



T SALON SECRETS

by SoLoLife

—
TÖÖVIHIK



SINU EDU SALADUS

SalonSecretsi strateegia on terviklik süsteem, mis on loodud Sinu ilusalongi kasvatama – sõltumata maailmas valitsevast majandusolukorrast.

Fakt on see, et elus on kindlad tegevusmustrid ja salanipid, mis aitavad inimestel saavutada enneolematut edu nii oma äris kui ka elus üldiselt.

Ning kui õppida selgeks, kuidas neid strateegiaid ja taktikaid oma elus rakendada, **on ka Sinul võimalus rajada tee enda unistuste elu ja eduni.**

Selleks et Sulle uute nippide ja trikkide omandamine võimalikult lihtsaks teha, oleme SalonSecretsi strateegia väikesteks tükkideks “laiali lammutanud” ja need siia kirja pannud.

Seda töövihikut täites saad endale selge ülevaate, kus Sa hetkel oma ilusalongiga asud ja millised võiksid olla järgmised sammud, mida ette võtta, et oma ilutöoga **teenida** rohkem, omada rohkem **vabadust** ja nii oma tööd kui ka elu täiel rinnal **nautida**.



SISEMINE LEEK

Mine oma mõtetega ajas tagasi ja tuleta meelde, **mis põhjusel** Sa üldse ilutegijana alustasid või oma salongi loiid? Millised olid Sinu **ootused ja unistused?** Mida Sa soovisid (selle karjäärivalikuga) saavutada?



•

•

•



SEA ENDALE S.M.A.R.T. EESMÄRGID

SMART on põhimõte, mida kasutatakse eesmärkide seadmisel. Selleks et kõik sihid oleksid selged ja saavutatavad, peaks iga eesmärk olema:

S - Specific (Konkreetne)

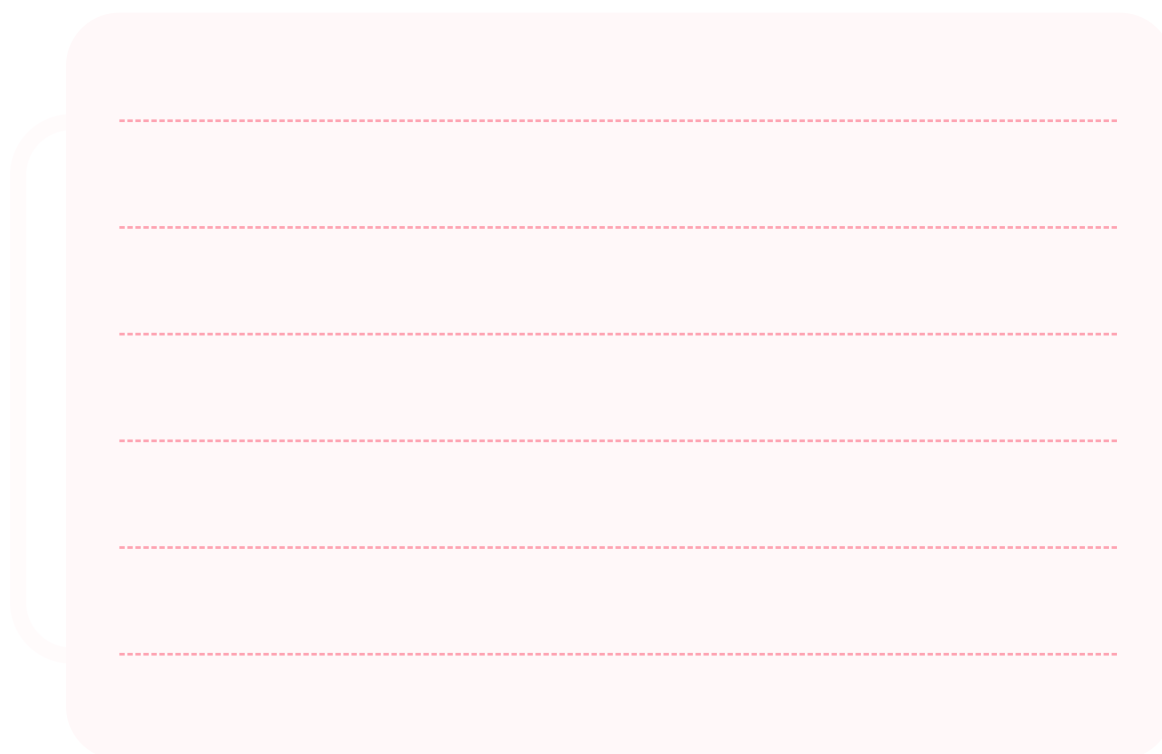
M - Measurable (Mõõdetav)

