

*gabinet*  
gabinet w sieci

[www.gabi-net.pl](http://www.gabi-net.pl)



# Marketing internetowy usług kosmetycznych

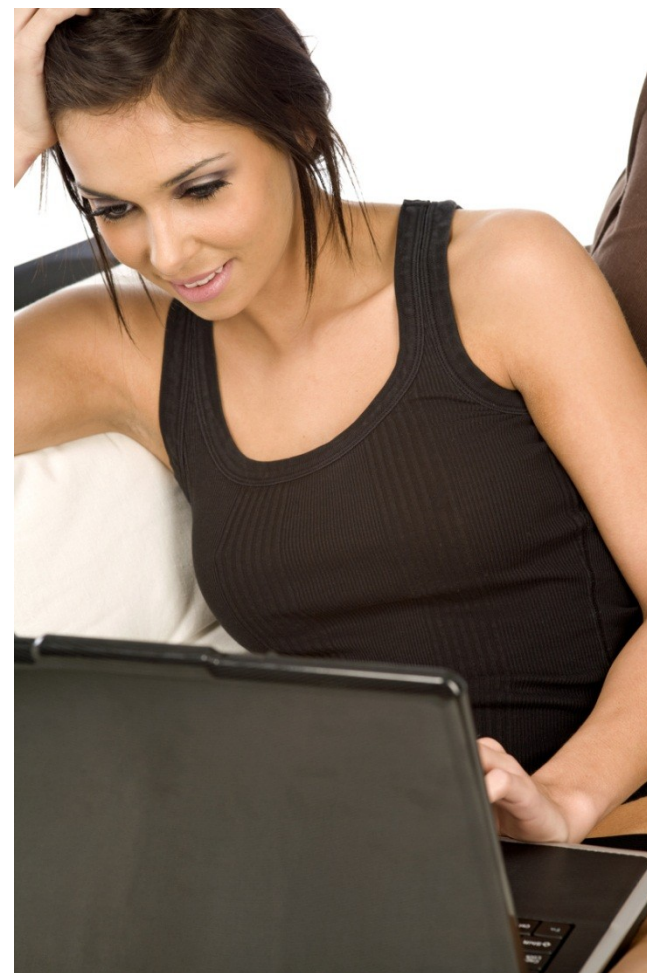
Natalia Waldowska, Gabi.NET w sieci

# Nowa rzeczywistość

- Rynek beauty to jedna z najprężniej rozwijających się branż
- Oczekiwania Klientów i wzrost konkurencji sprawiają, że gabinet musi dopasować się do nowych realiów i wprowadzić niezbędne zmiany w prowadzeniu biznesu
- Internet stał się integralną częścią naszego życia, nie tylko prywatnego, ale również zawodowego. To on dzisiaj staje się platformą komunikacji między Tobą, a Klientem

# Czas na zmiany!

- **70%** gospodarstw domowych ma dostęp do Internetu
- **56%** Polaków korzysta codziennie z Internetu
- **85%** użytkowników Smartphonów wykorzystuje je do przeglądania Internetu
- **70%** Internautów deklaruje, że dokonywało już zakupów on-line
- Z Facebooka korzysta dziś ponad 8 milionów Polaków



# Podstawowe narzędzia e-marketingowe

- Strona Internetowa
- Sklep Internetowy
- Social Media
- Buzz Marketing
- Reklama Display
- Google AdWords
- Statystyki Google Analytics
- Promocja na kanale YouTube
- Reklama w serwisach, katalogach on-line

# Strona internetowa

- **Aktualność!** Podstawowym celem posiadania przez salon strony internetowej jest zdolność do przekazania potencjalnym klientom za jej pośrednictwem informacji o aktualnej ofercie zabiegowej
- **Nawigacja!** Czytelna struktura, właściwy podział treści. Warto wykorzystać odpowiednie narzędzie jak np. Google Analytics. Jeśli będziemy regularnie analizować współczynnik odrzuceń, średni czas przebywania w witrynie, czy też najczęściej odwiedzaną podstronę - będziemy mieli „twarde”, obiektywne przesłanki do dokonywania potencjalnych zmian struktury i zawartości strony
- **Dostępność!** Podstawowa różnica pomiędzy nami a naszymi potencjalnymi klientami polega na tym, że my adres swojej strony znamy, a klienci dopiero muszą do nas trafić. Warto regularnie analizować, w jaki sposób może się to zdarzyć
- **Estetyka!** Wyobraź sobie, że strona internetowa jest jak karta papieru z której masz odczytać interesującą informację, nie chodzi o to by powalać skomplikowaną grafiką, ale o czytelność i skromną atrakcyjność

# Sklep internetowy

## Cechy dobrego sklepu internetowego. Pamiętaj!

- Zadbaj o odpowiednią prezentację swoich produktów
- Pomóż klientom znajdować produkty za pomocą zaawansowanych opcji wyszukiwania
- Zadbaj o właściwy przepływ zamówień
- Stwórz możliwość zapłaty przez Internet
- Pogrupuj swoje towary według asortymentu
- Zarządzaj cenami, ustal rabaty
- Używaj w swoim sklepie wielu różnych języków i przeliczników walut

