites dos teus seguidores é utilizando os anúncios pagos, que são mais ou menos, os flyers de hoje em dia. Separar uma verba mensal para este fim é importante e por isso é que trouxe esta estratégia como uma possibilidade e que eu pessoalmente uso desde o início do meu negócio mas quero deixar algo aqui bem claro, não adianta fazer anúncios com um negócio mal estruturado ou uma rede social que não transmita aquilo que tu queres. O que acontecerá nesse caso, será que vais atrair público mas depois não necessariamente ele vai marcar e dirigir-se à loja.

Se fores usar esta estratégia, certifica-te que tudo o resto já está bem alinhado.

6. Programa de recompensa a clientes que partilhem o espaço/serviço nas suas redes sociais

Como falado no ponto anterior, as redes sociais podem sim ser muito muito úteis. E esta estratégia é poderosa.

Diferente dos anúncios em que tu precisas de ter tudo estrategicamente e milimetricamente pensado, neste caso, quando é uma cliente que partilha o teu espaço nas redes sociais dela, o que vai acontecer é que a confiança dos potenciais clientes que venham através dessa partilha vai ser diretamente proporcional à confiança que têm na pessoa que partilhou.

Assim a resistência é menor e mesmo que a tua rede social não esteja 100% alinhada, eles não irão valorizar tanto essa parte e sim a recomendação da amiga.

Esta é outra das poucas formas de rebentar a bolha no digital. E como ninguém faz nada sem ver benefício próprio, aqui a ideia é, por exemplo, ofereceres 5 ou 10% de desconto às clientes que partilharem e te marcarem quando forem fazer o serviço.

7. Criar materiais estratégicos para download para público final

Ainda aqui no âmbito do digital, mas tu podes usar esta estratégia também para vendas internas, uma forma de captar novos clientes é criando um material ou oferta em que o público vai querer fazer o download porque vai ganhar algo com isso e dessa forma tu podes:

Opção 1 - Captar o email e número da pessoa e posteriormente fazer campanhas de marketing para as converter em clientes;

Opção 2 - No final desse material que a potencial cliente baixou, ter uma oferta única estrategicamente pensada, para que ela marque/compre;

Opção 3 - Combinar a opção 1 e a opção 2

8. Workshops temáticos para clientes

Diferente dos Open days, em que normalmente tu vais apresentar algo á cliente, seja algo novo sejam ofertas exclusivas, nos workshops, que podem ser pagos, dependendo da estratégias que escolhas aplicar, elas vão á loja para receber alguma informação ou conhecimento de algo que lhe vai ser útil no dia a dia.

Fazendo este tipo de eventos não só aumentas o teu nível de autoridade perante a cliente que já tua cliente habitual , como consegues comunicar isto nas tuas redes atraindo mais pessoas, como podes incentivar as tuas clientes a trazer uma amiga e ter algum beneficio por isso.

9. Participar em eventos locais estratégicos

Como já mencionado no ponto 4, o networking é das coisas mais poderosas quando o assunto é negócio e objetivos. Por isso, estares presente onde os teus potenciais clientes estão é fundamental para alargar a tua base de novos clientes.

Agora não basta obviamente participar de coisas aleatórias e muito menos de eventos com apenas profissionais da mesma área.

Quando identificas um evento em que estarão o tipo de clientes que tu queres atrair e para os quais o teu serviço será realmente útil, podes ir e levar cartões com alguma oferta única para quem também participou.

E eu sei que agora podes estar a pensar “Ai eu entregar cartões assim, que vergonha...”

Bom, nem todas as estratégias aqui servirão para ti, e está tudo bem, usa aquelas que sentires que te trarão os melhores resultados.

10. Ter ofertas exclusivas para novos clientes

Para captares novos clientes. nunca será só uma acção isolada. É sempre um conjunto de coisas e a meu ver, sempre ocm foco no longo prazo.

O negócio é teu e portanto tu tens o poder de criar os processos que bem entederes.

Tendo uma forma diferenciada de receber ou de presentear novos clientes pela sua primeira visita é uma óptima forma de captar novos clientes.

Primeiro porque os próprios clientes ficarão surpreendidos e agradados e com sorte recomendam a outras pessoas e em segundo porque se tu o fizeres podes usar isso como chamariz para atrair novas pessoas.

Seja através da comunicação nas tuas redes sociais seja em outros ambientes em que estejas presente.

Conclusão

Agora que já tentaste um pouco de tudo para angariar novos clientes e tentar encher a tua agenda, provavelmente já entedeste duas coisas. A primeira é que não é tão fácil quanto fazem parecer e a segunda é que esta chegada de novo clientes precisa de ser promovida e alimentada por ti e pelas tuas acções. Não basta abrir a porta ou postar qualquer coisa aleatória nas tuas redes sociais.

Tu precisas de ser estratégica e intencional em todos os pontos do teu negócio. Todas estas estratégias que te apresentei de forma simples aqui, foram testadas, que funcionam e são as mesmas estratégias que as minhas mentoradas aplicam para ter resultados exponenciais.

No entanto, lembra-te sempre que construir um negócio sólido, organizado e lucrativo, é um conjunto integrado de várias coisas e não apenas acções pontuais e desconectadas entre si.

Faz uso inteligente e intencional das estratégias partilhadas e os resultados serão garantidos.