A - Achievable (Saavutatav)

R - Relevant (Asjakohane)

T - Time bound (Ajastatud)

Alustuseks pane endale kirja üks SMART ehk nn tark **eesmärk 2030. aastaks**. Kus Sa ennast ja oma salongi selleks hetkeks näed?



Nüüd pane kirja oma SMART eesmärk **järgmiseks 365 päevaks.**

Ning viimasena – kirjuta üles eesmärk **järgmiseks 30 päevaks.**



7S MUDEL – SHOPPING

Enne kui **“šoppama”** minna, tuleb selgelt määratleda oma **ICP** – *ideal client profile* ehk ideaalse kliendi profiil. Kuidas Sa neid kliente kirjeldaksid? Mis neis sarnast on? Kirjelda võimalikult täpselt – milline on Sinu ideaalne klient või mida ta teeb, mis **muudab ta “ideaalseks”**.



Nüüd pane kirja asjad või omadused, milline Sinu
ideaalne klienti **kindlasti ei ole**.

Milliseid turundusvõtteid võiksid kasutada, et rohkem **nn**
ideaalseid kliente salongi meelitada?



TÄHTSAD NUMBRID | 1.OSA

Järgnevalt tuleb vastused leida tähtsatele klientidega seotud küsimustele. Ideaalis võiksid Sa vastuseid teada nendele kõigile, ent kui ei tea, ole mureta – katsu mõelda võimalikult ligilähedane vastus ja leia viis, kuidas tulevikus seda statistikat mõõtma võiksid hakata.

Kui palju kliente Sa igas kuus vajaksid, et kalender oleks täiesti **täis broneeritud**? Kui palju Sul hetkel kliente on?

Klientide hoidmine – mitu korda keskmiselt üks uus klient Sinu salongis elu jooksul käib? Kuidas see number salongi töötajate lõikes varieerub?



Mis on Sinu klientide **keskmise LTV** (*Lifetime Value* ehk Sinu salongis kulutatud kogusumma)?

Mis on **maksimaalne CPA** (*Cost Per Acquisition* ehk uue kliendi saamise kulu), mida oleksid valmis maksma, et uus klient salongi tuua? Kui Sa teed hetkel tasulist turundust, siis mis on Sinu praegune CPA?



7S MUDEL – SCHEDULING

Kui soovid *Scheduling* osa saada enda salongi jaoks kenasti tööle, pead Sa kasutama vähemalt neid **4 broneerimise meetodit...**

1. Kas Sa pakud klientidele **online broneerimise võimalust** oma kodulehel ja/või kõikidel sotsiaalmeedia lehtedel? Kas tegu on kõige **lihtsama ja mugavama** broneerimissüsteemiga või on sellel teatud puudusi?

2. On Sul **kombeks** peale broneeringut klientidega kohe uus aeg kokku leppida? Mis võiks olla see **täpne lause/küsimus**, kuidas klientidele uue broneeringu ettepanekut teha?



3. Kas klientidel on võimalus broneeringu tegemiseks Sulle **helistada**? Aga kuidas on seis töövälise ajaga? Kasutad Sa mõnda automaatvastajat, mis suunaks klientid online's broneerima, kui Sa telefoni parasjagu vastu ei võta?

4. Sul võiks olla vähemalt 1-2 sotsiaalmeedia kanalit, mille kaudu kliendid Sinuga ka töövälisel ajal **ühendust saaksid võtta**. Kui kiiresti Sa tavaliselt sõnumitele vastad? Oled Sa valmis seadistanud ka automaatvastaja, mis suunaks vajadusel kliente online's broneerima?