# Social Media

- Ogromną zaletą serwisów społecznościowych typu Facebook jest możliwość autoprezentacji naszego Salonu, poprzez mechanizm profili publicznych (inaczej - strona, fanpage), które pomagają w utrzymaniu trwałej relacji biznesowej z Klientem
- Warto pamiętać, że fani oczekują przede wszystkim ciekawych treści. Ciekawych czyli też takich, dzięki którym dowiedzą się czegoś nowego. Warto przygotowywać materiały, które zainteresują internautów i zachęcą nowe osoby do "lubienia" naszej strony
- Facebook proponuje nam tu kilka metod na wypromowanie swojej strony. Warto skorzystać z nich skorzystać gdyż pozwala to dokładnie określić grupę docelową, do której chcemy dotrzeć z reklamą naszej strony





# Buzz Marketing

- Działania jakie podejmują firmy w celu wywołania u swoich klientów pozytywnych rekomendacji odnośnie produktu, marki czy usług
- Marketing szeptany jest to dawanie ludziom powodów do rozmawiania o marce, produktach i usługach, oraz ułatwianie im nawiązania tej konwersacji np. na forach internetowych
- Marketing szeptany jest cenioną formą promocji ze względu na dużą wiarygodność komunikatów przekazywanych przez konsumentów. Ludzie są bardziej skłonni wierzyć pozytywnym opiniom swoich znajomych
- **Pamiętaj! Bardzo często, Klienci decyzję o wizycie w Salonie poprzedzają wizytą na forum internetowym**

# Reklama Display

- Mówiąc najogólniej określa się tak reklamę graficzną wyświetlaną na powierzchni witryny. Wielość form i elastyczność stosowanych modeli rozliczeń sprawia, że kampanię display'ową (banerową) można zastosować zarówno w działaniach wizerunkowych jak i sprzedażowych. Z tej samej przyczyny kampanię display można dopasować do niemal każdego budżetu

# Google AdWords

- Linki sponsorowane zwane inaczej boksami reklamowymi, to szybkie i konkretne działania promocyjne w wybranych wyszukiwarkach internetowych
- Profesjonalne kampanie Google Adwords wymagają specjalistycznej wiedzy popartej doświadczeniem oraz znajomością wyszukiwarki Google
- Aby kampania była efektywna, linki sponsorowane muszą charakteryzować się dużą klikalnością oraz być odpowiednio dopasowane do zainteresowań użytkownika czyli treści zapytania do Google
- Ważne jest dobranie tych słów kluczowych, które najlepiej odpowiadają naszej ofercie oraz są relatywnie tanie w stosunku do słów bardzo konkurencyjnych
- Stały monitoring pozwoli utrzymać nasze kampanie Adwords na najwyższym poziomie

# Statystyki Google Analytics

- Korzystanie ze statystyk Google Analytics to nic innego jak analiza ruchu na naszej stronie Internetowej
- Za pomocą Google Analytics możemy w prosty i szybki sposób dowiedzieć się, ilu użytkowników odwiedziło naszą stronę internetową, ile czasu na niej spędzili, po jakich frazach/słowach kluczowych wpisanych w wyszukiwarkę weszli na naszą witrynę, jakie podstrony wzbudziły ich największe zainteresowanie, z jakich stron www, wyszukiwarek było najwięcej odwiedzin itp

# Promocja na kanale YouTube

- Youtube umożliwia zamieszczanie i oglądanie materiałów wideo, stanowiąc obecnie jedno z największych ich źródeł w Internecie. To z kolei stanowi bardzo duży potencjał dla promocji Salonu kosmetycznego
- Salon może wrzucać na swój kanał filmiki z zabiegów, porady dotyczące np. dbania o naszą cerę itp. To w oczach widzów kształtuje wizerunek Salonu jako eksperta w swojej dziedzinie
- Największą zaletą prowadzenia kanału Salonu na serwisie Youtube jest możliwość dotarcia do bardzo dużej liczby odbiorców

# Reklama w serwisach, katalogach on-line

- Dodając firmę do wielu liczących się rynku katalogów zyskujemy nie tylko dodatkowy link do naszej firmowej witryny, ale także reklamę
- Pamiętaj, że im więcej linków zwrotnych prowadzi do twojej strony tym wyższa jest jej pozycja w Googlach. Także katalogowanie nie zaszkodzi
- Interesującymi dla samej firmy, a także dla jej klientów są też katalogi branżowe, które promują firmę kreując jej wizerunek za pomocą wizytówki salonu w której znajdziesz: galerie zdjęć, informując o usługach, cenach, opis usług itp

Dziękujemy

*gabi.net*  
gabinet w sieci