7S MUDEL – SIGNALING

Sõnasta **10 soovi/eesmärki**, mida sooviksid, et klient Sinu salongiga seoses teeks (soetaks kinkekaardi, soovitaks sõpra, ostaks mõne toote vms) ja mõtle välja, milline oleks **parim viis**, kuidas suunata klienti seda tegema (e-mail, SMS, kõne teel, uudiskiri, näost näkku, poster salongi seinal, sotsiaalmeedia postitus vms)?

Eesmärk #1:

Lähenemisviis:

Eesmärk #2:

Lähenemisviis:



Eesmärk #3:

.....

.....

Lähenemisviis:

.....

Eesmärk #4:

.....

.....

Lähenemisviis:

.....

Eesmärk #5:

.....

.....

Lähenemisviis:

.....

Eesmärk #6:

.....

.....

Lähenemisviis:

.....



Eesmärk #7:

.....

.....

Lähenemisviis:

.....

Eesmärk #8:

.....

.....

Lähenemisviis:

.....

Eesmärk #9:

.....

.....

Lähenemisviis:

.....

Eesmärk #10:

.....

.....

Lähenemisviis:

.....



7S MUDEL – STOPPING

Mis võivad olla **5 peamist põhjust**, miks kliendid Sinu salongi enam ei külasta?

Mida saaksid Sina selle **olukorra lahendamiseks** teha?



7S MUDEL – SHARING

Milline on see peamine **mulje või taju** (*perception*), mida soovid, et kliendid Sinu salongi puhul tunneksid?

Mis muudaks Sind klientide silmis veelgi **usaldusväärsemaks**? Mis tõstaks Sinu **autoriteetsust** ja ühtlasi klientide **respekti** Sinu vastu veelgi?



Mille poolest **erineb Sinu salong** konkurentidest?

Mis on Sinu **salongi lubadus/missioon?**

Miks Sa otsustasid just nende **toodete ja brändide** kasuks, millega Sa hetkel põhiliselt tööd teed?



Mis on asjad, mida Sinu klient peaks teadma **enne Sinu salongi tulekut?**

Mis on asjad, mida Sinu klient peaks teadma siis, **kui ta parasjagu Sinu salongis on?**

Mis on asjad, mida Sinu klient peaks teadma **peale salongiskäiku?**



●
●
●



7S MUDEL – SELLING

Millal Sa viimati oma **hindu tõstsid**? Millal võiksid seda uuesti teha? **Miks mitte juba varem?!**

Mis tooteid Sa **oma klientidele hetkel müüd**? Tee ajurünnak ja mõtle, milliseid tooteid võiksid Sa klientidele veel müüa. (Need tooted ei pea olema otseselt seotud sellega, mis iluteenuseid Sa pakud)



Kui klient soovib broneerida *ühte teenust*, siis mis oleksid veel muud teenused, mida Sa temale juurde saaksid pakkuda? Mõtle kõikide teenuste peale, mida Sa osutad.

Mitu korda kuus jätavad kliendid broneeringule tulemata, ilma et nad oleksid **ette teatanud**? Külasta lehte **<http://salon.life/calculator>**, et näha, kui palju Sa igakuiselt seetõttu raha kaotad.



TÄHTSAD NUMBRID | 2. OSA

Selleks et suurendada igalt kliendilt ja broneeringult saadavat käivet, pead Sa teadma oma salongi kohta järgmisi numbreid.

Mis on Sinu kuu **keskmine käive**?

Kuidas jaguneb keskmine käive **teenuste ja toodete müügi** vahel?

Mitu klienti 100st, kes Sinu salongi külastavad, ostavad Sinult tavaliselt **vähemalt ühe toote**?



Jaga oma müüdud toodete käive (€) broneeringute koguarvuga kuus. Nii saad välja arvutada, kui palju Sa **keskmiselt iga broneeringuga toodete müügist teenid.**

Nüüd korda sama arvutuskäiku kõikide oma tiimiliikmetega ja võrrelge tulemusi. Kes teist on parim müügiguru? Mida tema teisiti teeb? Õppige üksteiselt...



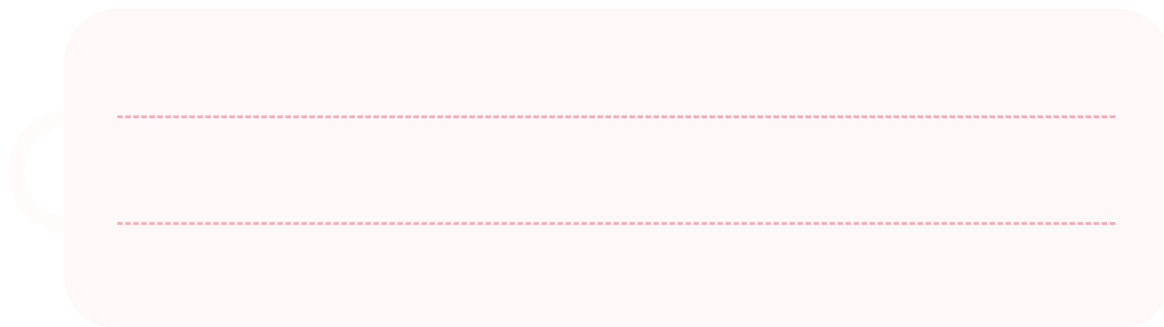
Mis on Sinu **3 kõige populaarsemat** teenust?

Kui Sa jagad teenuse hinna ajakuluga (tundides), siis kui palju keskmiselt **Sa teenid nende populaarseimate teenustega?**

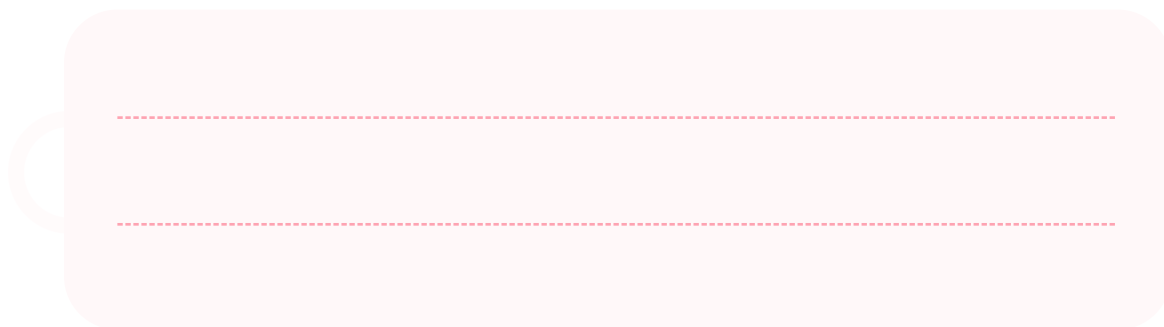
Arvuta, mis on hoopsiki Sinu **3 kõige kasumlikumat** teenust?



Mis on Sinu **3 kõige populaarsemat** toodet?



Mis on Sinu **3 kõige kasumlikumat** toodet?



7S MUDEL – STRENGTHENING

Kui tihti külastab keskmiselt üks (püsi)klient Sinu salongi aasta jooksul?

Mis oleksid erinevad võimalused (mõtle **Signaling** ja **Sharing** osadele), kuidas Sa saaksid kaasa aidata sellele, et nad külastaksid Sinu salongi tihedamini?



KOKKUVÕTE

Millised **ideed/vaatenurgad/võtmesõnad** meeldisid
Sulle SalonSecrets strateegia juures kõige rohkem?

Mis on **3 asja**, mida Sa järgneva 30 päeva jooksul oma
salongitöö juures muudad?



Kavatsed Sa nüüdsest hakata kasutama mõnda **salongi-tarkvara**, et oma salongitöö lihtsamaks muuta, klientidele online broneerimist pakkuda ja SalonSecretsi strateegiaid ja taktikaid rakendada?

Jah, ma hakkan kasutama SalonLife'i :)





SALON SECRETS

ikka Jitna

WWW.SALON.LIFE